

Madrid (España)

DOI:10.3916/C36-2011-03-10

# Aprendiendo de la ficción televisiva. La recepción y los efectos socializadores de «Amar en tiempos revueltos»

Learning from Television Fiction. The Reception and Socialization Effects from Watching «Loving in Troubled Times»

## RESUMEN

La ficción televisiva suele ser entendida como producto cultural encaminado a la evasión y el entretenimiento. Sin embargo, sus funciones no son estrictamente comerciales. De hecho, el presente trabajo surge del interés por conocer los efectos socializadores y educativos de los mensajes de ficción. Del mismo modo, reflexiona sobre el papel activo de los espectadores en el proceso de recepción, sobre su capacidad para definir e interpretar los mensajes de acuerdo con sus características personales y sociales. Más concretamente, el trabajo se interesa por las utilidades informativas y significados identitarios de un género televisivo concreto: la telenovela. Si bien focaliza el grueso de sus tramas en los avatares románticos y los conflictos personales, este producto de ficción, puede además proveer al espectador de explicaciones e interpretaciones en relación con el pasado y el presente de una sociedad. Concretando nuestro análisis en un formato melodramático concreto, «Amar en tiempos revueltos», analizaremos los significados y representaciones que ofrece a sus públicos femeninos. A partir de ahí, y mediante el análisis de contenido de los discursos obtenidos a través de la técnica de la entrevista en profundidad, se explorarán los procesos de recepción de las espectadoras, en función de variables como la edad y el nivel educativo. De este modo, se concluirá señalando cómo el grueso de las espectadoras utiliza la ficción en un sentido explicativo, y se reconocen en ella personal y grupalmente.

## ABSTRACT

Television fiction is often understood as a cultural product whose aim is entertainment and escapism. However, its functions are not merely commercial. In fact, this article aims to improve understanding of the socializing and educational effects of television's fictional messages. It also reflects on the active role of the audience in the process of reception, and on its capacity to define and interpret messages according to the viewer's personal and social characteristics. This work examines the informational usefulness and significance for personal identity of a specific television genre, the telenovela, a fictional product which, despite focusing its narrative on romantic events and personal conflicts, can also provide the viewer with explanations and interpretations of society's past and present. In particular, this analysis of the melodramatic format sets out to establish the meanings and representations in «Amar en tiempos revueltos» («Loving in Troubled Times») for its female viewers. Based on the analysis of in-depth interviews, the article will explore the female audience's reception processes through variables such as age and education. This study concludes that the majority of female viewers use fiction in an explanatory sense, and that the telenovela is a genre in which women identify themselves individually and as a group.

## PALABRAS CLAVE / KEYWORDS

Telenovelas, televisión, información, entretenimiento, mujer, socialización, entrevistas, efectos televisivos.  
Telenovelas, television, information, entertainment, woman, socialization, interviews, television effects.

♦ Dra. Mar Chicharro Merayo es profesora y Jefa de Estudios de la Titulación de Comunicación Audiovisual, Campus de Aranjuez (CES Felipe II) de la Universidad Complutense de Madrid ([mchicharro@ajz.ucm.es](mailto:mchicharro@ajz.ucm.es)).

## 1. Ficción televisiva entretenida/ficción socializadora

Las utilidades y gratificaciones asociadas al consumo de ficción televisiva son diversas. Si bien la de entretenimiento es su función manifiesta, hegemónica y más visible, la investigación ha puesto de manifiesto cómo es posible identificar otros usos y efectos vinculados, eminentemente, con el papel socializador del medio. De hecho, son relevantes los segmentos de la audiencia que valoran estos productos en tanto que representaciones realistas y verosímiles (García de Castro, 2007: 149), señalando entonces la importancia de la función de orientación y modelaje que pueden ejercer sobre sus espectadores. Junto a los tradicionales agentes de socialización (la familia, la escuela, el grupo de pares, el entorno laboral...) la ficción televisiva debe ser contemplada como instancia sólidamente influyente en la configuración de nuestra identidad (personal, grupal y comunitaria), en la orientación de nuestras actitudes y comportamientos, así como en la asunción de elementos cognitivos e informativos, actuando tanto durante nuestro proceso de socialización primaria (niñez y juventud) así como durante la secundaria (etapa adulta).

### 1.1. Ficción televisiva como fuente de identidad personal/grupal/comunitaria-nacional

En primer lugar, este tipo de relatos pueden ser uno de los mecanismos que confluyen en la construcción y reconstrucción de la identidad personal del espectador. Éste puede hacer uso de la ficción a modo de refuerzo de sí mismo, fomentando su autoestima; a modo de soporte autorreflexivo, a través del que reconocerse; a modo de enlace hacia las experiencias de otros, a través de las que explicar las propias.

Esa misma utilidad, puede extrapolarse al plano grupal, en la medida en que el texto de ficción puede direccionar las adhesiones del sujeto, fomentando, habitualmente, su vinculación psicológica con un grupo de referencia. En el caso de los grupos situados en posiciones subordinadas puede ser de utilidad para construir reflexiones más positivas y valiosas sobre su condición (Brown, 2009). En relación con aquellos colectivos cuya identidad está en proceso de construcción, como es el caso de los adolescentes, la ficción puede servir para transferir valores, imágenes, rituales, símbolos y modelos en torno a las que referenciar su yo y su nosotros (Montero, 2005).

Por último, los documentos de ficción también pueden reflejar, al tiempo que vehicular, sentimientos de pertenencia a una comunidad más amplia. En este sentido, la representación de elementos culturales comunes para los espectadores, como el folklore, las cos-

tumbres y tradiciones, la gastronomía, los códigos de vestimenta, la música... es una vía más para construir y reforzar identidades nacionales (Rodríguez Cadena, 2004; Castelló, 2009).

### 1.2. Ficción como fuente de información

Si bien los textos de ficción no tienen por qué obedecer a las reglas del rigor, la exactitud, o la representatividad, el espectador puede releer, no obstante, su contenido como si lo fueran. La utilización de recursos encaminados a generar verosimilitud, desde el «product placement», o las técnicas propias de la telerrealidad, pasando por las referencias a problemas y asuntos de actualidad, o la inserción de citas históricas, o políticas, facilitan esta percepción.

Es así como la ficción, paradójicamente, puede ser empleada para obtener datos sobre la actualidad, así como marcos o encuadres, conforme a los que interpretarla. Desde esta perspectiva, el visionado de este tipo de productos sería considerado, en ocasiones, una dimensión de la vida pública. En la medida en que los espectadores se involucran a nivel intuitivo y expresivo en una suerte de diálogo público, se señalan al espectador nociones acerca de cómo es la política y cuáles son las claves conforme a las que debe ser interpretada (orientation role) (Porto, 2005: 355).

## 2. Hipótesis y metodología

El presente trabajo se presenta como un estudio sobre recepción, que tiene por objetivo analizar el impacto socializador de un tipo concreto de ficción televisiva: la telenovela histórica, materializada en un producto concreto: «Amar en tiempos revueltos». Producida por Diagonal TV y emitida por TVE 1 diariamente y en franja de sobremesa, narra, en clave de culebrón, los avatares, cotidianos y diarios de un amplio elenco de personajes cuyas relaciones vienen a representar la evolución de la sociedad española desde los previos a la Guerra Civil hasta los años cincuenta. Con clara vocación femenina, centra buena parte de sus tramas en conflictos relacionales universales en torno al amor, la familia o la amistad, al mismo tiempo que gusta de referenciar algunos de los problemas más visibles de la mujer contemporánea (la conciliación entre trabajo y familia, el reparto de las tareas domésticas entre hombres y mujeres, la promoción laboral, el divorcio y la separación, la monomarentalidad, la maternidad frustrada...), señalando guías recomendables para su resolución.

La elección de este subgénero, así como de este formato concreto, se justifica desde varios enunciados. En primer lugar, por su importante presencia en las

parrillas generalistas, nacionales y autonómicas. Al mismo tiempo, la longevidad de esta ficción concreta (desde 2005) así como sus rentables cifras de seguimiento, avalan su potencial socializador. En segundo lugar, esta telenovela histórica viene a representar la adaptación o «indigenización» más genuina de esta fórmula a los telespectadores nacionales (Buonanno, 2009). De ahí su riqueza semántica, que permite trabajar con un texto en el que confluyen elementos socializadores de muy distinta índole: desde su enfoque emotivo y sentimental, hasta las llamadas comunitarias e identitarias de un documento que recrea la «intrahistoria» reciente española, pasando por los modelos de feminidad renovada que presenta, o las citas históricas que revisten la ficción de un presunto sentido documental.

En este sentido, estudiaremos efectos culturales, partiendo de varios supuestos. En primer lugar, sostenemos que la ficción, y en particular el formato que nos ocupa, hace las veces de instrumento de educación informal de los espectadores. Entendemos entonces el proceso de socialización como dinámica sociocultural amplia, de duración vitalicia. Todavía más, sostenemos que esta telenovela ha sido producida como parte de una estrategia de «edumentretenimiento» (educación más entretenimiento) (Tufte, 2007), que pretende fomentar, entre otras, dinámicas como el «empoderamiento» femenino, y la igualdad creciente entre los géneros.

En segundo lugar, entendemos que esta recreación de la reciente historia española es utilizada, por buena parte de los espectadores, a modo de recurso informativo. De ahí que nos preguntemos por las estrategias de persuasión y verosimilitud desplegadas por el relato.

En tercer lugar, sostendremos que su conexión con los públicos descansa, entre otras, en su capacidad para hacer las veces de fuente de reconocimiento propio (identidad personal), grupal (identidad de género), y comunitario (identidad nacional). Su carácter de telenovela, adaptada al público español, o «indigenizada», añade marcas reconocibles para los espectadores que facilitan este tipo de aprendizajes identitarios. Finalmente, reflexionaremos sobre los procesos de resemantización, reasignación, reelabora-

ción, y negociación de significados que los espectadores pueden realizar a partir del texto televisivo (Martín Barbero, 1993).

La medición del impacto pedagógico y persuasor del relato se materializa en un análisis de la recepción del formato a través de la técnica de la entrevista en profundidad. Nuestro material de análisis son 25 entrevistas en profundidad, realizadas a espectadores habituales del formato<sup>1</sup>. La inmensa mayoría de las mismas (19) fueron administradas a mujeres mayores de 45 años, seleccionadas, intencionalmente, conforme a variables como el nivel educativo, la ocupación propia o del cónyuge y la edad. La muestra ofrece así un recorrido simplificado por las posiciones más visibles y

**Las conexiones del relato con elementos irracionales, tales como los recuerdos, incrementan su fuerza persuasiva, y posibilitan la participación activa del público. A partir de ahí, la espectadora puede utilizar la ficción para verse reflejada a sí misma, a su grupo de género, o a la comunidad más amplia en la que se ve inserta. La fuerza de variables como el género o como la edad en la resignificación del relato queda fuera de duda.**

representativas, ateniéndonos al eje de la educación y la ocupación. Las seis entrevistas restantes dieron forma a sendos grupos de control a través de los que medir diferencias en la percepción del relato televisivo en función, por un lado, de la edad y, por otro, del género. De ahí que, tres de ellas se realizaran a mujeres jóvenes (21 años). Las tres últimas se administraron a varones de edades heterogéneas.

Las entrevistas fueron administradas de manera abierta, siguiendo un guión temático, memorizado a priori por el entrevistador, grabadas y luego transcritas íntegramente para proceder después al análisis de su contenido. En ellas se pretendía sondear el tipo de relación que el espectador establecía con el relato, registrando, desde el punto de vista del espectador, variables como la originalidad, la verosimilitud, el rigor histórico, el sentido informativo o la actualidad atribuida. La valoración de algunos de sus personajes más significativos, o la conexión percibida con otras telese-

ries del mismo subgénero fueron otras de las cuestiones identificadas.

Para la realización del análisis de los discursos se ha procedido a trabajar las 19 entrevistas en cuatro grupos homogéneos en términos de nivel educativo y ocupacional, ya sea el de las entrevistadas o el de sus cónyuges:

- Grupo 1: Trabajadoras autónomas y amas de casa (esposas de trabajadores autónomos), con nivel educativo básico o menor, con edades comprendidas entre 45 y 75 años (4 sujetos).

- Grupo 2: Trabajadoras de servicios y amas de casa (esposas de empleados de servicios) con nivel educativo básico o menor, entre 45 y 80 años (5 sujetos).

**La influencia del factor educación parece incidir en sentidos diferentes en función de su combinación con el grupo de edad. De ahí que, las más jóvenes, aunque estén más formadas, se perciban con fuentes de contrastación muy limitadas, y mantengan una posición confiada frente al tono y los contenidos de la teleserie.**

- Grupo 3: Trabajadoras por cuenta ajena, con ocupaciones que no requieren cualificación universitaria, con nivel educativo medio (bachillerato, formación profesional) y universitario, entre 50 y 60 años (4 sujetos).

- Grupo 4: Empleadas por cuenta ajena, con ocupaciones que requieren cualificación universitaria, con nivel educativo universitario, entre 45 y 65 años (6 sujetos).

Se observó, efectivamente, que en cada uno de estos grupos las entrevistas correspondientes iban añadiendo información coherente hasta que ésta alcanzaba importantes dosis de saturación.

Al mismo tiempo, la práctica del análisis de contenido puso de manifiesto cómo los discursos de los dos primeros grupos establecían constantes continuidades, al tiempo que marcadas diferencias en relación con los de los dos segundos, igualmente asimilables. Del mismo modo, se evidenciaron, tanto las diferencias notorias del discurso esgrimido por el grupo juvenil (grupo 5: tres mujeres, estudiantes universitarias, 21 años),

como las del segmento de varones (grupo 6: tres hombres, con niveles educativos y profesionales y edades heterogéneas).

### 3. Resultados y discusión

#### 3.1. «Amar en tiempos revueltos»: historia e información

«Amar en tiempos revueltos» opta por un escenario pretérito, en torno al que se materializan una red de tramas cotidianas y populares. Precisamente, el componente realista, tan propio de folletín, parece adjudicar objetividad a su discurso. Aderezado de citas históricas y de recursos propios del cine informativo, facilita la inmersión del espectador en un texto que, transgrediendo en ocasiones las reglas de la ficción,

consigue revestirse de cierto halo documental. Esta apariencia informativa refuerza, en este caso, su dimensión socializadora. De ahí que, en opinión de muchas espectadoras, ésta sea una telenovela pedagógica. Todavía más, el hecho de que el formato evoque en algunas de ellas los viejos seriales radiofónicos, o géneros literarios como la novela histórica, la novela realista española de finales del XIX, o el teatro de crítica social de la primera parte del siglo XX, refuerza, en

buena medida, el efecto realidad atribuido al relato.

Independientemente de sus características socio-demográficas, todos los sujetos de la muestra le adscriben sentido informativo. Pero ya no es solo el contenido, sino también el enfoque lo que incrementa su potencial persuasor. Desde las intervenciones más eruditas, capaces de enlazar el relato con la visión unamuniana de la intrahistoria, hasta las más prosaicas, que señalan la relación entre las tramas y la vida cotidiana, pasando por quienes identifican el sesgo ideológico de las pinceladas etnográficas, las entrevistadas ponen de manifiesto cómo la perspectiva anecdótica y realista propia de la teleserie fomenta procesos de conexión psicológica significativa entre públicos y tramas, que, en algunos casos, adquieren tintes muy personales.

«Si te pones a pensar, es como la vida misma. Y como salen escenas, vas viendo pues un poquito como tu vida, como cuando has sido pequeña» (empleada doméstica, 60 años, grupo 2).

De este modo, la telenovela, género eminentemente latinoamericano, en su proceso de particulari-

zación y de adaptación al público español, ha optado por temáticas históricas para ofrecer así una recreación simuladora de la realidad social de la España de otro tiempo. Es esa misma escenografía histórica la que se convierte en seña de identidad de primer orden del producto español en relación con sus referentes latinoamericanos. El realismo, el historicismo, el sentido documental y nacional es su primera y más visible imagen de marca. En torno a la idea de una comunidad inclusiva, y reforzando el valor de un pueblo, la nación española se presenta como sujeto de una historia compartida, construida por dificultades confluentes. Así se materializa su vocación de texto comunitario, recreando las vicisitudes de una sociedad y su capacidad para superarlas en aras del progreso, es decir, del presente de los espectadores:

«Yo creo que es importante para la gente, para los españoles, que conozcamos cómo se vivía. Que no hemos vivido todo el tiempo como ahora, ni en democracia ni podíamos leer lo que quisiéramos (...) la gente de ahora, claro, se cree que lo que hacemos es lo normal» (profesora de primaria, 49 años, grupo 4).

Por un lado, la «indigenización» del producto garantiza su familiaridad y cercanía, ofreciendo historias que se adaptan y exaltan la idiosincrasia española. Por otro lado, sirve para concederle un reconocimiento superior, asociado a características como la verosimilitud, la representatividad, la confiabilidad o el efecto realidad de las historias que, al menos en apariencia, pervierte el inherente sentido ficcional y extremadamente romántico propio del género. Por contra, el culebrón latinoamericano viene a representar la invención y la ficción en su máxima expresión: «Amar en tiempos revueltos» me parece más seria, más novela, más historia. Y la otra (telenovela latinoamericana) es más romántica. (...) Y es que lo mismo las series que las novelas de por ahí fuera, es romanticismo y nada más (...) («Amar en tiempos revueltos») es más (...) es más real» (empleada doméstica, 60 años, grupo 2).

«(La telenovela latinoamericana) es menos informativa que la española, porque se centra más en las relaciones personales y lo exageran demasiado» (estudiante universitaria, 21 años, grupo 5).

Sin embargo, las marcas distintivas van más allá. Aquellas entrevistadas en las que confluyen altos niveles educativos junto con una dilatada experiencia en el consumo de ficción señalan un segundo orden de elementos a través de los que la producción propia relea el «culebrón». Así, el recurso al propio sistema televisivo de estrellas, a usos lingüísticos normalizados o a estrategias dramáticas menos teatrales permite superar la distancia cultural entre espectadores nacionales y

relatos televisivos latinoamericanos: «Actores españoles, entonaciones con las que me identifico más (...). Un 'culebrón' sudamericano... hablan de una manera, la expresión... no sé cómo explicarlo... es la percepción de una forma de actuar que no me encaja. Sin embargo, ésta (...) hablan tu idioma, la forma de actuar es más creíble, (...) me parece todo más normal, (...) veo actores que me son muy conocidos, de hecho algunos son actores de toda la vida» (auxiliar administrativo, 50 años, grupo 3).

### 3.2. Verificando el relato, buscando identidad

El enfoque etnográfico, que recrea el estilo de vida del Madrid de la postguerra, permite a las espectadoras establecer lazos de continuidad con experiencias propias, o cercanas, almacenadas en la memoria y que se utilizan para medir el rigor del relato. Al mismo tiempo, el papel central a las tramas familiares y relacionales, propio del folletín, permite construir un espacio de identificación, así como de opinión y discusión abierto e inclusivo, del que puede participar cualquier espectadora independientemente de su nivel formativo y ocupacional.

En este sentido, los grupos con menor nivel educativo son, efectivamente, los más crédulos, si bien, articulan estrategias defensivas, procedimientos para estimar el relato y su rigor (Callejo, 1995). En este caso, los recursos a través de los que medir la veracidad pasan por la recuperación de vivencias infantiles o de tramas referenciadas intergeneracionalmente. Este proceso exige que la espectadora reconozca algo de sí misma en el texto de ficción que active procesos de evocación. A partir de ahí, los indicadores concretos habitualmente escogidos para esta contrastación son los elementos más materiales, en apariencia más sólidamente instalados en la memoria: la vestimenta y la decoración intrahogar. Algunas de estas entrevistadas apuntan cómo el texto televisivo suaviza la realidad de la postguerra. La hegemonía del negro en las vestimentas de la época, la austeridad decorativa de los hogares, así como las elipsis narrativas que obvian penurias vívidas todavía en la memoria, explican que la representación televisiva pueda llegar a ser calificada en términos de «postguerra de ricos» (ama de casa, 53 años, grupo 2). Esta apreciación de fondo es, sin embargo, compatible con cierta tendencia a buscar la coherencia entre la realidad experimentada y la ficción consumida. De ahí que el mensaje se muestre especialmente persuasivo en aquellos momentos en los que logra recrear y personalizar situaciones que forman parte del legado personal y oral de las espectadoras, realizando así, una suerte de efecto resonancia:

«Por ejemplo, los presos políticos, cómo se escondían y todo eso, a mí eso me lo contaba mi madre, y yo a eso ahora, le estoy poniendo cara» (propietaria de un pequeño negocio, 47 años, grupo 1).

«Cuando estaba el hombre encerrado, eso lo he vivido yo. Porque en mi pueblo encerraron a un hijo. Es como mi historia, eso lo he vivido yo» (ama de casa, 80 años, grupo 2).

De hecho, ante las disonancias entre la representación televisiva y los conocimientos que estas espectadoras manejan de la historia, son las tramas de ficción las que pueden operar en términos de correctores cognitivos, reorganizando sus recuerdos. De ahí que los anacronismos del relato, lejos de ser cuestionados, sean, en muchas ocasiones, recibidos como valiosas aportaciones informativas.

«Estamos en un tema interesante: un divorcio. En aquella época... ¡quién lo iba a decir!» (ama de casa, 56 años, grupo 1).

«Lo que me llama la atención de este momento de la serie es como hay un caso de homosexualidad entre dos mujeres, y yo que sé, pues en aquellos tiempos también hay lo que hay ahora» (propietaria de pequeño negocio, 47 años, grupo 1).

En el plano formal, este grupo es menos consciente de la pluralidad genérica, así como de los diversos lenguajes que dan forma a la pequeña pantalla. De ahí que algunos recursos utilizados por la teleserie para incrementar el efecto realidad y el halo documental no consigan el efecto de continuidad deseado. Es el caso de las imágenes informativas de archivo, buena parte de ellas provenientes del NO-DO. Insertadas al comienzo de algunos fragmentos narrativos hacen las veces de transición entre secuencias, al tiempo que contextualizan históricamente las tramas, a las que pretenden contagiar de sentido documental.

«¿Por el trozo ese que sale la historia antiguamente y luego empieza la novela? (...) «Amar en tiempos revueltos» quiere significar o significa cómo era la vida antes y cómo es ahora. Entonces por eso echan cada trocito, que si Franco ha ido a tal sitio, que si no sé qué... Y luego, pumba, empieza la novela realmente» (empleada doméstica, 60 años, grupo 2).

«Pues ibas al cine y te ponían el noticiario, y entonces está lo que te saca del NO-DO, te sacan allí en la novela. Te ponen la fecha, el día y el año» (propietaria de pequeño negocio, 59 años, grupo 1).

La valoración del sentido representativo de la teleserie se va haciendo más compleja y sofisticada en el discurso de las mujeres más formadas. Recurriendo al mismo material (la memoria de las experiencias familiares), diversifican y amplían los indicadores, al tiempo

que los aplican de una manera más exhaustiva y puntillosa. En este sentido, inciden, si bien más detalladamente, en las manifestaciones señaladas por el anterior grupo sociodemográfico, ampliándose la crítica al uso abusivo de algunos otros objetos, como el teléfono, o la presencia de determinados alimentos casi suntuarios:

«En los pantalones dices, ¡si este pantalón es de pinzas! Y los sofás, todos tienen sofás, y tú dices, ¿en aquella época la gente tenía tresillos? (...) De desayuno, churros y magdalenas ¡Solo les falta el frigorífico!» (profesora de primaria, 49 años, grupo 4).

Pero la seña distintiva de este grupo tiene que ver con su reproche reiterado a la representación de la condición y desempeño femenino. Conscientes de las dificultades para el logro propias de su género, explicitan el anacronismo de algunos personajes neurálgicos que vienen a encarnar valores de la feminidad contemporánea, tales como el «empoderamiento», la promoción laboral de la mujer, o la conciliación entre trabajo y familia. En este sentido, señalan la rigidez de los itinerarios femeninos en el momento narrado, así como de las dificultades de movilidad educacional, laboral y social que ellas mismas han heredado. Mediante su crítica a estos estereotipos de ficción, descontextualizados, reivindican la trayectoria vital de mujeres reales, que sí vivieron esa época, con las que se identifican y mantienen fuertes lazos referenciales y afectivos.

«Hay cosas que están muy desubicadas. Como que una mujer, en esa época, pudiera llevar una empresa ella sola, incluso casada (...) Mi madre cuando se casó, automáticamente, tuvo que dejar de trabajar porque no se concebía. Compañeras de mi hermana, cuando se casaban (...) no están lejos, yo era niña, dejaban de trabajar porque su final era mantener a la familia» (auxiliar administrativo, 50 años, grupo 3).

Al mismo tiempo, el suyo no deja de ser un discurso defensivo frente a los dramatizados méritos de los personajes femeninos que tan a menudo parecen reducir los reales, los de sus espectadoras, al nivel de lo banal. Personajes y espectadoras comparten algunos de sus conflictos, si bien los primeros resuelven de manera más triunfante que las segundas. De ahí que la modernidad, la sofisticación, la exageración, la falta de verosimilitud o incluso la hilaridad que despiertan estas mujeres de ficción sean las acusaciones más recurrentes. A partir de su exposición al relato, las entrevistadas pueden tomar conciencia del carácter difícilmente renunciado de su rol intrahogar y de los obstáculos al cambio social en una dirección más igualitaria:

«Por ejemplo, el personaje de Manolita, que tiene

tres hijas, está en el bar, que ha estado un tiempo trabajando en los grandes almacenes. Las mujeres de esa época, o cuidas a tus tres hijas o trabajas. Pero las dos cosas a la vez... es muy difícil. Entonces las hijas están siempre superatendidas y son maravillosas, y la madre siempre está en el bar, y el padre en el bar, y el abuelo en el bar. ¿Quién cuida a esas niñas?... Hay cosas, que, en fin, no cuadran» (auxiliar administrativo, 52 años, grupo 3).

La capacidad para enjuiciar el relato que confiere la variable educativa se ve, sin embargo, minimizada en aquellos segmentos femeninos que no han mantenido una relación vital directa con el período histórico referenciado. La distancia generacional entre espectadoras y el tiempo de la narración se traduce en la carencia de materiales y de indicadores conforme a los que articular este proceso de verificación. Es decir, la influencia del factor educación parece incidir en sentidos diferentes en función de su combinación con el grupo de edad. De ahí que, las más jóvenes, aunque estén más formadas, se perciban con fuentes de contrastación muy limitadas, y mantengan una posición confiada frente al tono y los contenidos de la teleserie. De hecho, se relacionan con la ficción como si de un texto pedagógico se tratara. De este modo, el relato se utiliza menos como una referencia a la condición femenina. Sobre todo es un bien de utilidad para certificar los discursos orales de familiares, así como para compensar los conocimientos no adquiridos en el sistema educativo formal:

«Yo nunca lo he llegado a dar... sí sabes lo que es el franquismo... lo que pasó en la transición, lo que pasó antes... pero nunca lo he dado en sí de estudiármelo. No sé, en el instituto nunca he llegado a esa parte y yo lo conozco por esa telenovela y por otras telenovelas o series o demás, y por lo que me cuentan mis abuelos... que encaja» (estudiante universitaria, 21 años, grupo 5).

### 3.3. Resignificando personajes.

«Amar en tiempos revueltos» presenta una estructura narrativa ramificada, construida a partir de una red de tramas sostenidas en conflictos personales, algunos de ellos intemporales, otros estrictamente con-

temporáneos. Ofrece así a la espectadora modelos de acción y de resolución de problemas ordinarios. Los personajes femeninos, por un lado, articulan una suerte de dibujo histórico sobre la situación de la mujer en la etapa franquista. Por otro, señalan patrones valorativos, actitudinales y comportamentales, con mayor o menor poder persuasivo en función del compromiso psicológico de la espectadora con el texto.

Las adhesiones más consensuadas y extendidas se aglutinan en torno al personaje de Manolita (Itziar Miranda), que suscita un amplio abanico de significados positivos, independientemente de diferencias de nivel educativo y de edad. Las espectadoras se asoman a las vicisitudes de Manolita a través del «Asturiano», pequeño bar que regenta en colaboración con su familia.

**El mensaje de «Amar en tiempos revueltos», en su apoyo a la construcción de cosmovisiones favorables al «empoderamiento» femenino, puede ser un instrumento de cambio real a favor de la igualdad entre géneros, como ocurriera con otras telenovelas y otros contextos. No obstante, sus efectos se pueden ver reforzados por el consumo de otros productos intratextuales que trabajan en la misma dirección ideológica.**

Éste es utilizado como recurso escenográfico a través del que se puede presentar el doble rol del arquetipo: el familiar y el profesional, contruidos, sobre todo, en relación a este espacio. De este modo, y de acuerdo a los testimonios analizados, el personaje ejemplifica el valor de la familia en su dimensión más clásica, apuntando los procesos de reacomodación femenina, así como su responsabilidad central en la cohesión y continuidad de la institución. Percibida por las entrevistadas con posiciones laborales más altas como emblema inverosímil de la conciliación entre familia y trabajo, aún tradición y modernidad, evidenciando las altas expectativas depositadas sobre las mujeres que desean ejercer ese doble papel. Al mismo tiempo, su sencillo dibujo psicológico remite a habilidades como la proactividad, el optimismo, la inteligencia emocional, o la capacidad de desempeño, completando un modelo que responde plenamente al deber ser de la feminidad

de presente. A esta representación, ya del todo inclusiva, añade virtudes, como la caridad o la solidaridad social, en torno a las que fidelizar a espectadoras sensibilizadas con actitudes éticas o incluso religiosas. Finalmente, el halo popular que reviste «El Asturiano» conecta con lugares y personajes propios de géneros como el sainete, o la zarzuela, dotando este espacio de cierto carácter humorístico, muy valorado por las entrevistadas.

Significados bien distintos suscita el personaje de Ana Rivas (Marina San José), en torno a cuya valoración se polariza y divide la muestra. Su presentación en términos de mujer de negocios, cualificada y socialmente triunfadora, propietaria y gestora de una gran empresa, despierta emociones que van desde la admiración y la proyección psicológica de las más ajenas al espacio público, hasta su descalificación en términos de personaje inverosímil, anacrónico o increíble. Si bien este personaje simboliza los procesos de «empoderamiento» femenino, la visión crítica que despierta, especialmente en las entrevistadas de mayor nivel educativo, viene a evidenciar las barreras a la movilidad social y laboral ascendente que éstas experimentan.

No en vano, el grupo más formado señala su especial valoración de los personajes que encarnan una feminidad acorde con las reglas culturales de la época. En este sentido, el personaje de Carmen (Pepa Pedroche) es destacado por varias de estas entrevistadas por su credibilidad, por la solidez de su construcción psicológica, así como por su coherencia con el tiempo narrativo. De acuerdo con esta lectura, el estereotipo de mujer abnegada e incombustible viene a simbolizar una suerte de homenaje al quehacer silencioso del grueso de las mujeres de la época. Encarnando el mítico rol de madre, que distingue y concede exclusividad al género, simboliza los sacrificios y las renunciadas femeninas en aras de la supervivencia y la armonía familiar. Por un lado, la dinámica de reparto de poder doméstico le confiere el carácter de figura subordinada. Paradójicamente, su fortaleza y su resistencia ante las adversidades la señalan como indiscutible pilar del que dependen, psicológica y físicamente, el resto de los miembros de la unidad familiar.

#### 4. Conclusiones.

El proceso de socialización, que tiene un sentido vitalicio, se nutre de amplios recursos, que pueden variar en función del momento vital del sujeto, así como de sus características sociodemográficas. Los medios de comunicación, y entre ellos, la televisión, colaboran en estas dinámicas pedagógicas, entre otros, a través de formatos cuya función explícita es la del

entretenimiento. Así es cómo la telenovela «Amar en tiempos revueltos» puede ejercer para sus espectadoras, funciones identitarias e informativas, si bien superados los filtros previos de evaluación y contrastación que éstas despliegan. Entre tanto, las conexiones del relato con elementos irracionales, tales como los recuerdos, incrementan su fuerza persuasiva, y posibilitan la participación activa del público. A partir de ahí, la espectadora puede utilizar la ficción para verse reflejada a sí misma, a su grupo de género, o a la comunidad más amplia en la que se ve inserta.

La fuerza de variables como el género o como la edad en la resignificación del relato queda fuera de duda. Los testimonios de los varones (grupo 6), ponen de manifiesto cómo su mirada hacia el relato está sesgada por su intensa implicación con el espacio público. La dimensión informativa de las tramas y su utilidad a modo de texto de representación de la situación política de postguerra es el aspecto más valorado por un grupo que se acerca a la telenovela de una forma más informativa y menos emocional. Cabe preguntarse, no obstante, por los procesos psicológicos individuales en los que se puede ver envuelto el espectador varón. La utilización de indicadores como la valoración de los personajes masculinos, o de tramas y conflictos relacionales podría ayudar a avanzar en estas preguntas de investigación.

Desde una perspectiva macro, el ejercicio continuado de esta función socializadora podría contribuir a la articulación de cambios sociales de mayor calado. El mensaje de «Amar en tiempos revueltos», en su apoyo a la construcción de cosmovisiones favorables al «empoderamiento» femenino, puede ser un instrumento de cambio real a favor de la igualdad entre géneros, como ocurriera con otras telenovelas y otros contextos (La Pastina, 2004: 177). No obstante, sus efectos se pueden ver reforzados por el consumo de otros productos intratextuales que trabajan en la misma dirección ideológica («La Señora», 2008-10); o se pueden ver contrarrestados por la exposición del sujeto a discursos más conservadores e incluso axiológicamente opuestos. Finalmente, el papel de las dinámicas de comunicación interpersonal en la reelaboración de la ficción también es un elemento a contemplar en otras propuestas de análisis de los efectos de este mensaje.

#### Notas

<sup>1</sup> La realización de las entrevistas en profundidad fue posible gracias a la valiosa, imprescindible y comprometida ayuda de los alumnos de la asignatura optativa Sociología de la Comunicación, de la Titulación del Comunicación Audiovisual del Centro de Estudios Superiores Felipe II, Universidad Complutense de Madrid, curso 2009-10.

## Apoyos

El presente artículo ha sido redactado durante una estancia de investigación como Research Fellow en el Real Colegio Complutense de Harvard, 2010, gracias a una beca de investigación competitiva, provista por el propio Colegio para la realización del proyecto «La globalización de la ficción televisiva. Telenovela y «soap opera» en España y Estados Unidos: mensajes, consumo, efectos (1990-2010)». Además, este artículo se enmarca en los siguientes proyectos de investigación: 1) «Historia del entretenimiento en España durante el franquismo: cultura, consumo y contenidos audiovisuales (cine, radio y televisión)», HAR2008-06076/ARTE, Ministerio de Ciencia e Innovación, España; 2) Grupo de investigación complutense «Historia y Estructura de la Comunicación y el Entretenimiento» (ref. 940439, Gr 58/08, BCSH-UCM); 3) «El ejército en la pantalla: la representación audiovisual de las Fuerzas Armadas en la ficción televisiva y en los videojuegos» (ref. 023/01), Dirección General de Relaciones Institucionales para la Defensa del Ministerio de Defensa de España.

## Referencias

BROWN, L. (2009). Pleasuring Body Parts: Women and Soap Operas in Brazil, *Critical Arts. A South-North Journal of Cultural and Media Studies*, 1; 6-25

BUNONANNO, M. (2009). From Literacy to Formal Adaptation. Multiple Interactions between the Foreign and Domestic in Italian Television Drama. *Critical Studies in Television*, 4, 1; 65-83.

CALLEJO, J. (1995). *La audiencia activa*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

CASTELLÓ, E. (2009). The Nation as Political Stage: A Theoretical Approach to Television Fiction and National Identity. *International Communication Gazette*, 71, 4; 303-322.

GARCÍA DE CASTRO, M. (2007). Los movimientos de renovación en las series televisivas españolas. *Comunicar*, 30, 15; 147-153.

LA PASTINA, A.C. (2004). Telenovela Reception in Rural Brazil: Gendered Readings and Sexual Mores. *Critical Studies in Media Communication*, 21, 2; 162-181.

MARTÍN BARBERO, J. (1993). *Communication, Culture, and Hegemony*. From Media to Mediations. London: Sage.

MONTERO, Y. (2005). Estudio empírico sobre el serial juvenil «Al salir de clase»: Sobre la transmisión de valores a los adolescentes. *Comunicar*, 25.

PERALES, A. & PÉREZ CHICA, A. (2008). Aprender la identidad ¿Qué menores ven los menores en la televisión? *Comunicar*, 31, XVI; 299-304

PORTO, M.P. (2005). Political Controversies in Brazilian TV Fiction. Viewers' Interpretation of the Telenovela Terra Nostra. *Television and New Media*, 6, 4; 342-395.

RODRÍGUEZ CADENA, M.A. (2004). Contemporary Hi(stories) of Mexico: Fictional Re-Creation of Collective Past on Television. *Film and History*, 34, 1; 49-55.

TUFTE, T. (2007). Soap Opera y construcción de sentido: mediaciones y etnografía de la audiencia. *Comunicación y Sociedad*, 8; 89-112.

Enrique Martínez-Salanova, 2011 para Comunicar



**OBJETIVO 1:  
VENDERLES LA MÁS  
ALTA TECNOLOGÍA  
MIENTRAS INTENTAMOS  
QUE SIGAN ANALFABETOS**

ENRIQUE 2011

## NOTICIAS FRESCAS

### "Lost" llega a su fin dejando aún más preguntas para sus seguidores

Anoche se emitió en Estados Unidos el último capítulo de la popular serie, sin atar todos los cabos en torno a los sobrevivientes en la misteriosa isla.

Reuters

Lunes 24 de Mayo de 2010 08:44



**¿SOLAMENTE  
PERDIDOS?**

DECEPCIONADOS,  
ENOJADOS,  
CABIZBAJOS,  
MANIPULADOS,  
HUMILLADOS  
SORPRENDIDOS,  
DESENCANTADOS...