

IMAGEN DE LA MUJER Y DESARROLLO DE LA CULTURA NACIONAL

Susana Velleggia

Tras discutir la imagen de la mujer en los medios de comunicación, Susana Velleggia recomienda orientar la investigación hacia los contextos receptores y redefinir los parámetros de efectividad de los medios.

La imagen femenina se construye a partir de prácticas colectivas -de carácter político cultural- en las cuales está involucrada la mujer. Sin embargo, por exigencias de la hegemonía se desfigura a la mujer. Ésta es impugnador latente de las diferentes formas de opresión, explotación, y discriminación.

La imagen propuesta por la cultura de masas -que remite a la tradición occidental- se sintetiza en dos paradigmas: la mujer ángel (esposa, madre, hermana) y la mujer demonio (prostituta, amante, la "otra"). Esta representación es insumo de la industria cultural. Susana Velleggia realiza un análisis de la telenovela para confirmar su hipótesis.

El mito de la modernidad actualiza en el discurso televisivo este sistema de estereotipos de feminidad. Pero la matriz de significación que sostiene este sentido atraviesa los terrenos mas diversos: la legislación, la vida cotidiano, la producción artística

Si entendemos a *lo nacional* como las especificidades que asumen lo *social* en un espacio y tiempo históricos determinados, debemos convenir que ello no es algo homogéneo, en la medida que ninguna formación social lo es (1). Lo nacional está sujeto a las contradicciones y antagonismos que atraviesan a las relaciones sociales, las que se definen en torno a factores de poder: político, económico, cultural. En las sociedades dependientes o periféricas, las contradicciones y antagonismos internos están, a su vez, influidos por el carácter -subordinado- de las relaciones de la formación social con los centros de poder externos. Esa subordinación se expresa en una dinámica que impulsa procesos *desacumuladores* y *desnacionalizadores* en lo interno, en beneficio de las clases y sectores hegemónicos a nivel mundial. Esta contextualización histórica, más que negar el papel de la lucha de clases, permite comprender las especificidades que ella asume en las sociedades dependientes, hecho que reviste singular importancia en el terreno de la cultura y la producción simbólica en general. Mientras las clases y sectores dominantes de los países centrales han venido ejerciendo un rol acumulador y nacionalizador hacia lo interno de sus sociedades y de signo opuesto hacia los espacios subordinados a su hegemonía, sus pares de estos últimos proceden exactamente a la inversa. Es decir, se han erigido en los principales agentes de los procesos de desacumulación y desnacionalización que afectan a las distintas esferas de la actividad social, al tiempo que actúan como impulsores de una matriz cultural tendiente a convalidar esos procesos.

Desde esa perspectiva podemos definir a la *cultura nacional* como a las diversas maneras de hacer, sentir y pensar en relación a una realidad histórica determinada con mirar a las satisfacciones de las necesidades -materiales y simbólicas de un pueblo conforme a sus intereses reales. Ello nos remite, entonces, al campo de las culturas populares (2). Con lo cual se complejiza el panorama, en lugar de simplificarse, ya que si nos atenemos de manera exclusiva a las características de -los productos culturales -materiales, y simbólicos- podremos constatar que en ellos no existen rasgos “originales” que posibiliten demarcaciones culturales. Máxime si nos referimos a aquellos provenientes del campo de las culturas populares, los que aparecen impregnados de elementos propios de la cultura dominante. Necesariamente es así, porque aquel campo -el de las culturas populares- constituye el terreno donde se libra la batalla por el poder simbólico, entre opresores y oprimidos, dominadores y dominados, dentro de cada espacio nacional. Por este motivo, antes que proceder a categorizaciones culturales tomando como punto de partida a los productos considerados en abstracto, y efectuando comparaciones entre ellos de acuerdo a sus rasgos estéticos, parece más adecuado hacerlo atendiendo a sus modos de producción -apropiación y a las prácticas sociales vigentes en los dos campos principales de producción cultural: el dominado y el dominante (3). Así, caracterizamos al campo de las culturas nacionales populares -dominado- como aquél en el cual el *Sistema Constructivo Cultural* (SCC) (4) se organiza en torno a los siguientes rasgos esenciales:

- Producción descentralizada de bienes y mensajes culturales.
- La división del trabajo no aparece especializada en función de factores de poder: el receptor es a la vez un emisor.
- Interacción entre los participantes del proceso de generación -selección-apropiación cultural.
- Intervención colectiva en materia de selección, generalización y acumulación de componentes culturales.
- Diversidad de códigos y pluralidad de medios y canales para el procesamiento y difusión de los productos y mensajes.

Estos rasgos democráticos presentes en el SCC de las culturas populares conllevan, más allá del mestizaje de sus productos, el germen de un proyecto liberador que proporciona las bases imprescindibles para todo cambio cultural. Este es el que, además de una transformación en los contenidos y estructuración de los mensajes, hace otro tanto en los sistemas de relaciones sociales desde los cuales aquellos se generan, seleccionan y distribuyen.

El papel de la mujer dentro de este SCC está vinculado a sus prácticas cotidianas y al lugar que ella ocupa como miembro activo, de una comunidad. La imagen femenina que refleja los productos concretos tiende a legitimar su participación en las diversas formas de organización social. Es decir, se trata de una imagen que se construye a partir de prácticas colectivas -de carácter político-cultural- en las cuales está involucrada la mujer. En definitiva, la imagen femenina emanada de experiencias concretas -al igual que otras imágenes- pese a las contradicciones que pueda contener, de ningún modo es equiparable a los paradigmas de feminidad -o de otro tipo- elaborados desde y para la omisión de la experimentación de los conflictos de lo real. Este es el caso, precisamente, de la cultura dominante por excelencia de la época contemporánea; la llamada *Cultura de masas* (5). De respuesta impugnadora al monopolio cultural detentado por la aristocracia y el clero, en sus inicios, la cultura burguesa devino *cultura de masas* en el proceso histórico que llevó a la burguesía a desempeñar el papel de nueva clase dominante. Los factores estructurales de esa trayectoria, que arrancan con la imposición de la lógica del mercado en sustitución del mecenazgo, deben verse, más que como causalidad excluyente de la misma, interrelacionados en una red de multicausalidad. Dentro de ella, la necesidad de control político-ideológico del resto de la sociedad y de neutralización de los ámbitos autónomos de producción cultural, conforman también requisitos esenciales de la hegemonía político-económica. Esto significa que poder económico y poder simbólico constituyen dos aspectos dialécticamente relacionados para el logro de dicha hegemonía. La etapa de expansión máxima de la *cultura de masas*, que coincide con la fase del capitalismo que da lugar al surgimiento de la sociedad postindustrial (6) lleva ese vínculo a una verdadera asociación de intereses entre el Estado y las corporaciones.

Los rasgos fundamentales que definen al SCC de la cultura fabricada para consumo de las masas, surgen del mismo campo de la cultura de élite

- *alta cultura* para algunos autores precedentemente hegemónica. Hecho que no contradice el carácter *industrial* de la primera y su consiguiente método de mezclar componentes culturales provenientes de campos diversos
- de manera notoria de las culturas populares- en lo que se -refiere a los productos concretos. Dichos rasgos pueden sintetizarse en:
 - Producción altamente centralizada, vinculada a los factores de poder económico, político, militar.
 - Ampliación de la base receptora, paralela a la progresiva concentración de las cúpulas emisoras, en una división del trabajo especializada en función de la lucha por el poder simbólico; neta diferenciación entre emisores y receptores.
 - Ruptura de los nexos interactivos de los receptores entre sí, para vincularlos de manera aislada a las cúpulas emisoras.
 - Escasa o nula intervención de los receptores en materia de selección de componentes de los productos y mensajes. Generalización de los mismos, ligada a la necesidad de preservar la hegemonía de los factores de poder.
 - Control privado, tecnocrático o burocrático del SCC, dirigido a promover procesos desmovilizadores y despolitizadores en el espacio receptor.
 - Uniformación de códigos y priorización de ciertos medios y canales de procesamiento y difusión -los altamente centralizados- en detrimento de otros posibles.

Este SCC, en sus modos de producción específicos, se plasma en industrias de la cultura que comprenden las distintas ramas del arte, la información y el espectáculo. Para la fabricación de sus productos y mensajes, recurre a la expropiación de componentes de patrimonios culturales diversos, los que son *resemantizados* al entrar a formar parte del nuevo corpus cultural, neutralizando sus potencialidades impugnadoras o contradictorias con respecto al proyecto histórico que aquel promueve.

La imagen de la mujer es empleada como un insumo privilegiado por las diferentes industrias culturales y se encuentra en la base de la universalización de sus productos y mensajes. Ello revela de manera elocuente el criterio rector de la cultura de masas: la apelación irracional a los sentimientos profundos e instintos primarios de los seres humanos. La sexualidad es, evidentemente, un referente esencial. No obstante, si bien los emisores adoptan como punto de partida -y exigencia para la universalización de sus productos- esas apetencias y necesidades básicas de los individuos, las respuestas que implementan poseen un carácter perverso. En tanto los satisfactores propuestos -a nivel material y simbólico- suponen la adopción de fines ajenos a los verdaderos intereses de las clases y sectores populares, que conforman la mayor parte de las audiencias, la resemantización permanente y homogeneizadora de los componentes culturales incorporados, es consustancial a la perversión de los fines por los medios propuestos para alcanzarlos. En el caso de la mujer, la adopción de sistemas de estereotipos (7) dirigidos a la construcción de paradigmas de feminidad *domesticada*, cumple importantes funciones político-ideológicas ligadas a la dominación y la hegemonía. A ellas nos referimos en el punto siguiente. Pero, antes es preciso aclarar que la cultura de masas en su tarea de forjar consensos hacia un proyecto histórico que procura ser planetario, demanda de los receptores de sus mensajes una adhesión activa a las pautas y valores propuestos, en lugar de un consumo pasivo, como muchas veces se pretende. Esto no invalida la intencionalidad de establecer procesos de comunicación asimétricos -eminentemente autoritarios -en el sentido de unidireccionales, al hacer recaer las iniciativas en el lado emisor y despojar al receptor del derecho a réplica *por los mismos canales y medios* (8). Y pese a que dichos procesos actúan -o pretenden hacerlo- como amalgama, al uniformar demanda cultural, concepciones y gustos, por encima de los factores diferenciadores existentes objetivamente en los espacios receptores diversos, también introducen elementos fragmentadores de los mismos (9). De este modo bloquean las posibilidades de construir espacios autónomos de producción cultural, más ligados a las auténticas necesidades e intereses de los sectores sociales dominados que a los propósitos de las clases y sectores dominantes.

Por estos motivos no puede soslayarse la importancia de las culturas populares nacionales. Puesto que, entre las *intencionalidades* de los emisores y el *logro* de la efectividad buscada media un proceso complejo y contradictorio cuyos resultados dependerán de las potencialidades político-culturales y comunicacionales de los espacios receptores, más que de los aspectos meramente técnicos y estéticos del proceso de comunicación, las posibilidades de construcción cultural autónomas con respecto a la cultura dominante, son fundamentales. Ello implica reconocer que, mientras las cúpulas emisoras de la cultura dominante, procuran dar a sus mensajes la máxima *Verosimilitud*, a partir del manejo eficiente de códigos y tecnologías, la *credibilidad* que los receptores otorguen a los mismos obedece a factores, político-económicos y socioculturales propios de cada espacio, antes que a los diversos aspectos del proceso de comunicación únicamente. Numerosas experiencias demuestran que es posible neutralizar las intencionalidades de los emisores desde el campo receptor, cuando en este existen capacidades de autoconocimiento y autogeneración suficientes.

COMUNICACIÓN TELEVISIVA Y GÉNESIS DE UN PARADIGMA DE FEMINIDAD

Todo proceso de comunicación constituye, paralelamente, un proceso de organización del espacio y receptor de los mensajes en torno a la aprehensión de los mismos y un proceso de evaluación de ese espacio. Ambos se reflejarán en la estructura y contenidos del mensaje emitido. Por esta razón, nivel simbólico, nivel estético y modos de producción -apropiación de los mensajes no son elementos aislados, sino interrelacionados.

El modelo televisivo *dominante* (10) persigue dos objetivos principales; uno de carácter material -agilizar los procesos de acumulación de capital- y otro de tipo simbólico: imponer una matriz de significación funcional al proyecto histórico de las clases y sectores dominantes. Los dos objetivos son complementarios y la eficiencia de uno refuerza la del otro de manera recíproca. Es tan

importante el control que se ejerce al cercenar las posibilidades organizativas y creativas autónomas de los receptores como la *labor pedagógica* que se lleva a cabo a través del nivel simbólico de la programación. Estos dos aspectos complementarios se sustentan en procesos de evaluación y autoevaluación -del lado de los emisores- que inducen procesos de evaluación de la realidad social y de autoevaluación -por parte de los receptores cuya esencia es político-ideológica.

El emisor evalúa al receptor y se autoevalúa, el saldo de esas operaciones se traduce en el mensaje. Ese proceso, que se inscribe en el marco más amplio de las relaciones sociales y de las posiciones que emisor y receptor ocupan dentro de ellas, es ideología (11). Y puesto que el fin perseguido por los emisores es la internalización de una matriz de significación que, entre otras funciones, supone la generalización de la ideología de las clases y sectores dominantes, sus evaluaciones de los receptores tenderán a omitir, encubrir o desfigurar los aspectos de la realidad de estos que resulten contradictorios o antagónicos a su proyecto. La subvaloración o la desfiguración lisa y llana de las potencialidades creadoras y transformadoras de las clases y sectores percibidos como amenaza -latente o en acto- hacia dicho proyecto, es una constante del modelo televisivo dominante. Como contrapartida, la autoevaluación ofrece una idealización de los rasgos que presuntamente caracterizarían a los referentes pertenecientes al campo ideológico de los emisores.

¿Cuáles son esas clases, sectores y grupos que por una u otra causa son percibidos como amenaza potencial, desde el *establishment* de la comunicación dominante?

Obviamente, los oprimidos, potencialmente disconformes con la posición que históricamente les ha sido asignada dentro del entramado de relaciones de poder vigentes. Clases populares, minorías étnicas, mujeres, en tanto impugnadoras latentes de las diferentes formas de opresión, explotación y discriminación que sobre ellas se ejerce -y que la comunicación y la cultura dominantes procuran encubrir y legitimar- son *objeto* de procesos evaluadores que indefectiblemente les adjudican paradigmas estereotipados (12). Estos se organizan en sistemas simbólicos estructurados en los géneros televisivos, que a la vez son estructurantes de la realidad, ya que instituyen un modo peculiar de experimentar y clasificar lo real. Esta última sería la función *gnoseológica* que los estereotipos, como todo sistema simbólico, cumplen, pero al mismo tiempo desempeñan una función *enmascaradora* y otra *sustitutiva*.

Como toda cultura dominante, la de masas oculta las razones que están en la base de su universalidad, que lejos de obedecer a la genialidad de sus creadores o a la “planetarización” operada por las modernas tecnologías electrónicas comunicacionales -independientemente de que esos factores también puedan estar presentes- se debe a un modo de producción-apropiación cultural, compartido por las clases y sectores dominantes de las distintas sociedades nacionales, el cual configura un modelo prácticamente universal. Si bien dicho modelo tiene como soporte a la división de la sociedad en clases -y la consiguiente desigual apropiación de conocimientos y bienes culturales, así como la desigual participación en los procesos desde los cuales ellos se generan, seleccionan, acumulan y distribuyen se perpetúa a través de una matriz de significación común a determinada trayectoria cultural más allá de las diferentes ideologías y sistemas socio-políticos surgidos de ella. El rasgo común a la trayectoria que genéricamente llamamos *civilización occidental* es la intolerancia a *lo otro*, distinto, ajeno o contradictorio con el corpus cultural hegemónico. La expropiación de componentes de patrimonios culturales diversos y su incorporación subordinada a ese corpus hegemónico, está en la base de los procesos de generación-selección-acumulación-apropiación cultural realizados desde esa perspectiva. Enmascarar el carácter social, económico e ideo-político de dichos procesos y las propiedades cuestionadoras y transformadoras de otros SCC y discursos existentes en la sociedad, es un requisito primordial de la hegemonía de una subcultura sobre las restantes. Disimular las relaciones de poder que rigen la producción-apropiación de los bienes culturales, ofreciendo una coartada sustitutiva -estética, tecnológica, u otra- para explicar las desigualdades en materia de participación en aquellos procesos implica, por otra parte, segregar e invalidar a lo otro. La *cultura de masas* y la comunicación televisiva que es parte esencial de ella, retoman esa matriz cultural, llevándola a sus últimas instancias y haciendo de la disimulación, la simulación (13) y la sustitución, los mecanismos privilegiados de su funcionamiento.

El discurso de poder autoritario, subyacente a la programación del modelo televisivo dominante, (14) se maneja constantemente con dos sistemas de referencialidad excluyentes: uno de signo positivo -*nosotros*- y otro de signo negativo -*lo otro*-. Los emisores utilizan esos dos sistemas en la construcción de los mensajes a través del uso eficiente de los códigos de verosimilitud, mientras que remiten la credibilidad a ellos al aval dado por una matriz de significación a la que se considera universal. De esto se desprende que la referencialidad positiva se sustenta en símbolos, valores, fórmulas narrativas y componentes estéticos que aluden -denotativa o connotativamente- a un corpus cultural hegemónico, pero desecha referirse a los rasgos concretos -y por consiguiente contradictorios de realidad alguna. El principio de autoridad que rige al discurso es lo consagrado, lo ya dicho y generalizado; el poder simbólico internalizado por los receptores. Así, cada discurso particular se inscribe en y contribuye a, una *memoria narrativa* con la que se pretende sustituir la *memoria histórica* de los contextos de recepción concretos. Sin embargo, esa memoria narrativa erigida en referente universal, es parte de la memoria histórica, desde que a partir de ella se establecen experiencias culturales y modos de conocimiento y de clasificación de lo real.

De manera correlativa, la referencialidad negativa *-lo otro-* supone la presencia de una matriz de significación no universal, calificada subyacentemente de irracional o prelógica.

Ello alude a un corpus cultural concebido como espontáneo o a-sistemático, en cuya elaboración no han participado los especialistas. La referencialidad negativa de la otridad, remite a los símbolos, valores y componentes culturales pertenecientes al campo de lo -social y culturalmente- dominado.

Esta proclividad al establecimiento de taxonomías bipolares que lleva a la clasificación *jerarquizada* de lo cultural, se nutre del más puro racionalismo, aunque en su andar derive hacia irracionalidades notorias. Desde este enfoque, la noción de acción humana racionalmente guiada -aunque sea depredatoria en sus fines últimos- se asimila al término *civilización*. Lo restante, otras formas de pensamiento y acción, es confinado a la categoría de *naturaleza* (o *barbarie*); especie de infancia de la humanidad. *Civilizar* deviene, entonces, en sinónimo de despojar a lo *otro* de su *otridad* para imponerle *el nosotros*; es decir, encubre y legitima los procesos de opresión. A los integrantes del campo cultural dominado, la cultura dominante ofrece la alternativa -ilusoria- de sellar su pertenencia al nosotros, mediante la internalización de su matriz de significación y la consecuente adopción del marco de referencia que aquella entraña. Con ello se estará legitimando una legalidad arbitraria y la situación de dominación impuesta, con relativa independencia de las posiciones que los dominados ocupan en el sistema de relaciones de poder vigente. En estos procedimientos consistentes en sustituir el marco de referencia de los receptores, por el marco de referencia de los emisores, en general antagónico a los intereses de aquellos, debe verse el basamento de los procesos de simulación que impulsa la *cultura de masas*.

En relación a la mujer, la *tarea civilizatoria* que se autoadjudica la comunicación televisiva dominante, promueve procesos de simulación, disimulación y sustitución exacerbados. Ella demuestra, asimismo, que el mito unificador por excelencia que rige la producción de la cultura de masas -y en particular de la comunicación televisiva- tiene sus raíces en una tradición atávica. En efecto, el mito de *modernidad* que obra como amalgama de los distintos fragmentos del discurso televisivo dominante y sintetiza los sistemas de estereotipos de feminidad en una función paradigmática, enmascara la diseminación de los valores más arcaicos y conservadores bajo el disfraz de los recursos "novedosos" que proporciona el medio. Para la tradición de la civilización occidental, la mujer encarna las fuerzas misteriosas, ocultas o demoníacas de la naturaleza. La *otridad* que se le atribuye de este modo, puede transformarse y devenir integrante del nosotros, en tanto someta a éste aquello que la define como tal: su sexualidad, su específica identidad bio-psico-social. De esa tradición surgen dos grandes paradigmas de feminidad, retomados y reelaborados a lo largo de la historia por distintas expresiones culturales y géneros artísticos: la *mujer-ángel* (esposa, madre, hermana) que es portadora de la referencialidad positiva -sometimiento al nosotros- y la *mujer-demonio* (prostituta, amante, "la otra") que sintetiza la referencialidad negativa, en tanto no es controlada por la normativa del *nosotros*. Ambos ofrecen una visión de lo femenino como personalidad inconclusa. Desde el campo científico -insospechable de todo rasgo de irracionalidad- esa antigua percepción es corroborada -y sistematizada- por el psicoanálisis freudiano al atribuir el factor distintivo de la psicología femenina al complejo de castración (15).

En suma, esa *otridad* femenina, supuestamente conformada por una mezcla de: misterio, inconclusión y sabiduría -propia de la naturaleza- y que arroja como saldo: amenaza, tiene como única posibilidad de recuperación, la adquisición identificatoria de aquello que le falta, a través del proceso domesticador impuesto por el *nosotros*. En este caso la normativa patriarcal dominante.

Tal sentido arcaico de lo femenino está anclado en una matriz de significación que permea los terrenos más diversos: desde la legislación de la mayor parte de nuestros países, hasta la vida cotidiana, pasando por los distintos campos de la producción artística. Junto a ella se abre paso, desde dentro de la cultura patriarcal dominante, una racionalidad que la niega proponiendo significados que aún no llegan a integrar una nueva identidad femenina "completa".

Si estos rasgos arcaicos adjudicados a lo femenino se manifestaran abiertamente en el discurso televisivo, ello plantearía un serio conflicto a los emisores por cuanto las mujeres, además de constituir la mayor parte de las audiencias, conforman el segmento definitorio del consumo que el medio impulsa. Por lo que, la resolución de ese conflicto potencia transita por la fractura esquizoide presente en el significado de lo femenino, en las diferentes sociedades. Esto se manifiesta en el discurso televisivo, a partir de la apelación constante a los dos sistemas de referencialidad antes enunciados y las combinaciones -de variabilidad restringida- entre los estereotipos que de ellos se derivan.

Un vistazo a las diferentes categorías de la programación, permite apreciar que cada una de ellas maneja códigos estereotipados en tomo ala feminidad, los que en su conjunto sintetizan el paradigma de *mujer-TV* que sustenta el discurso de poder de los emisores, subyacente a la programación (16). Tanto las imágenes femeninas, como los signos auditivos con los que construyen los diferentes discursos parciales, confluyen hacia la afirmación de aquel paradigma, con escasas o nulas contradicciones. Salvo las que emanan de la carencia de un referente concreto, perteneciente a la realidad social. La *domesticación* de la imagen femenina, con mayor o menor grado de complejidad en la elaboración del discurso, ya sea mediante la fetichización, el exhibicionismo o la subordinación directa al rol masculino, reactualiza el significado de lo femenino como personalidad inconclusa.

Si bien la descomplejización de la temática abordada es una de las características que definen al discurso televisivo, en el caso de la mujer ella adquiere una dimensión ideopolítica fundamental.

TELENOVELA E IDEOLOGIA DE LA FAMILIA; EL PARADIGMA DE UNA FEMINIDAD DOMESTICADA

Una categoría privilegiada de la programación, dirigida básicamente a las mujeres es la de *Telenovelas* (17). Aunque la importancia del tema merecería un análisis exhaustivo, parece pertinente ofrecer una síntesis, de las observaciones efectuadas, aún a riesgo de caer en simplificaciones, en tanto el género presenta una serie de constantes que ilustran los conceptos expuestos.

La telenovela clásica latinoamericana, conjuga esquemas dramáticos derivados del melodrama y estructuras propias del folletín, sus antecesores genéricos inmediatos, así como fórmulas narrativas heredadas del radioteatro y la fotonovela, también inspirados en los dos primeros. Las heroínas típicas de las telenovelas demuestran cómo operan los dos sistemas de referencialidad elaborados en tomo a lo femenino y de qué manera la *otridad* adjudicada a la mujer; referencialidad negativa, se transforma en positiva cuando se subordina al marco de referencia propuesto por el *nosotros*.

Esa subordinación implica: a) la aceptación de un esquema de relaciones del tipo dominador -dominado; b) la interiorización de una matriz simbólica que ratifica la referencialidad positiva del rol femenino dominado y del masculino dominante; c) la correspondencia entre la asunción de ese rol -a nivel privado- y la reproducción -material y simbólica- del sistema de relaciones sociales dominante; d) la imposibilidad y futilidad de todo intento por transformar la correlación. De fuerzas dentro del subsistema familiar y del sistema -social.

La tipología de valores y símbolos propuesta es de carácter bipolar, y lejos de aludir a referentes pertenecientes a la realidad histórico-social, remite fundamentalmente a la memoria narrativa de los receptores, a los que se supone familiarizados con los géneros precedentes. La preeminencia del discurso sobre lo ya dicho, en lugar del discurso sobre lo real, conlleva una selección de códigos a nivel del lenguaje audiovisual, que es más o menos constante y se basa en la confirmación de aquello que Barthes denomina las *certidumbres del lenguaje* (18). La descomplejización extrema de los conflictos y caracteres dramáticos puede plantearse como un metadiscorso puramente ideológico, el cual centra el drama humano en la búsqueda de la identidad concebida, como *revelación* individual.

Los personajes

Los personajes están diseñados de acuerdo a una tipología bipolar y los cruces que de ella se desprenden:

Pobre bueno	Rico malo
Rico bueno	Pobre malo
Feminidad positiva	Feminidad negativa
Masculinidad negativa	Masculinidad positiva
<i>Caracteres dominados</i>	<i>Caracteres dominantes</i>

En este esquema, los equivalentes funcionan en sentido vertical y las oposiciones en sentido horizontal.

- La evolución de los personajes no está dada por motivaciones que se deriven de una tridimensionalidad en su construcción -niveles fisiológico, psicológico y social- sino que predomina en ellos una *psicologización estereotipada*. Esta absorbe los conflictos de distinto tipo, asimilándolos a ese patrón.

- Las transformaciones de los caracteres no obedece a una *causalidad* dramática ya que domina la casualidad y el azar.

- La trama prevalece sobre la construcción de los caracteres dramáticos.

- Los sistemas de referencialidad -positivo y negativo- adjudicados a los personajes femeninos, se expresan en los paradigmas ya mencionados: *mujer-ángel* y *mujer demonio*.

- La referencialidad positiva, además de circunscribir el ejercicio de la sexualidad al ámbito de la institución familiar, connota los estereotipos sobre lo femenino que establece la matriz de significación dominante: inexperiencia, ingenuidad, pasividad, emotividad, dependencia, masoquismo, etc.

- La referencialidad negativa, connota los estereotipos que aquella matriz atribuye a la masculinidad positiva: experiencia, sagacidad, actividad, racionalidad, independencia, sadismo, etc.

- La heroína responde al paradigma de referencialidad positiva, mientras que su oponente femenina, al de referencialidad negativa. Existe una correspondencia, en materia de sistemas de estereotipos, entre los personajes femeninos de referencialidad positiva y los personajes masculinos pobres.

- Los personajes varían sus posiciones en el sistema de relaciones imperante, a partir de rasgos predeterminados que va descubriendo el desarrollo de la trama, antes que por modificaciones sustanciales de sus conductas y actitudes.

La trama

- Una intriga mayor, policial o amorosa, se desarrolla a lo largo de los diferentes capítulos, acompañada por intrigas menores de resolución más corta, las que establecen los puntos de suspenso en cada capítulo.
- El ámbito privado -familiar- es el eje de los conflictos y de la interacción entre los personajes.

- Las referencias al espacio social son restringidas a una normativa que controla la familia al introducir en su seno otras instituciones (política, religiosa, educativa, militar etc.).
- La existencia de identidades ocultas y repentinamente reveladas, se vincula a un hecho misterioso o secreto en el pasado de algunos personajes, el cual condiciona sus conductas presentes.
- El secreto se transforma en *prueba comprometedor* cuyo conocimiento confiere poder a unos personajes sobre otros. El chantaje es un componente frecuente, aunque sus móviles varían desde los económicos, hasta el logro de poder o la conquista del, amor.
- La inocencia perseguida, la enfermedad, el sufrimiento constituyen *pruebas* que los personajes -preferentemente los femeninos- deben sortear con resignación para acceder a *la felicidad*.
- El logro de *la felicidad* es el premio que corresponde a quienes hayan sorteado con éxito las *pruebas*.
- Un daño y su posterior reparación o una culpa y su consecuente expiación, pueden producir la *conversión* de aquellos personajes cuya referencialidad inicial haya sido negativa.
- El pasaje por las pruebas que reparan o expían es inducido por un agente -personaje de referencialidad positiva- perteneciente al ámbito de la familia, o adherente a su normativa, y lleva a la adquisición de los símbolos considerados positivos, junto con el logro de la felicidad.
- La virtud y el pecado; la culpa y el castigo, son los polos entre los cuales se desplazan las transformaciones.
- El espacio y su posesión es un elemento clave de los conflictos y su resolución.
- La familia es quien tiene el rol protagónico dentro del espacio, al administrar la culpa y su expiación, la condena y la rendición, el daño y su reparación. La ruptura del orden y la armonía dentro del espacio privado, proviene de un agente exterior al mismo, o de un agente interno que cuestiona la normativa impuesta por la familia (una forma de connotar exterioridad al ámbito privado).
- El desenlace implica la restitución del orden y la armonía con el triunfo de la normativa familiar.

Los símbolos

- Prevalece una noción de oposición entre el espacio público político-social y el privado.
- El poder económico y el poder simbólico se interrelacionan y están ligados a la *posesión* del espacio, o del dinero. Espacio familiar, éxito en los negocios, percibir una herencia, alto nivel de consumo, suponen reconocimiento social, prestigio, éxito amoroso.
- Las fluctuaciones de posición, dentro del esquema de relaciones dominador-dominado, se vinculan con la posesión, -o no posesión- y con el logro, o no logro- del poder simbólico.
- La injusticia se presenta como una fatalidad originada en la maldad intrínseca de quienes la motivan, con independencia de una causalidad social. Por lo que las relaciones de dominación y/o sometimiento son presentadas como oposiciones entre *caracteres buenos* y *caracteres malos*.
- La aceptación resignada de la injusticia, el estoicismo, el sacrificio, constituyen la *prueba* que determina la movilidad dentro del esquema de relaciones planteado.
- La omisión de toda causalidad social señala la validez excluyente del logro individual, el que a su vez se conecta con la capacidad de autocastración.
- El matrimonio, la constitución de una familia y la prevalencia de la normativa de esta, son presentados como equivalentes del triunfo *del amor* y por supuesto como meta de felicidad universal.
- El logro de la *felicidad universal*, señala el triunfo de la *legalidad dominante*, cuya legitimación opera por un sistema de tipo circular: felicidad universal es = a restitución del orden = a posesión (poder material y simbólico) = a armonía (castigo a los *malos* y *premio* a los *buenos*)= a triunfo de la virtud. Así los medios empleados para lograr el fin quedan legitimados por la intrínseca legitimidad de éste. De manera correlativa, la trasgresión a la *legalidad* dominante, invalida los medios del trasgresor por la ilegitimidad de sus finalidades.
- La afectividad humana es presentada como fin y como medio, simultáneamente. Fin último de las acciones dirigidas a concretarlas en la meta de *felicidad universal* y medio para el acceso al poder material y simbólico que aquella representa.
- Para los personajes femeninos, la consecución o no de esa meta, *depende* de los personajes masculinos. La heroína accederá a la felicidad universal -y al logro del poder material y simbólico que ella supone- mediante su matrimonio con el héroe. La intervención de un *benefactor desinteresado* (figura patriarcal) puede ayudar a concretarla. El reconocimiento masculino equivale al reconocimiento social, el no reconocimiento a la condena social.
- *La felicidad universal*, remite a la necesidad de que los personajes femeninos se sometan a la normativa de la familia patriarcal e indica la incorporación, subordinada, al *nosotros*. Esto equivale al acceso al paraíso, sólo posible para quienes hayan sorteado las *pruebas* y dado muestras fehacientes de su referencialidad positiva. Los personajes femeninos que no hubieran podido lograr esto, serán reafirmados en su referencialidad negativa y excluidos del paraíso. Vale decir, condenado a la *otridad* que es sinónimo de infelicidad.
- El microcosmos de las relaciones familiares representa una sociedad ideal -abstracta- donde finalmente todos hallan el lugar que les corresponde; los transgresores el castigo, los reproductores el premio. Esta afirmación de la familia como sociedad reproductora superlativa es garantía de la reproducción -material y simbólica- del sistema.

- La familia típica connota las pautas y valores de las clases sociales, media-alta y medias urbanas. Aunque se incluyan personajes presumiblemente pertenecientes a otros medios sociales y áreas geográficas, si su referencialidad es positiva, sus conductas, actitudes y cosmovisión, corresponderán a aquel marco de referencia. El desprendimiento de aquellos de su propio marco de referencia, connota la inexistencia de antagonismos sociales.

- *La otridad* adjudicada a lo contradictorio con respecto al *nosotros* connota al espacio público-social, contrapuesto al ámbito de lo privado-familiar. Ese espacio, del cual provienen las amenazas de ruptura del orden, el equilibrio y la armonía, que supuestamente preservan la integración de la familia, configura un peligro latente de desintegración, el cual debe ser conjurado por esta.

- La ley de interdicción aplicada al espacio social sirve para reafirmar aquellos valores, tan caros a las clases medias, como para señalar al objeto que representa -y canalizar- los medios fóbicos de dichos sectores sociales. El mantenimiento del sistema, del que la familia se constituye en *alter ego*, supone el triunfo de la *civilización* sobre la *barbarie*, fundado en el renunciamiento a toda praxis social.

Lo hasta aquí expuesto nos lleva a interrogarnos sobre la articulación entre los verosímiles narrativos propuestos por la telenovela y lo verdadero, en términos socio-históricos. En ese sentido podemos manejar algunas hipótesis.

La telenovela latinoamericana surge y se expande en un contexto signado por una crisis crónica. Ella compromete a todas las instancias de nuestras sociedades y se agudiza al profundizarse los procesos de desacumulación y desnacionalización promovidos por el modelo de desarrollo capitalista dependiente. Esto se manifiesta en un creciente desgaste de las instituciones políticas, económicas, sociales, así como en la erosión de su legitimidad y consiguiente capacidad para gestar consenso y credibilidad. Dentro de ese cuadro general, la familia -pese a la crisis que también la afecta- aparece como un factor catalizador de expectativas, de carácter plurisignificante.

Desde el campo de lo dominante, la reafirmación de su rol reproductor se manifiesta como una importante misión ideo-política. Desde el campo de lo dominado la familia constituye, quizás, la única institución capaz de brindar seguridad a los individuos y grupos humanos, particularmente los pertenecientes a los sectores populares. En lo que se refiere a las mujeres de esos sectores, la conformación de una familia es una de las pocas vías de acceso al reconocimiento social que otras instancias les niegan. No es de extrañar que sean ellas las mayores consumidoras del género, en tanto sus mensajes ratifican, en definitiva, el rol rector de la única institución capaz de asegurarles un lugar en el mundo. Por otra parte, la telenovela remite a sistemas significantes arraigados en la memoria de nuestros pueblos. La religiosidad impulsada por el catolicismo desde la época de la conquista -e internalizada por los sectores populares- responde a sistemas de referencialidad bipolares, claramente emparentados con los que propone la telenovela. A partir de ellos se establece un sentido *demoniológico* de la vida que, si bien es potentemente cuestionado por las corrientes renovadoras de las iglesias cristianas, forma parte ya de una matriz de significación cristalizada.

La telenovela también se conecta con una memoria narrativa que está presente en las culturas populares, donde la creación y recreación oral de historias ocupa un lugar fundamental. Aunque en aquellas el relato oral se asemeja más a la creación colectiva del mito, e incorpora memoria histórica e identidades político-culturales, cosa que no sucede con la mayoría de los mensajes elaborados por la cultura de masas, estos incorporan códigos y claves interpretativas de lo real, comunes a esa tradición. Por ejemplo, la verbalización de los conflictos. En la telenovela, buena parte del drama es verbalizado o “contado” más que representado por medio de acciones. La exacerbación de los sentimientos, propia de la trayectoria “plebeya” del romanticismo, incorporada al campo de la cultura popular, es otro código común. Asimismo, eso es lo que hacían, el sacerdote desde el púlpito, interpretando las Escrituras como una lucha entre el bien y el mal y describiendo los horrores del infierno y las delicias del cielo, al igual que el relator de historias que buscaba impresionar a su público.

La articulación primaria y burda entre lo estético y lo ético, heredada del melodrama, suministra a la telenovela posibilidades de responder a un imaginario forjado desde una matriz cultural en la que existen elementos derivados de la economía familiar, pre-mercantil y pre-urbana y donde vida familiar y vida cultural; valores y lenguaje; sentimiento y conocimiento no están disociados (19).

La lectura de la realidad, a partir de “la clave del entendimiento familiar(20) proviene del melodrama y también está presente en las culturas populares. Ella ratifica la trascendencia social de los vínculos familiares, los cuales se “socializan” a nivel de la comunidad por medio de las relaciones de compadrazgo y reciprocidad que constituyen instituciones fundamentales en los sectores populares. Con ello, se socializan asimismo, las claves que codifican las maneras de pensar y clasificar lo real.

Tampoco pueden descartarse la función consolatoria (21) que llegarían a cumplir estos mensajes en sociedades violentamente dicotomizadas, donde la esperanza en un final feliz es desmentida por una vida cotidiana crecientemente alienante y deshumanizada. Las diversas modalidades de violencia generadas por los acelerados procesos de urbanización -llevados a cabo a costa del despoblamiento del campo y el hacinamiento y la marginalidad en las ciudades- hablan de una desintegración del tejido social, a tra-

vés de la ruptura de los lazos de solidaridad, las dificultades para el establecimiento de vínculos afectivos sólidos, la paulatina pérdida de la cohesión comunitaria y barrial. El discurso racional que justifica esos procesos desde una lógica "modernizadora", un profundo darwinismo social, tiene una credibilidad cada vez menor. No es de extrañar, entonces, la elevada aceptación de la cual gozan aquellos discursos *irracionales*, que ofrecen paraísos quizás más disfrutables que la cruda realidad de la dependencia, publicitada por los poderes político-tecnocráticos dominantes.

Por último, la importancia que adquieren los mensajes de distinto tipo que aluden al problema de la identidad, en sociedades mestizas, ancestralmente sometidas a procesos culturales depredatorios en ese sentido, no puede soslayarse. Estas hipótesis de trabajo, provisionarias, se sustentan en la cada vez más arraigada certidumbre de que el éxito de público de ciertos géneros y discursos debe llevarnos a indagar en los modos de uso que les imprimen sus destinatarios. En la medida que los sistemas simbólicos son plurisignificantes, indagar en los factores que intervienen en la definición de sus significados finales, remite al análisis de las necesidades presentes en los contextos de recepción, antes que al de la estructura de los mensajes o al de las intencionalidades y funcionamiento de los contextos de emisión.

La *domesticación* de la mujer, de su imagen y de su trabajo, se vincula a los procesos de acumulación capitalista -de los cuales constituye un soporte esencial-, así como a la persistencia de una matriz de significación cultural, común a la trayectoria de la civilización occidental que la actual *cultura de masas* reactualiza. Las características que aquellos procesos asumen en las sociedades dependientes son de desacumulación y desnacionalización y las implicaciones que adquiere dicha matriz de significación, son las de legitimarlos. Su permanencia es parte indelible de las funciones de reproducción del bloque de poder histórico que cumplen todas las culturas dominantes. Por consiguiente, la situación de la mujer, las imágenes y concepciones que de ella circulan de manera preponderante en cada sociedad están íntimamente vinculadas con las exigencias de la hegemonía.

Si bien los cambios estructurales instalan condiciones cualitativamente superiores para la lucha por la emancipación femenina, no erradican concepciones de la mujer que obedecen a una matriz de significación cristalizada. Esto implica que existe un poder simbólico cuya perpetuación debe ubicarse en el campo de la cultura y, particularmente, en sus sistemas de producción.

El SCC de la cultura dominante, concebido con la única forma posible de encarar los procesos de generación-selección-acumulación-apropiación de los productos, consagra como universales modos de organización de los espacios receptores de los mismos -y de evaluación por parte de los emisores- cuya esencia es autoritaria. La *cultura de masas* y la comunicación televisiva, que constituye uno de sus campos de producción privilegiados, llevan a sus últimas instancias ese autoritarismo, desde el momento que la progresiva ampliación de las bases consumidoras es correlativa a la concentración y centralización de los procesos por parte de reducidas cúpulas emisoras. Así, los productos emergentes se transforman en *medios* para el logro de finalidades ajenas a los intereses de sus destinatarios concretos, en lugar de responder a sus necesidades. Esto es claro en los mensajes dirigidos a las mujeres y en los que, sin estar expresamente destinados a ellas, utilizan la imagen femenina con fines diversos. Ellos cumplen funciones de disimulación, simulación, sustitución que apuntan a la reproducción, material y simbólica, del sistema de relaciones de poder que él adjudica a la mujer un rol subordinado, para lo cual apelan a estereotipos que establecen paradigmas de feminidad domesticada. En la medida que, nivel simbólico, nivel estético y modos de producción-apropiación de los mensajes constituyen aspectos interrelacionados, las transformaciones en materia de contenidos son indelibles de los cambios en las instancias desde las que ellos se generan y difunden. Por tal motivo, más que verse en los mensajes mismos las razones de la violencia cultural ejercida sobre la mujer, ellas deben ubicarse en el SCC del que aquellos son tributarios.

En tanto la credibilidad que los receptores otorguen a los discursos que los productos culturales vehiculan, depende más de las potencialidades críticas y creadoras existentes en los contextos destinatarios que del empleo de los códigos de verosimilitud por parte de sus emisores, el desarrollo de ellas es vital para revertir las intencionalidades que guían a estos. A partir de constatar que los procesos de desacumulación y desnacionalización que afectan a las sociedades dependientes, tienen particular importancia en el terreno de la cultura- por las consecuencias que de ello se derivan en todos y cada uno de los campos de la actividad social, la promoción de un auténtico desarrollo nacional, debe contemplar al cambio cultural como una de sus prioridades. En ese sentido, las culturas populares nacionales conforman un campo de primerísima importancia, por la presencia en ellas de un SCC cuyos rasgos democratizadores, autogestivos y participativos constituyen un factor político ideológico y social imprescindible para la construcción de una cultura liberada y liberadora.

Ello no se opone al hecho de que se trata de un campo cultural que por su situación histórica de dominación requiere de procesos transformadores, en cuanto también contiene elementos arcaicos y conservadores. Pero la cuestión fundamental a plantear es la perspectiva desde la cual encarar esas transformaciones. La *cultura de masas*, según sus propios objetivos y los intereses que representa, y mediante los procesos que caracterizan su SCC, también induce modificaciones en lo popular, en la misma medida que se surte de *insumos* de él. De igual manera para muchos sectores ilustrados, este constituye un campo folklórico que es necesario *preservar* a fin de mantener sus rasgos autóctonos. Independientemente de los distintos significados que lo autóctono y lo popular puedan adquirir

-de acuerdo al campo cultural, dominado o dominante, desde el cual se lo decodifique- ambas percepciones coinciden en asimilarlos al status de objetos. Para la *cultura de masas, lo popular* aparece como terreno de expropiación y de uso, para las élites ilustradas como objeto exótico de contemplación. Tal coincidencia puede atribuirse a que ambas perspectivas interpretan a lo popular desde el campo de la cultura dominante.

Sin embargo, transformar las relaciones de dominación que regulan los intercambios entre las diferentes subculturas de una sociedad, es la única manera de que las clases y sectores -entre ellos las mujeres- que en la actualidad son considerados objetos por la cultura dominante, devengan sujetos. De este modo, sus intereses y sus prácticas culturales dejarán de estar divorciados y estas últimas pasarán a formar parte de una praxis humana integral. Esta es la enseñanza que nos brinda el SCC de las culturas populares nacionales, de allí que ubiquemos en ellas el germen de todo cambio cultural.

De lo expuesto se desprende que, aunque el *campo cultural* (22) se articula con las estructuras económico-sociales y los sistemas de poder político, el carácter de esa articulación no es el de una causalidad lineal, o mecánica. Esto se evidencia por el hecho de que los cambios en aquellos órdenes no se traducen de manera automática en cambios en los sistemas de relaciones que rigen los modos de producción-apropiación cultural. Podemos decir que los primeros son condición necesaria, pero no suficiente, para los segundos.

En el presente, los medios masivos de comunicación y en particular la televisión, por su incidencia cuantitativa y cualitativa, conforman instancias prioritarias a cuya transformación debe atenderse para el desarrollo de una cultura nacional liberada y liberadora. Ellos tienen una importancia fundamental por el papel que cumplen como articuladores de la cultura y la identidad nacionales, al procesar y distribuir informaciones y conocimientos que se generan en las diversas áreas de la sociedad y de los que provienen de otros espacios y etapas históricas. Esa importancia crece con el desarrollo de las nuevas tecnologías electrónicas y las consecuencias que de ellas se derivan en cuanto a la transnacionalización de la cultura y la información, mediante el abatimiento de las fronteras nacionales, debido a la concentración de los recursos tecnológicos en escasos centros mundiales de poder.

Esto puede conducir a una nueva forma de colonización de nuestras sociedades. Dentro de ellas, la situación de marginación que han venido padeciendo las mujeres, las toma en un espacio preferencial para el ejercicio de la *pedagogía de la dominación*. El alto poder de penetración que tienen en las audiencias femeninas, las telenovelas y los mensajes desidentificadores, en el sentido de ser antagónicos a los reales intereses de aquellas, sólo se explican por esa situación. Vale decir, no son las imágenes y paradigmas femeninos que circulan de manera dominante en nuestras sociedades los que producen el subdesarrollo cultural, sino a la inversa. Es el subdesarrollo cultural en el que está sumergida una parte considerable -por no decir mayoritaria- de la población femenina latinoamericana el que facilita la penetración de esas imágenes. Y si por desarrollo, en tendemos la realización plena y armónica de las potencialidades creadoras individuales y sociales, debemos convenir que el mismo no será posible hasta que la realidad de la mujer, y en consecuencia su imagen en los medios, cambie radicalmente.

RECOMENDACIONES

De lo hasta aquí expuesto surge que, las acciones y planes que permitan modificar la imagen femenina en los medios, comprenden tanto a este campo como a las restantes áreas del quehacer social. Con respecto al campo de la comunicación creemos necesario:

- Orientar la investigación comunicacional hacia los contextos receptores, antes que a los emisores o al análisis de los mensajes considerados exitosos. Dentro de esto, es, preciso tener en cuenta que el criterio mercadotécnico vigente en los estudios de audiencias -y la sacralización del dato cuantitativo que esto implica- no es idóneo para una investigación que aspire a lo cualitativo. Esto es, al modo de uso de los mensajes, sin lo cual muy poco seguiremos sabiendo de las “múltiples determinaciones” (23) de cuya síntesis surge lo concreto. De ello se deriva la necesidad de construir nuestros propios instrumentos de análisis; el marco teórico que permita interpretar adecuadamente los datos obtenidos, puesto que no existen métodos o técnicas neutros en términos ideológicos y políticos. La adopción del método empirista cuantitativo, derivado de la sociología funcionalista norteamericana, significa una opción ideológica. Al margen de la utilidad instrumental que pueda ofrecer para obtener una información cuantitativa, debe complementarse con alternativas metodológicas que permitan organizar los datos en el marco de las relaciones sociales vigentes en cada contexto histórico, para extraer de ello reflexiones que apunten al conocimiento cualitativo de las audiencias. Redefinir los parámetros de efectividad de los medios, desde una perspectiva crítica en relación a los modelos de comunicación y los SCC dominantes, a fin de arribar a marcos de referencia congruentes con nuestros marcos de pertenencia y nuestros proyectos históricos, para la producción artístico-cultural y para la comunicación. Los modelos de comunicación y cultura dominantes no constituyen una esencia *universal*. Ellos surgieron y evolucionaron ligados a determinados marcos socio-históricos y a proyectos nacionales concretos. Desarrollar nuevos y diferentes modos de producción -apropiación cultural, es algo que debe verse como directamente conectado con la creación de otros contenidos y fórmulas estéticas. Los cambios en estos niveles y en las formas de uso de los mensajes, suponen cambios radicales -en los sistemas de relaciones que rigen los procesos que van de la producción a la apropiación de los mensajes. Pretender lo contrario, equivale a afirmar la existencia de una metafísica de la estética, del arte y de la cultura.

- Estimular formas intermedias, descentralizadas y autogestivas para la producción-apropiación cultural y la comunicación, en tanto la diversidad en materia de contenidos es indisoluble de la pluralidad de medios y canales de procesamiento y difusión. El impulso a esa diversidad y pluralidad es la principal herramienta con que contamos para hacer frente a los intentos de uniformadores y fragmentadores de la cultura masiva transnacional.

- producción -apropiación cultural y la comunicación, en tanto la diversidad en materia de contenidos es indesligable de la pluralidad de medios y canales de procesamiento y difusión. El impulso a esa diversidad y pluralidad, es la principal herramienta con que contamos para hacer frente a los intentos uniformadores y fragmentadores de la cultura masiva transnacional.
- Incorporar la educación y alfabetización audiovisuales a los planes y sistemas de enseñanza. En general se suele circunscribir la relación entre comunicación y educación al empleo de los medios como soporte para vehicular contenidos educativos. Esta concepción ha quedado profundamente rezagada con respecto a la magnitud del desarrollo tecnológico aplicado al campo audiovisual, en la medida que deja de atender al hecho de que en plena civilización de la imagen, la mayor parte de nuestras audiencias son analfabetas en términos audiovisuales. Impulsar el análisis crítico de los mensajes emitidos por la comunicación dominante, desentrañando las intencionalidades de los emisores a través del empleo que hacen de los códigos de verosimilitud, es una forma posible de aprender y enseñar.
- Abrir canales orgánicos y sistemáticos de participación de los usuarios en el diseño y la ejecución de las políticas *nacionales* de comunicación y cultura (24) inexistentes en la mayor parte de nuestros países y en las diferentes instancias centralizadas de producción comunicacional.
- Dedicar especial atención a la organización y posibilidades de desarrollo cultural y expresión de las mujeres. Numerosas experiencias en muchos de nuestros países indican el potencial de creatividad y de lucha que existe en las mujeres pertenecientes a las clases y sectores populares. Ellas prueban que su aporte es imprescindible para la construcción de todo proyecto histórico transformador de la sociedad y de la cultura.

La garantía para neutralizar los efectos depredatorios de la *Cultura de masas* dominante y el autoritarismo de sus emisores actuales -y no reemplazarlo por el de otros con intenciones supuestamente educadoras- reside en alentar una *des-especialización* de los procesos culturales y comunicacionales. Proporcionar los instrumentos técnicos, los canales participativos y los espacios para la organización autónoma, que permitan a los actuales *objetos* de aquellos procesos autoconocerse, autoeducarse y expresarse, es la principal función que pueden desempeñar los especialistas. Es, igualmente, el único camino capaz de permitir que ellos devengan *sujetos* de su cultura y su historia.

Comunicar alude al hecho de compartir. Y compartir significa, sobre todo, comunidad de experiencias e intereses. ¿Cómo asegurar una comunicación no perversa; esto es: que responda a las reales necesidades de sus usuarios desde la perspectiva de sus intereses? No parece factible hacerlo, a través de evaluaciones que persigan como objetivo fundamental el *rating*. Por el contrario, evaluar al público como masa *objeto* de análisis es ya estar valorizándolo, colocándolo en la posición de consumidor. Algo muy distinto de conocerlo, descubriendo conjuntamente sus necesidades y aspiraciones; contradicciones y potencialidades, así como las propias, a fin de arribar a la formulación de las metas y mecanismos capaces de responder a ellas en un proceso de recíproco intercambio.

El *público* no es una masa anónima, sino un conjunto social compuesto por seres con identidades precisas y en continua modificación, las cuales no se revelan a la luz de un microscopio mercadotécnico, como tampoco los factores que inciden orientando su dinamismo en uno u otro sentido. Esas identidades se sienten, piensan y hacen a través de procesos sumamente complejos y contradictorios, sutiles y, a menudo, intraducibles a los términos de la investigación científica. Ello es así porque, a pesar de las mayores sofisticaciones tecnológicas, comunicación es y será una cuestión esencialmente humana. Al menos hasta que la tierra esté habitada por robots.

1. Adoptamos la definición de formación social de Pierre Bourdieu: "Un sistema de relaciones de fuerza y de sentido entre los grupos y las clases". Ella alude a la articulación entre poder económico y poder simbólico como instancia reproductora, y diferenciadora, social. P. Bourdieu y J.C. Passeron: "Elementos para una teoría del sistema de enseñanza", Laia, Barcelona, España, 1977. Ver también: Néstor García Canclini: "Desigualdad cultural y poder simbólico; la sociología de Pierre Bourdieu", ENAH, del Instituto Nacional de Antropología, México, Mimeo.
2. La intersección de lo nacional con lo popular, señala al sujeto histórico de un proyecto de cambio y liberación, como requisito de la construcción de la nación. Proceso aún en curso en las sociedades dependientes. Octavio Getino: "Cultura, Comunicación y Desarrollo en América Latina". Edimedio, México, 1984.
3. Si entendemos a la hegemonía como a la capacidad de una clase para ejercer la función de dirección moral e intelectual de la sociedad -lo cual requiere de la capacidad para gestar credibilidad y consenso hacia esa dirección- vemos que es una noción de aplicación relativa en las sociedades latinoamericanas. En estas, altamente fragmentadas y diferenciadas socioculturalmente, ese papel rector es objeto de una crisis casi permanente. Así, existe una combinación de hegemonía con dominación -imposición coercitiva que no depende del consenso- de composición variable según las áreas culturales. Podemos hablar de hegemonía si nos referimos a la religión -mayoritariamente católica- pero en cuanto a los campos de producción-apropiación artístico-cultural y de los hábitos y valores que rigen las prácticas culturales cotidianas, la violencia simbólica es el factor preponderante. Por otra parte, lo "hegenónico" en ese sentido, está conformado por prácticas, valores y símbolos que son expresión de una élite intelectual de escaso peso político, de donde deviene en marginal. Desde esta perspectiva la división entre un campo cultural dominante y otro dominado, compuesto por diversas subculturas oprimidas, parece más adecuada.
4. El concepto de Sistema Constructivo Cultural (SCC) debe entenderse como una categoría metodológica de análisis. (Ver: Susana Velleggia: "Que onda con la televisión mexicana"; Análisis preliminar de la programación televisiva del Distrito Federal, UNAM, México, 1984, Mimeo). Si vemos el campo cultural como sistema de producción de bienes organizado en torno a relaciones específicas, a partir de las cuales se crean instancias de generación-selección-acumulación-distribución-apropiación de los mismos, las que definen la lucha por la legitimidad cultural, encontramos que en una sociedad coexisten dos grandes SCC; dominante y dominado. El concepto apunta a establecer los aspectos básicos que permitan definir un campo cultural, evitando constreñirse para hacerlo, a las características estético-conceptuales de los productos concretos, siempre variables, plurisignificantes y mixturados. Las clasificaciones que apelan a dichas características para efectuar demarcaciones entre campos culturales presentan la deficiencia de caer en jerarquizaciones mistificadoras -cuando no elitistas, como es el caso de la escuela de Frankfurt- que concluyen en abstracciones encubridoras de los factores económico-sociales, políticos e ideológicos vinculados a los procesos que van de la generación a la apropiación cultural.
5. Sería más adecuado llamarla: cultura fabricada para consumo de las masas, por parte de cúpulas de poder económico, político y simbólico. Lamentablemente, las delimitaciones entre campos culturales hechas sobre la base de los rasgos estético-conceptuales de los productos confunden, en general, lo masivo con lo popular -cuando en realidad sólo podría hablarse de una relación de complicidad propia de los antagonistas- oponiendo a ello como única opción diferenciada la denominada alta cultura. Ésta es también una forma de omitir la existencia, en el campo popular, de sujetos sociales que son participantes activos en los procesos de producción-apropiación cultural, para asignarles el rol de meros consumidores. Un análisis medular sobre las relaciones entre lo popular y lo masivo puede hallarse en: J. Martín Barbero: "Memoria narrativa e industria cultural" en Comunicación y Cultura No. 10, Universidad Nacional Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, agosto de 1983.
6. Según Daniel Bell, la sociedad industrial se caracteriza por la coordinación de máquinas y hombres para la producción de bienes. La sociedad post-industrial, en cambio, se organiza en torno al conocimiento para lograr el control social y la dirección de la innovación y del cambio, que a su vez dan lugar a nuevas relaciones sociales y nuevas estructuras que *tienen* que ser dirigidas políticamente. Ubicar a la comunicación y la cultura en ese contexto exige dejar de percibir las como *derivados* del poder para entenderlas como *factores* del poder que, conjuntamente con otros conforman una red de multicausalidad de reforzamiento recíproco.
Daniel Bell: "El advenimiento de la sociedad post-industrial", Alianza Editorial, Madrid, España, 1976.
7. "Los estereotipos sígnicos constituyen una versión empobrecida, esquematizada (y por tanto distorsionada) de un sector de la realidad". Daniel Prieto Castillo: "Discurso autoritario y comunicación alternativa", Premiá, México, 1984.
8. Motivo por el cual, el comunicólogo Antonio Pasquali llama a esos procesos comunicacionales asimétricos: información. Término que no contribuye a aclarar la situación aludida, ya que en tal caso tendríamos que hablar de una información desinformante. Antonio Pasquali: "Comunicación y cultura de masas", Monte Avila Editores, Caracas, Venezuela, 1977.
9. Refiriéndose a P. Bourdieu, escribe García Canclini: "Hay tres funciones primordiales [de los sistemas simbólicos]: a) la integración real de la clase dominante, asegurando la comunicación entre todos sus miembros y distinguiéndolos de las otras clases; b) la interpretación ficticia de la sociedad en su conjunto; c) la legitimación del orden establecido, por el establecimiento de distinciones o jerarquías y por la legitimación de esas distinciones. Este efecto ideológico -señala Bourdieu- es producido por la cultura dominante al disimular la función de división bajo la de comunicación. La cultura que une al comunicar es también la que separa al dar instrumentos de diferenciación a cada clase, la que legitima esas distinciones, obligando a todas, las culturas (o subculturas) a definirse por su distancia respecto de la dominante". Néstor García Canclini, op. cit

10. El *modelo televisivo dominante* rige sus procesos por el SCC dominante y está constituido por las emisoras que se caracterizan por:

a) Un *modo de producción* teatralizado por instancias que conforman grupos de poder que concentran las decisiones sobre el manejo del medio, ya sea a través de mecanismos de control directos -propiedad- o indirectos: publicidad, burocracias, tecnocracias asociadas.

b) Una *forma de uso* que persigue objetivos lucrativos, en términos económicos e ideológicos, lo cual supone el establecimiento de un mercado de consumo de los mensajes que no tiene injerencia en las instancias decisorias del proceso comunicacional de tal modo de promover la defensa de sus intereses reales.

c) El criterio de *rating* para orientar los procesos comunicacionales, en general empleado como elemento de “sacralización empirista de los datos”. (Bourdieu) para enmascarar las necesidades reales de las audiencias.

d) La defensa de intereses sectoriales antes que sociales.

11. Daniel Prieto Castillo, op. cit.

12. Esto se expresa mediante convenciones -leyes del género- que articulan los arquetipos ideales con la cotidianeidad (J. Martín Barbero).

13. “Disimular es fingir no tener lo que se tiene. Simular es fingir tener lo que no se tiene. Lo uno remite a una presencia (que se desea ocultar) lo otro a una ausencia (que se procura rellenar). Al contrario de la utopía, la simulación parte del principio de equivalencia, de la negación radical del signo como valor, parte del signo como reversión y eliminación de toda referencia (...) La simulación envuelve todo el edificio de la representación tomándolo como simulacro. Las fases sucesivas de la imagen serían estas:

- es el reflejo de una realidad profunda

- enmascara y desnaturaliza una realidad profunda

- enmascara la ausencia de realidad profunda

- no tiene nada que ver con ningún tipo de realidad, es ya su puro y simple simulacro”.

Jean Baudrillard; “Cultura y Simulacro”, en: *La precesión de los simulacros*, Kairós, Barcelona, España, 1978. La disimulación, la simulación y la sustitución, también son mecanismos de los que se valen los discursos autoritarios.

14. Según Daniel Prieto Castillo, un mensaje es de estructura autoritaria cuando:

- “(...) intenta ofrecer una versión distorsionante y única del objeto o la situación a la que se refiere.

- Mediante un exceso de redundancia en los signos que incluye, busca proporcionar una información y sólo una al perceptor”. (Esto implica una descomplejización de la temática abordada que es neutralizadora de las contradicciones).

- Ejerce una “calificación de los datos ofrecidos al perceptor. Lo que presenta, no sólo es presentado, sino también calificado. Esto es algo común a todo tipo, de mensajes (en particular los audiovisuales), pero acá cuenta el grado de calificación de acciones y una redundancia en la calificación de personajes o situaciones. Ambas se entrecruzan, se apoyan para enfatizar una sola versión.

- Sus signos y sus expresiones (o sus imágenes en el caso de los icónicos) se caracterizan por una pobreza referencial, por la cual entendemos precisamente, el no presentar a fondo un problema (...) el explicitarlo en la medida que se lo utilizará para impactar al perceptor. (...) Está más orientado hacia el perceptor que hacia la realidad.

- (...) no se presentan nunca situaciones concretas, con todas sus contradicciones, sino situaciones empobrecidas, y empobrecidas por generalización. Se opera mediante una parcelación de lo referencial, pero a la vez se pretende que esa versión de lo colectivo tiene validez universal.

- Los emisores autoritarios trabajan sistemáticamente para atacar a personajes o situaciones que pueden perjudicar los intereses de la clase dominante. Esa desacreditación se produce a través de] empobrecimiento de los símbolos que pueden tener arraigo popular (símbolos de ruptura); del ataque directo, de la ridiculización (...) Cuando alguien es peligroso se lo desacredita directamente. Cuando deja de serlo se lo asume como algo pintoresco, folklórico. (...) Hemos denominado relación de asimilación a esos recursos utilizados por los emisores autoritarios: asimilación de lo disfuncional, de lo que ofrece posibilidades de ruptura, de desequilibrio del orden social vigente”.

El autor agrega:

“El polo superior del estereotipo es el prejuicio, el inferior está dado por las convicciones. (...) En situaciones de crisis, cuando el orden social no puede sostenerse, la difusión de visiones, versiones mejor, prejuiciosas, se convierte en obsesiva. (...) Cuando se producen las crisis, esa movilización requiere de una acción inmediata, por lo que la exageración, la desmesura, campean en los mensajes de estructura autoritaria”.

Daniel Prieto Castillo, op. cit. Podemos comprobar que los mensajes televisivos que aluden a la mujer utilizan -en diferentes combinaciones y gradaciones- todos estos mecanismos.

15. Según Sigmund Freud:

(en la mujer) “La importancia de la envidia del pene es indudable. Acaso lo juzguen un ejemplo de injusticia masculina si asevero que envidia y celos desempeñan en la vida anímica de las mujeres un papel todavía mayor que en la de los varones. (...) Adjudicamos a la femineidad, pues, un alto grado de narcisismo, que influye también sobre su elección de objeto, de suerte que para la mujer la necesidad de ser amada es más intensa que la de amar. En la vanidad corporal de la mujer sigue participando el efecto de la envidia del pene, pues ella puede menos que apreciar tanto más sus encantos como tardío resarcimiento por la originaria inferioridad sexual

(...). El hecho de que sea preciso atribuir a la mujer escaso sentido de la justicia, tiene relación con el predominio de la envidia en su vida anímica (...) También decimos acerca de las mujeres que sus intereses sociales son más endeble que los del varón, así como menor su aptitud para la sublimación de lo pulsional". Sigmund Freud: "Obras completas", Tomo XXII, *La feminidad*, Amorrortu Editores, Buenos Aires, Argentina, 1979.

Sin desmedro de sus hallazgos, las teorías de Freud sobre la mujer prueban que ni la ciencia es indemne a la internacionalización de la matriz de significación dominante -y prejuiciosa- sobre lo femenino.

16. Cebrián Herreros: "Introducción al lenguaje de la televisión", Pirámide, Madrid, España, 1978. El autor emplea el concepto de programación como discurso -de poder- continuo, el cual aplicado a lo femenino, permite verificar que desde las distintas categorías de programas y emisoras, existe un discurso de poder programático cuya unicidad cumple una función de amalgama de todas ellas. Esta consiste en la generalización de la matriz de significación dominante.

17. Susana Velleggia, op. cit. De la investigación mencionada surge que las telenovelas y teleteatros, ocupan 27 horas semanales de programación, a través de 14 programas, distribuidos en 4 emisoras. De las telenovelas analizadas allí "Amor ajeno" "Amalia Batista" "Un sólo corazón" "Chispita", "Bodas de odio" "El maleficio", todas son de origen local. El análisis fue realizado en 1984 y la importación de telenovelas brasileñas, que ofrecen quizás una mayor complejidad en el abordaje de los temas y personajes, así como un mejor nivel técnico-estético, fue posterior. Aunque con ligeras variantes las telenovelas venezolanas, en cambio, se asimilan al patrón mexicano.

Los conceptos, que se vierten en este punto constituyen una versión sintetizada -con algunos aditamentos- del capítulo correspondiente a la telenovela de la investigación citada. Ellos se refieren a los rasgos comunes detectados en las 6 telenovelas antes mencionadas, sin pretender generalizarlos a *todas* las obras pertenecientes al género, aunque *algunos*, sí son constantes del mismo.

18. Roland Barthes: "Crítica y verdad", Siglo XXI, México, 1983. El término pertenece al autor que lo aplica al lenguaje escrito, y de forma particular a cierta crítica literaria que opera sobre "las certidumbres de la lengua francesa, las certidumbres del diccionario", de donde se desprende que toda innovación es erradicada. Resulta adecuado emplearlo para referirnos al repertorio restringido de signos que utilizan el género, el cual constituye también una especie de *diccionario*, en formato de bolsillo... en la medida que ni siquiera abarca a una lengua, sino a una habla particular -leyes del género- que funciona sobre la base de interdicciones. Estas remiten a verosímiles narrativos que al conjugar lo dramático con lo moral, restringen las funciones del lenguaje a la *creación de un referente* (Reboul, 1980). De este modo, la selección de signos y códigos audiovisuales se efectúa dentro de un universo limitado a aquéllos aptos para reafirmar los aspectos *valorativos* del discurso.

Al respecto ver: Olivier Reboul: "Langage et idéologie" Presses Universitaires de France, París, Francia, 1980.

19. En la obra ya citada, escribe J. Martín Barbero:

"El otro filón por donde el melodrama se conectaba directamente con la cultura popular es la continuidad entre la estética y la ética. Aquí nada de psicología, de estructura psicológica de los personajes, sólo relaciones primarias y sus signos: el Padre, la Hija, la Obediencia, el Deber, la Tragedia, la Justicia, la Piedad. Y una articulación exacta, elemental, entre conflicto y dramaturgia, las peripecias y los golpes teatrales no son exteriores a los actos morales, los efectos dramáticos son expresión de una exigencia moral (p. Brooks). Y al fondo, como esquema que contiene el secreto de toda la aventura, y sus complicaciones, *la estructura familiar en cuanto estructura de las fidelidades primordiales*' (Subrayado del autor)

20. Carlos Monsiváis, citado p J. Martín Barbero, op. cit.

21. Susana Velleggia op. cit. Aunque no emplea el mismo término, Enrique Guinsberg alude a esta función al efectuar un análisis de los mecanismos psicológicos que activan ciertos mensajes audiovisuales. Ver: Enrique Guinsberg: "Control de los medios; control del hombre" Nuevomar, México, 1986.

22. La noción de *campo cultural* se debe a Pierre Bourdieu y ella se refiere a la necesidad de establecer una categoría de análisis mediadora entre la estructura y la superestructura, a fin de evitar reduccionismos mecanicistas en cuanto a la concepción de las relaciones entre ambas...

El campo cultural puede definirse, en síntesis, como el sistema de relaciones que rige el quehacer de los distintos agentes vinculados a la producción y circulación de la obra. Cada actividad artística -pintura, teatro, danza, cine, literatura, etc.- involucra a agentes sociales particulares, y genera una serie de instancias específicas de selección y consagración, donde los artistas compiten por la legitimidad cultural. Todo campo cultural tiene un capital común -acumulado a lo largo de la historia, sea artístico o científico- y entre sus integrantes se da una lucha por la apropiación de ese capital. El conjunto de leyes y relaciones que configuran cada campo de producción artística particular, si bien está vinculado con la estructura social, constituye la instancia mediadora entre esta y la superestructura, de tal modo que pueden establecerse distinciones entre el funcionamiento de uno y otro campo; por ejemplo, es evidente que el campo pictórico se rige por relaciones, capital acumulado y mecanismos de consagración, que difieren de los que imperan en el campo cinematográfico.

En torno al tema de las mediaciones, escribe García Canclini, citando a P. Bourdieu:

"Es necesario 'romper con el pensamiento lineal que no conoce más que las estructuras de orden simple de determinación directa' y tratar de reconstruir en cada investigación 'las redes de relaciones encabalgadas, que están presentes en cada uno de los factores'. Decir que esta causalidad estructural de un red de factores es irreductible a la eficacia simple de uno o varios de ellos, no implica negar que los hechos sociales están determinados; si 'a través de cada uno de los factores se ejerce la eficacia de todos los otros la multiplicidad de determinaciones conduce, no a la indeterminación sino al contrario, a la *sobredeterminación*'".

23. Karl Marx: “Introducción general a la crítica de la economía política”, 1857, Siglo XXI México, 1978.

Con respecto a este tema ver también: Néstor García Canclini, “La producción simbólica teoría y métodos en sociología del arte”, Siglo XXI, México 1984.

24. “Una *Política Nacional de Comunicación* es un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación de un país. (...) Las *políticas parciales* de comunicación son conjuntos de prescripciones de comportamientos aislados que se expresan únicamente por determinadas partes o aspectos del sistema y proceso de comunicación social. Estas políticas son formuladas fragmentaria e independientemente por propietarios de medios de comunicación, por profesionales de comunicación y por funcionarios del gobierno y cada una responde naturalmente a sus intereses respectivos. Una *Política Nacional de Comunicación Democrática* hace que las políticas parciales sean necesariamente explícitas, procura integradas por medio del consenso o conciliación y aspira a tener una duración razonablemente sostenida, sujeta, sin embargo, a evaluación y revisión constantes”.

Luis Ramiro Beltrán: “Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina; los primeros pasos” en *Nueva Sociedad*, No.25, julio-agosto, Ed. Comunicación de masas, Caracas, Venezuela.