

---

# Las estructuras del *encanto*: Ideas para analizar la producción social de las telenovelas\*

JORGE A. GONZÁLEZ\*\*

---

*Para empezar: un objeto movedizo,  
malcriado y malquerido*

El objetivo general de este trabajo es proponer algunas ideas para el estudio de las llamadas "industrias culturales" en el seno de las sociedades actuales. Pero como ninguna metodología se realiza en el vacío, por ello, en vez de bordar en abstracto, tomo como ejercicio de reflexión las experiencias acumuladas en los pasos y estrategias diseñadas para el estudio sobre el melo-

---

\* La mayoría de las ideas expresadas en este trabajo forman parte de una sección del capítulo "Navegar, naufragar, rescatar entre dos continentes perdidos. Ensayo metodológico sobre las culturas de hoy", en J. Galindo y J. A. González (coords.) *Metodología y culturas*, 1994.

La presentación final que incluye la información del trabajo de campo realizado durante 20 meses en equipos de producción de telenovelas dentro de Televisa San Angel forma parte de un texto mayor en curso de redacción. Agradezco a Aníbal Ford, Gilberto Giménez y a Rolando García sus materiales, ideas y estimulantes comentarios.

\*\* Programa Cultura/CIS, Universidad de Colima.

drama televisivo que dentro del Programa Cultura iniciamos en mayo de 1985.<sup>1</sup>

Este proyecto implicó un ininterrumpido e intenso trabajo de campo a lo largo de seis años. En ese lapso, se operó con una variedad de técnicas, métodos e instrumentos diseñados *ad-hoc* en concordancia con el tipo de preguntas con las cuales queríamos abordar las múltiples y complejas relaciones entre la sociedad mexicana y las telenovelas desde un punto de vista sociológico y cultural, es decir, desde su relación con la multidimensionalidad espacial y temporal de las formas simbólicas de la sociedad.

A este respecto, nuestro trabajo ha tocado desde un punto de vista metodológico tres fases que van desde la objetivación y el análisis detallado hasta la interpretación profunda de la *producción*, el *texto* y las *lecturas* de las telenovelas en México. En este trabajo nos concentraremos solamente en la fase *productiva* de este fenómeno.

Para comenzar, teníamos ante nosotros una interesante pero también aparente contradicción: en un país con una rica y memoriosa tradición narrativa (oral, gesticular, folletinesca, carpera<sup>2</sup>, teatral, radiofónica y cinematográfica) que converge y se

- 
1. Cfr. Jesús Galindo, "Vivir y sentir la telenovela" en *Chasqui*, 1985 y Jorge González, "La cofradía de las emociones (in)terminables I: construir las telenovelas mexicanas", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 1988, pp. 13-65. Dada la extensa difusión del mercado latinoamericano de telenovelas, originalmente el proyecto se pensó en términos de una comparación de la situación mexicana con Colombia (J. Martín Barbero) y Perú (R. M. Alfaro), pero por diversas y desafortunadas razones no fue posible avanzar en la comparación planteada. Queda pendiente ese trabajo tan necesario como importante para comprender mejor de qué está hecha una buena parte de la cultura latinoamericana actual.
  2. La carpa es un tipo de espectáculo *holístico* (total) y *olistico* (pleno de olores) a medio camino entre la calle y la sala de teatro, improvisado bajo un toldo de lona (o incluso sin él), generalmente itinerante y tras el rastro de las ferias, considerado socialmente como *vulgar* no sólo por el lenguaje y por los contenidos "grotescos" y "bajos" que utiliza, sino por toda una gama de posturas, gesticulaciones, onomatopeyas y alusiones indiciales irreverentes. Cfr. por ejemplo, J. González, "Juego peligroso: ferias, memorias urbanas y frentes culturales", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 1991, pp. 11-46; y para la relación entre memoria y melodrama ver J. González, "El regreso de... la cofradía de las emociones (in)terminables: telenovela, memoria, familia", en García Canclini (ed.), *El consumo cultural en México*, 1993.

consolida en una experiencia organizacional de más de cuarenta años de producir dramas televisivos para un enorme y creciente público, no había prácticamente ni un sólo estudio académico y poca información ordenada sobre tales melodramas.

Ante el sonado y seguro éxito económico de las telenovelas, pensar científicamente en ellas parecía una insulsa pérdida de tiempo, casi tan banal como verlas diariamente, porque existían problemáticas y temas mucho más importantes y urgentes que resolver. Más dignos de los académicos.

Podemos señalar al menos dos posibles razones sociales de la repulsión que estos melodramas han recibido desde el campo académico: su origen decididamente comercial y el *supuesto* (una prenotión “en todo lo alto”) de que la composición social de su público fueran las amas de casa y las clases bajas.<sup>3</sup>

Desde el principio la producción de teledramas se realizó de acuerdo a un modelo muy rentable que se había probado dos décadas atrás en la radio. Este implicaba la alianza de diversos intereses comerciales donde las empresas transnacionales del jabón los producía y la empresa de televisión los transmitía. Más adelante, cuando el género comenzó a ser más rentable, la producción fue completamente asumida por la empresa televisiva con fines de lucro. De ahí en adelante las pesquisas pertinentes solo serían competencia de las agencias de mercadotecnia, pues la

---

3. Habría otra razón más para el descuido: la importación acrítica no sólo de modas teóricas —primero “funcionalistas”, después “críticas” (estructuralistas, psicoanalistas, marxistas e hibridaciones varias) con sus respectivos arsenales de métodos y técnicas— venidas de centros académicos de los Estados Unidos y Europa y hacia los años setenta estas últimas redigeridas en el espíritu de las experiencias populistas de Sudamérica, sino —mucho peor aún— *la importación irresponsablemente acrítica* del conjunto de las preguntas cuestionables sobre nuestra sociedad y nuestras culturas.

Todo este panorama constituye un mundo social *pre-interpretado* que opera mediante interpretaciones de *primer orden* vividas como “naturales” y que el mismo análisis debe volver inteligible al colocarlo en otro universo de sucesivas interpretaciones de *segundo* (y *enésimo*) orden que nuestro trabajo debe proveer. A este proceso, Pizzorno (“*Spiegazione come reidentificazione*”, *Rassegna italiana di sociologia*, 1989) le denomina *recolocación* y *reidentificación*. Nuestra información empírica nos ofrece una panorámica de los públicos de las telenovelas bastante diferente, menos ligada de lo que se supone *en exclusiva* a las mujeres y a los pobres.

meta era perfeccionar los *ratings* y resolver el acertijo de cómo gustar más para vender mejor con la mínima inversión y la máxima ganancia.<sup>4</sup>

En contraparte, casi en forma paralela a la consolidación y especialización de la producción de noticias dentro de la televisión privada mexicana,<sup>5</sup> durante los años setenta la producción y exportación de telenovelas se hace significativamente importante. Con el tiempo, el número y la oferta diaria de estas producciones, pero muy en especial *su público* aumentaron geométricamente en relación al interés científico que podían suscitar en nuestro país.

A una década de la creación de los estudios universitarios de comunicación en México (1960) pasar del estatuto de “artes” al de “ciencia” significaba recorrer el rígido sendero de un positivismo anglosajón —muy ligado a los estudios de mercado— interesado en medir, cuantificar y controlar los efectos de la televisión en las “masas”.

La teoría de usos y gratificaciones, vino a dinamizar un poco la rígida concepción de los recipientes del proceso y tuvimos —a diferencia del supuesto poder aplastante de los medios— la noción de una especie de supermercado de mensajes donde los clientes buscaban y obtenían exacta y racionalmente lo que necesitaban.

El dominio de los métodos y técnicas de cuantificación sólo funcionó como el heraldo de la importación de las preguntas. Estas son algunas de las características de una situación que alguna vez fue llamada “colonialismo intelectual”.

Viviendo en sociedades profundamente diferentes a las sociedades muy industrializadas y tecnificadas, y dentro de espacios culturales contradictorios, múltiples y superpuestos en permanente conflicto, aquellas inocentes (y aparentemente asépticas)

---

4. Cfr. *Procter & Gable: 150 años de marketing de éxito*, 1988.

5. Cfr. el interesante trabajo de Gabriel G. Molina: “Noticieros de la T.V. comercial en México: los imperativos del raciocinio corporativo”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 1987, pp. 7-52.

preguntas por el efecto de la violencia televisiva en los niños o las satisfacciones buscadas en el contenido de los medios<sup>6</sup> resultaban por muchas razones insuficientes. Si se deseaba abandonar algunas de las aplicaciones ideologizantes de la ciencia positivista se corría el peligro de caer en un vacío que quiso ser llenado por los restos del último de los estructuralismos de inspiración althusseriana. Este pretendía unir a una concepción marxista de la sociedad los rigores formalizantes de la semiología y el análisis del discurso. Pero inmersos en una crítica más bien política que se ubica coyunturalmente en el enfrentamiento del gobierno mexicano con algunos intereses privados y con la difusión de los estudios de corte mattelartiano de “denuncia ideológica”, el desinterés científico permanecía supeditado a la descalificación ideológica y política: resultaba *evidente* que las telenovelas eran cultura chatarra, hechas por mercaderes de la conciencia, financiadas por compañías transnacionales, transmitidas a través de nuevas tecnologías para ser consumidas por masas irremediabilmente enajenadas. El círculo estaba cerrado, todo muy claramente entendido y no quedaba más camino que denunciar y tratar de vacunarse ideológicamente.

### *El resultado fue desastroso en varios aspectos*

*Primeramente*, fue desechado un misal científicista que creía ciegamente en *El* “método científico” por un catecismo marxista que sin hacer trabajo metodológico ni empírico declaraba conocer los verdaderos hilos y derroteros de la sociedad. Es decir se pasaba de un estrabismo perdido en los datos y en el rigor (*mortis*) de su “recolección” a una miopía romántica con ropaje libertario. Con el tiempo, se pasó sistemáticamente de la valiente y acalorada denuncia fundada en estudios macrocefálicos llenos de

---

6. El predominio abrumador de un tipo de preguntas durante muchos años en los estudios y tesis mexicanas sobre comunicación puede consultarse en la exhaustiva obra de Raúl Fuentes: *La investigación de la comunicación social en México (1956-1986)*, 1990.

listas de corporaciones y negocios imperialistas, a la frustración de constatar que el “pueblo trabajador” a pesar de aquellas públicas denuncias y *revelaciones* de los mecanismos enajenantes y ocultadores, seguía servilmente ligado a la ideología de las clases dominantes o a sus irracionales tradiciones pre-capitalistas (religiosidad, fiestas, rituales, comida, etcétera) o peor aún, a ambas, sin notarlo siquiera; por el contrario, todo parecía indicar que ¡hasta les gustaba!

En *segundo lugar*, por el pronunciado distanciamiento entre las pasiones del público y las razones de los académicos y las universidades. Si algún intelectual osaba hablar públicamente de las telenovelas o engendros similares, era normalmente para regodearse en epítetos y alusiones a la estupidez de tan masiva y degradada “cosa” que por supuesto jamás habría visto. Nuevamente el efecto de la *doxa*<sup>7</sup> impedía el paso.

¿Dónde estaban las tradiciones sociológica y antropológica mexicanas en aquel entonces?

La sociología se vertía en la comprensión global del Estado revolucionario y posrevolucionario particularmente en sus procesos políticos y la dependencia económica. Por su parte, la antropología dentro de una tradición prolija en descripciones y pueblos-testigo<sup>8</sup> contemplaba casi con nostalgia y terror la transformación progresiva de sus tradicionales “objetos” de estudio: los indios siempre campesinos y posteriormente los campesinos, no siempre indios.

Con todo ello no es de extrañar el cuadro agudo de caquexia metodológica<sup>9</sup> para entender las dinámicas y los *tempos*

---

7. *Doxa* o conjunto de interpretaciones de primer orden, Cfr. G. Giménez M., “La teoría y el análisis de la cultura. Problemas teóricos y metodológicos”, en Galindo y González (coords.) *Metodología y culturas*, 1994.

8. Cfr. J. González, *Sociología de las culturas subalternas*, 1990, pp. 64-65. Véase también la refrescante influencia en los años setenta de A. Palerm y E. Wolf en los estudios sobre el campesinado y otros objetos poco comunes a la tradición en el volumen colectivo en su memoria, *La heterodoxia recuperada*, 1989.

9. Caquexia (del griego *kachexia*) literalmente significa *mala construcción* y se usa en medicina para designar una alteración profunda de la nutrición.

sincopados de la cultura contemporánea en México, la cual está marcada a nuestro entender por tres presencias claves que transformaron el panorama social y simbólico en unas décadas: 1. *Organizaciones complejas* especializadas en la creación, difusión y preservación de representaciones de la vida social para un mercado comercial. 2. La emergente *cultura urbana* nutrida en la *memoria y los movimientos sociales* de este siglo que llenó de nuevos objetos, obligó a plantear interrogantes, organizar respuestas y generó conflictos inéditos a nuestra sociedad, y finalmente, múltiples. 3. Los complejos *frentes culturales* (González, en prensa), espacios sociales donde se verifica la supuestamente “sincrética” y “surrealista” interpenetración en diversos grados conflictiva de culturas mestizas, milenarias, adaptativas, abductivas, ilógicas, ambiguas, resistentes y cambiantes en permanente lucha y contacto con las culturas legítimas y legitimadoras de las clases y grupos dominantes que se han vuelto (se conserven o no) hegemónicos precisamente *luchando* y no sólo “afectando” masas, “gratificando” clientes racionales o “inoculando” *ideología* en las cabezas de inermes masificados y enajenados.<sup>10</sup>

En la intersección de esta problemática y estas tres áreas se ubica nuestra incursión metodológica en los melodramas de la televisión.<sup>11</sup>

### *Las engañosas evidencias: de lo inmediato a lo construido*

Hacer investigación es una labor siempre creativa que nada tiene que ver con el obsesivo seguimiento de recetas únicas y el em-

10. Cfr. *Programa Cultura*, Universidad de Colima, 1985, y el trabajo de Jorge González y Rossana Reguillo: “México: volver al futuro. Comunicación y culturas a la vuelta del milenio”, en Orozco, G. (coord.) *La investigación de comunicación en México. Tendencias y perspectivas para los noventas*, 1992.

11. Véase la relación entre frentes culturales y el estudio de las telenovelas en J. González, “Metodología y sociología reflexivas. Navegar procelosos mares del placer”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, pp. 209-226, 1993.

pecinamiento en demostrar a-como-dé-lugar hipótesis tiesas, esclerotizantes. El trabajo de toda explicación consiste en proporcionar un marco de relaciones mediante las cuales convertimos una porción de lo que percibimos o nos afecta como realidad en un objeto inteligible. Porque la “realidad” no está ahí arreglada y peinada para que le saquemos una foto, ningún dato habla por sí sólo si no le hacemos hablar y no hay “evidencia empírica” que no sea evidencia *construida*.

El estatuto e importancia de la metodología dentro del proceso de generación de conocimientos científicos va a depender del tipo de posición epistemológica que se tenga al respecto de la relación entre la realidad que se investiga y las tareas del investigador.

El supuesto de que la realidad (los datos, los hechos, etcétera) siempre tiene la última palabra ha unificado a diversas posiciones empiristas en las que lo importante del proceso heurístico son las técnicas para “recopilar” o “recoger” y los instrumentos para “medir”. El papel del investigador es reducido a ser fiel mensajero de los dictados del objeto de estudio, de aquí el énfasis en medir, operacionalizar, cuantificar y verificar. Las consecuencias inmediatas se muestran en la corriente confusión que generalmente los autores hacen entre las técnicas y los métodos (Grawitz 1984).

Si *la realidad* es la que dicta inexorablemente la “verdad”, no debe extrañar el descuido y la dilución de la metodología como etapa de mediación vital para el desarrollo y fines de la pesquisa.

Contra todo empirismo<sup>12</sup> debemos plantear que la realidad no está estructurada, es estructurable, no está ordenada, es ordenable de muy diversas maneras, y asimismo que no existe *El método*

---

12. Actitud epistemológica que encontramos en la base no sólo de los más variados funcionalismos y versiones corregidas del positivismo, sino en muchos autores que se reconocen en el materialismo histórico y dialéctico, pero que piensan que la realidad y la práctica se puede conocer positivamente.



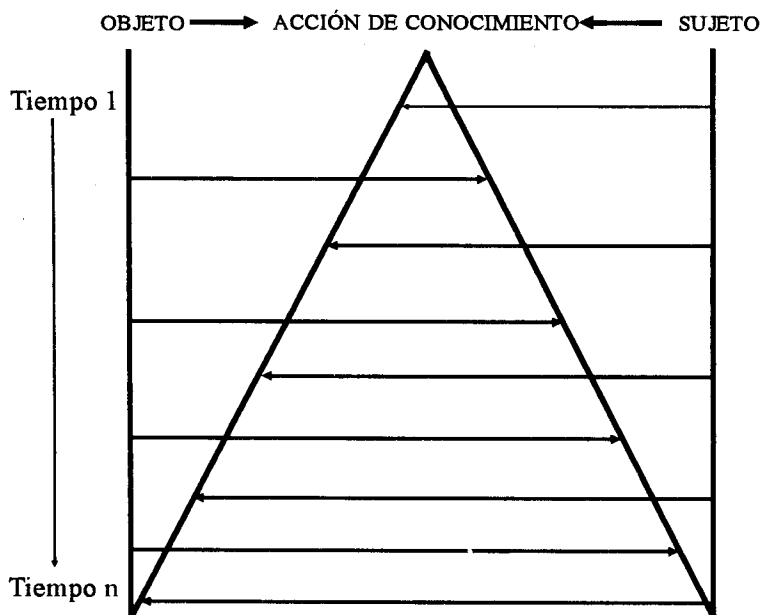
científico, que imitado por su 'éxito' en las ciencias nomotéticas, así nomás pueda aplicarse indiscriminadamente a cualquier realidad. Más bien podemos sostener que existen distintas formas de científicidad.

La contraparte del empirismo en un abanico de múltiples tonalidades, combinaciones y variadas posiciones las tenemos en el idealismo, en el que el papel protagónico lo desempeña el pensamiento y la inter-demostrabilidad de sus rigurosas categorías a partir de las cuales la realidad se "construye" y se "estructura" con la sola guía del rigor analítico, pero sin necesidad de confrontación experimental o empírica alguna. Si en la primera posición, la realidad "lleva la mano", en esta última, ante la elegancia de una construcción, la realidad puede muy bien estar equivocada o de plano no interesar demasiado al resultado de la investigación. Asimismo, en virtud de lo importante de las formas, generalmente el idealismo acompaña a varios tipos de estructuralismos y formalismos incapaces de establecer la red de determinaciones objetivas e independientes de la voluntad —diría lúcidamente Marx— que son la condición de posibilidad de existencia de dichas formas.

Así pues, si seguimos sosteniendo el papel fundamental del científico y el de la metodología en un tipo de estructuración sobre la realidad, debemos inmediatamente agregar dos postulados: que la realidad —bastante terca— no se deja "estructurar" de cualquier modo, y que por eso mismo, la realidad también es estructurante —nos hace mella— en todos los órdenes: físico, psíquico y social.

Es la acción de conocimiento la que pone en contacto las determinaciones de la realidad que se quiere conocer con las determinaciones del sujeto que conoce y a medida que se avanza en la acción de conocimiento, más del objeto hay en el sujeto y más del sujeto hay en el objeto (Piaget y García 1982) (ver figura 1).

FIGURA 1



El punto de vista *perturba* el objeto y toda observación “objetiva” está cargada inexorablemente de interpretación y en el mejor de los casos de teoría (Hanson 1977; Bourdieu 1975). Por esta razón, la cientificidad de un proceso de investigación no se fundamenta sólo en las técnicas o en las formalizaciones matemáticas ni en los métodos aplicados, sino en el tipo de preguntas que hacemos al inicio y durante una acción de conocimiento.

Ese proceso es complejo y accidentado porque debe ser construido a partir y en contra del sentido común “científico” que proporciona “explicaciones” simplonas o determinaciones mecánicas revestidas de ideolectos presumiblemente rigurosos, en las que el objeto se contempla bajo la luz de muy pobres y escasas relaciones.

Durante la investigación los datos “puros” no existen jamás y lo que se realiza es el paso de la realidad “en bruto”, mediante series de interpretaciones de segundo orden o de “racionalidad segunda” (Pizzorno 1989: 182) y recortes sucesivos y no siempre

escalonados, a la elaboración de una realidad observable, que se puede considerar como *datos + interpretación*. Entonces, un observable es un sistema siempre interpretado de relaciones entre distintas informaciones de la realidad o "datos".

Correspondientemente, tenemos un hecho, cuando construimos un sistema de relaciones entre observables y es precisamente una teoría la que mediante un sistema de relaciones entre conceptos, pone en relación un sistema de hechos (ver figura 2).

De aquí que tenga perfecto sentido y precisión anti-empirista y anti-idealista la sentencia de Marx cuando al hablar de la población llama lo concreto como una "síntesis de múltiples determinaciones"<sup>13</sup> (que hay que *construir*, para poderlas *ver*).

En efecto, los objetos reales se vuelven inteligibles cuando podemos construir el sistema de algunas de sus determinaciones, sin embargo, la vida siempre será más rica (en ricura y en riqueza) que las representaciones que nos podamos hacer de ella.

Todas las teorías y los conceptos nos representan la realidad en un cierto nivel de abstracción y para cierta escala de fenómenos, pero generalmente nunca resulta ni útil ni placentero el tratar de navegar en el mar sobre un mapa de sus corrientes que tenga las mismas y exactas dimensiones que el propio océano.<sup>14</sup>

Si en el sentido militar y político, una estrategia es el arte de proyectar, trazar y conducir las operaciones y movimientos de la campaña en general, resultará comprensible el considerar a la metodología como una estrategia en la que se proyecta, se traza y se conduce todo proceso de estructuración y conquista de la realidad-real (que en el caso del estudio de la sociedad, es siempre una realidad dotada de sentido<sup>15</sup> por los propios actores, es decir de interpretaciones múltiples de primer orden) en realidad-inteligible, mediante el uso de distintas técnicas y métodos en función de un objetivo teóricamente pertinente.

13. *Prólogo a la contribución de la Crítica de la Economía Política*, 1977.

14. Con verdad, Borges ("Del rigor en la ciencia") nos alerta de lo inservible de tales mapas. Cfr. una discusión sobre el particular en J. González, "Frentes culturales", en *Más(+) cultura(s)*.

15. Cfr. la excelente obra de A. Giddens: *Las nuevas reglas del método sociológico*, 1989.

Dato + interpretación = observable

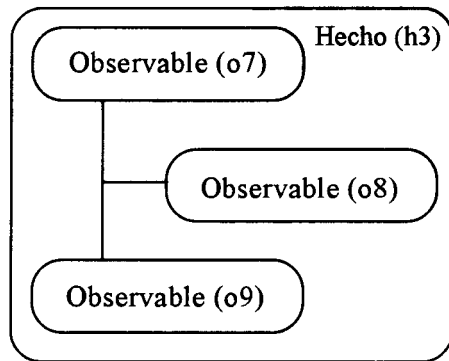
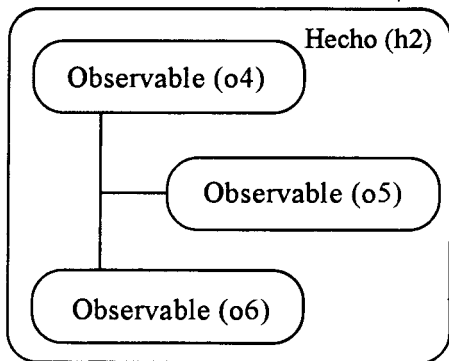
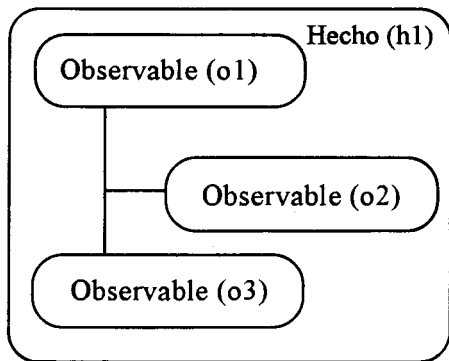


FIGURA 2  
Datos, observables, hechos

*Metodología: hacer visible lo invisible*

Pensar que la ciencia tiende a emplear una técnica o un método ya consagrado o la revelación de un pensamiento elegante y persuasivo pero sin contrastación posible, es renunciar al oficio y escamotear simultáneamente la responsabilidad de la creación, diseño y operación de nuestros propios marcos metodológicos y de nuestras rutas y derroteros.

La única receta metodológica es que no hay recetas pues tal y como versa el popular refrán, “de acuerdo al sapo, la pedrada”, la metodología se hace siempre adecuada y en permanente interacción con las diversas representaciones e interpretaciones que vamos generando del objeto. Entre las ideas y los datos, se navega con el mar y sus flujos.

Con las técnicas tenemos distintos instrumentos para formalizar y objetivar la información que nuestros criterios han juzgado pertinente y con los métodos realizamos el estilo de tratamiento preciso que nuestro observable requiere. De acuerdo con la fase de la pesquisa, con la complejidad de nuestra idea del problema y con el conocimiento (científico y connatural) que poseamos, los criterios pueden surgir de la teoría previa e irse ajustando progresivamente o bien a partir de interpretaciones de la propia experiencia incorporada, elaborarse con rigor conforme avanza la investigación.<sup>16</sup>

Así pues procedemos primeramente a objetivar y separar lo que no aparece ni se vive necesariamente como objetivado ni separado, para después arriesgarnos a sintetizar mediante una explicación hecha precisamente para ser comunicable a otros.

Es sólo mediante la estrategia de objetivación, análisis y síntesis que constituye toda metodología, que podemos distinguir diversos niveles de información capaces o no de ser integrables en distintas escalas. Incluso, por ejemplo, un observable construido en un nivel más alto, puede ser la clave para generar otros

---

16. Cfr. Glasser & Strauss, *The discovery of grounded theory*, 1967 y particularmente: Strauss, A., *Qualitative analysis for social scientists*, 1988.

observables —no percibidos aún por la teoría previa— en otra escala menor. La información generada en un nivel al ser integrada en otro, ilumina diversas zonas de obscuridad del sistema de relaciones de los objetos que pretendemos explicar.

Sin metodología no hay construcción posible de teoría, en cualquiera de las rebanadas de la ciencia que nos queramos situar.

Al renunciar a ella, con sólo tener un martillo en mano, todo nos puede parecer digno de un severo martillazo.

Si la comparamos con el lenguaje de la música, la estrategia para volver inteligibles objetos tan complejos como la relación entre las industrias culturales, sus productos y la sociedad, resulta ser muy similar a una *polifonía*: un conjunto de varias voces o partes melódicas en donde cada una expresa su propia idea musical, pero forma con las demás un todo armónico. Las voces y las melodías las proporcionan los instrumentos, las técnicas y los métodos; la armonía sólo proviene del oficio de hacer la metodología y de su inefable e ineludible relación con la red de segundas interpretaciones que funda toda teoría.

El plan de objetivar-analizar-sintetizar para saber cómo se relaciona la sociedad con el “mundo” del melodrama televisivo tenía al menos inicialmente que tocar e interconectar *tres áreas*: una primera que nos aclarara cómo la sociedad hace este tipo de productos, una segunda para saber de qué están hechos y una última con interés en quiénes son sus públicos. Hablaremos entonces de *producción y textos culturales* que se estructuran y generan dentro de organizaciones complejas especializadas, es decir, con procesos y productos profesionales y por otra parte de diversos *procesos sociales de lectura*.

En este texto presentamos explícitamente un esbozo del marco metodológico de la primera de estas áreas, es decir la relativa a la *producción de telenovelas*.<sup>17</sup>

---

17. Para ver la estrategia completa consúltese mi texto: “Navegar, naufragar, rescatar entre dos continentes perdidos. Ensayo metodológico sobre las culturas de hoy”, en Galindo y González (coords.) *Metodología y culturas*, 1994.

Todo intento de volver inteligible la realidad torna vulnerable y falsable no sólo los observables hechos e interpretaciones construidas, sino su propio proceso de construcción. Nada más dañoso para el saber que el aura de invulnerabilidad que surge de la obscuridad secreta (o ignorada) de los propios procesos de ir sabiendo.

*Un ojo a la producción y otro al garabato:  
niveles y escalas*

Estudiar la producción organizacional de productos culturales en la sociedad contemporánea, nos coloca frente a instituciones complejas, es decir, con un personal calificado y jerarquizado, instalaciones y equipamientos técnicos con alto grado de sofisticación, presupuestos y gastos de operación fijos, políticas de uso y aprovechamiento de los recursos, estrategias de mercadeo e inversión, flujos constantes de información y energía que se entretujan en variadas estructuras internas dentro de tres dimensiones: *institucional* (delimitación funcional de las posiciones: quién hace qué), *burocrática* (rutinas y formas particulares de operar: cómo se va a hacer) y *profesional* (disposiciones y criterios de los especialistas respecto de su propio oficio: representaciones de su hacer y ser en la organización).<sup>18</sup> Las trayectorias

---

18. Como el fin previsto de este trabajo es metodológico sólo toco de manera lateral aspectos teóricos e información histórica. Respecto a producción puede consultarse el número especial de la revista *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. II, núm. 4/5, 1988, en especial, G. Murdock, "Fabricando ficciones", pp. 67-94; G. Molina "Profesiones en trama: análisis de la producción de telenovelas", pp. 367-376; "Las vetas del encanto: por los veneros de la producción mexicana de telenovelas", en J. González, *Más(+) Cultura(s)*; y el trabajo de Lupita Chávez, *El análisis de producción de la telenovela mexicana y su forma moderna y racional de operar*, 1991, que forma parte del estudio del Programa Cultura, ya citado. Véase también la revisión e ideas de Horace Newcombe en "The creation of television drama", en Jensen, K. y Jankowski, N. (eds.) *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*, 1991, pp. 93-107.

necesariamente entrecruzadas y desbalanceadas de estas tres dimensiones de la organización deben interpretarse siempre en tensión variable con un sistema jerarquizado de fuerzas externas a la organización que operan estructural y coyunturalmente, en lo *específico* en primera instancia desde la composición del *campo nacional del espectáculo* y en segunda instancia desde el *mercado mundial de comunicaciones* (en particular el de los programas y series televisivas) y en lo general desde el *campo del poder* y desde el espacio social global del país.<sup>19</sup>

Para poder operar de manera competitiva, estas redes de relaciones interaccionan con otras organizaciones e instituciones en diferentes momentos y niveles de un entorno social especializado que tiene su propia dinámica y leyes de funcionamiento para conformar lo que llamamos el *campo del espectáculo*: las instituciones, agentes y productos de la televisión, radio, cine, teatro, video, discos, la prensa, las revistas y los centros de formación legítima y capacitación de los profesionales: técnicos, actores, directores, críticos, etcétera; todos ellos destinados a operar y mantener en movimiento permanente dicho campo.

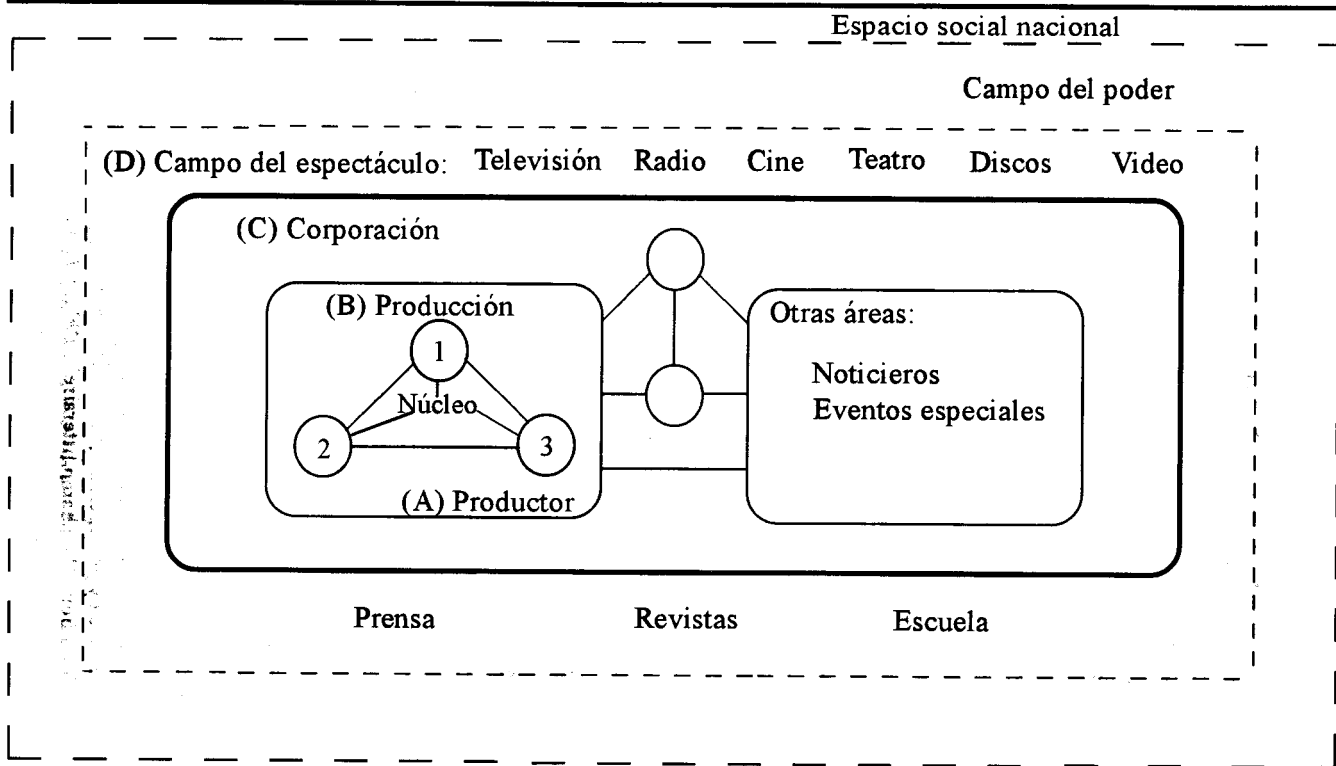
Para poder explicar la producción mexicana de telenovelas, vamos a operar en cinco diferentes niveles de análisis que nos permitan volver observables los procesos relacionados con nuestro objeto de estudio (ver figura 3).

---

19. Por campo del poder, entiendo junto con Bourdieu, el espacio de *relaciones de fuerza* entre agentes o instituciones que tienen en común el poseer el capital (económico, cultural, social) necesario para ocupar las posiciones dominantes en los diferentes campos y simultáneamente el espacio de las *luchas* entre los detentores de poderes diferentes para transformar o conservar el *valor relativo* de las diferentes especies de capital. Para las nociones de espacio social, campo y capital véase: P. Bourdieu, "El espacio social y la génesis de las clases", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 1989, pp. 27-56; y particularmente "Le champ littéraire", *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1991.



FIGURA 3: Niveles de análisis de la producción de telenovelas



La investigación empírica genera la información pertinente para la descripción de cada nivel y sus respectivos mecanismos intra, inter y trans objetuales.<sup>20</sup>

El primero (A) que consideramos es el nivel del *productor*, en el que partimos de la identificación de los elementos mínimos de un equipo de producción de telenovelas, (productor, escritor, director, escenógrafo, jefe de producción, asistentes, actores y técnicos), es decir, las posiciones de las que dependen de modo directo e inmediato las funciones y las rutinas básicas de la producción (idea, historia, guión, elenco, desglose de producción, planeación, presupuestos, música, ensayos, selección, coordinación y grabación en locaciones y foros, plan de edición, post-producción y el control general).<sup>21</sup>

Asimismo, nos interesa conocer no sólo los lugares objetivos, sino el *habitus* o representaciones subjetivas que los miembros del equipo tienen de su lugar, su oficio y sus productos, es decir, el sistema de criterios de clasificación profesional de su "ser", su "hacer" y su "deber" en la compañía.<sup>22</sup>

Necesitamos conocer las relaciones internas, los límites y las condiciones de contorno que enmarcan y dinamizan los subprocesos específicos de estos equipos.

La descripción de los mecanismos de este primer nivel sólo puede ser objetivada mediante una compenetración constante y duradera en la rutina laboral de al menos un equipo de producción dentro de la empresa. El trabajo de campo debe paulatinamente ir respondiendo y replanteando un conjunto de interrogantes básicas: cuáles son las funciones típicas y concretas en el equipo, cuáles son las posiciones indispensables y cuáles son las creencias (juicios émicos y éticos) respecto a dichas funciones y posi-

---

20. Para una presentación de estos mecanismos ver Piaget y García, *Psicogénesis e historia de la ciencia*, 1982.

21. Véase el trabajo de Lupita Chávez, *El análisis de producción de la telenovela mexicana y su forma moderna y racional de operar*, 1991, pp. 19 y ss.

22. Es el concepto de *habitus*, entendido como interiorización de las estructuras sociales objetivas en forma de esquemas de disposiciones de acción, valoración y percepción, que nos sirve para comprender esta dimensión. Cfr. P. Bourdieu, "Le champ littéraire", 1991, y *Le sens pratique*, Minuit, Paris, 1980.

ciones y con respecto al proceso y al producto que elaboran. El ingreso en los equipos de producción generalmente se realiza por medio de relaciones de interconocimiento y reconocimiento, que siempre deben ser respaldadas por un saber específico del oficio y por una puesta en escena adecuada de dicho saber. No basta “ser” director, actor o técnico, se necesita mostrarlo efectivamente y “parecerlo” para que sea reconocido y “valorado”.

No es lo mismo ser director de cámaras que ser actor, ni ser utilero o maquillista que ser *el señor* productor.

En un segundo nivel de análisis (B), que llamaré el de la *producción organizacional*, destacamos las relaciones que mantienen y establecen los distintos productores y sus equipos *entre sí y con el núcleo coordinador* de la producción dentro de la organización. Sabemos que a diferencia de los noticiarios que desde 1970 se instituyeron en una dirección dentro de la empresa, las posiciones y funciones de la mayor parte del talento creativo que realizan las telenovelas siempre han quedado en calidad de *free lancers*, es decir, personal contratado por tiempo y obra determinada. De este modo, ante los profesionales dejados al libre juego de la oferta y demanda, la empresa posee un núcleo que coordina y regula las relaciones de los productores entre sí y de éstos con *Televisa*®™ en lo que corresponde estrictamente a la producción de telenovelas. Este es el nivel elegido de los procesos de primer orden que nos interesa conocer y respecto del cuál los demás niveles se ubican. Por una parte es el nivel de ejecución y control de las políticas de asignación de espacios (en qué unidad, cuál estudio, cuál oficina, etcétera), tiempos (ensayo, grabación, edición, posproducción, etcétera), recursos (cuál equipo, materiales, asignaciones presupuestales, facilidades, etcétera), personal técnico de planta (costureras, camarógrafos, utileros, maquillistas, apuntador, etcétera), políticas de contratación. Por otra parte también ahí se ejecuta la supervisión de guiones, la contratación (o veto) de actores, músicos, escritores y directores que son inicialmente decisiones de cada productor, pero que siempre están sujetos a negociaciones variadas y a conflictos.

Es por esto que este nivel es decisivo en la operación organizacional de la producción de telenovelas, en él nos asomamos a

la competencia y lucha cotidiana donde las relaciones personales (capital social) y los saberes incorporados (capital específico) de todos los involucrados en el primer nivel hacen las cuentas cotidianamente con la lógica económica y racional de la empresa. No basta ser un gran director (que tenga un saber reconocido o capital simbólico) para justificar una grabación retardada y accidentada que hace perder tiempo a la empresa.<sup>23</sup> Nunca como en la producción televisiva, fue tan cierto que *el tiempo es* —precisamente— *oro*.

Un *tercer nivel* (C) de información y análisis (procesos de segundo orden) nos ubica de manera más amplia la actividad de producir telenovelas, colocada dentro de la estructura de la *corporación*.

Se trata de conocer cuál es y cuál ha sido el peso de la producción de telenovelas en la composición y trayectoria de la organización.

La empresa realiza además de las telenovelas *otras* producciones televisivas (comedias, series, cómicos, infantiles, musicales, especiales, noticiarios, etcétera) y asimismo tiene otras áreas de interés (teatro, cine, discos, video, revistas, diarios, deportes, etcétera)<sup>24</sup> en relación con las cuales la producción de telenovelas ha ido ganando un lugar. Esta se materializa dentro de la organización como posiciones, funciones y valores que redundan en la programación y la asignación de horarios a lo largo de la historia de las transmisiones televisivas.

---

23. Cfr. P. Bourdieu, *La distinction*, Minuit, Paris, 1979, para la discusión y operación de los capitales.

24. Cfr. una perspectiva esquemática de la corporación en: G. Molina, "Noticieros de la T.V. comercial en México: los imperativos del raciocinio corporativo", 1987, pp. 45-46. Otro punto de vista "ya clásico" centrado en la exterioridad económica y política de las corporaciones se puede encontrar en H. Schiller, *Cultura, S.A. La apropiación corporativa de la expresión pública*, 1993. Sin embargo, esta perspectiva no proporciona información del modo como todo ello ocurre "dentro", ni tampoco provee elementos para trazar un puente en este abismo. Para el caso europeo y español relativo a los grandes conglomerados de medios con una perspectiva más preocupada por la metodología que por la sólo denuncia, véase Juan C. Miguel, *Los grupos multimedia. Estructuras y estrategias en los medios europeos*, 1993.

Conforma a su vez otra esfera de decisiones y políticas más generales que son diseñadas en estratos superiores de la organización. Una manera inicial de objetivar ese peso relativo se obtiene de la distribución del presupuesto por áreas, número de empleados, el tamaño y ubicación de las instalaciones y sobre todo las cuotas que aportan a la comercialización y exportación de materiales televisivos.<sup>25</sup>

En esta esfera de tensiones y relaciones es donde se decide cuántas telenovelas se producen por año, la jerarquía de los productores, el lanzamiento de estrellas, la temática general de algunas de las historias para enfrentar presiones externas de otros niveles<sup>26</sup> y se modelan las relaciones con el campo cultural del país.

- 
25. Las telenovelas de Televisa que comenzaron a exportarse a gran escala desde 1970 a toda Latinoamérica y en la década posterior a todo el mundo, muestran una especie de homología de su importancia *hacia afuera* con una clara prominencia *hacia dentro* de la empresa. Sin embargo también debe tomarse en cuenta otras "ganancias" de tipo político y cultural que otras áreas generan en virtud de la posición de la empresa en el campo del poder y en el espacio social global.
26. La relación de la empresa con el Estado ha pasado por distintos momentos dentro de los cuales destaco dos: a) La creación del género de la "telenovela histórica" (melodramatización de pasajes de la historia patria) obedeció a la molestia expresa del ministerio de Gobernación cuando en 1965 a raíz del enorme éxito de la telenovela *Maximiliano y Carlota* producida por Ernesto Alonso, la figura de Don Benito Juárez, *Benemérito de las Américas*, quedaba (de manera involuntaria e inesperada) dentro de la estructura melodramática al final de la telenovela como el *villano* que destruyó el romántico amor de los protagonistas. Ante la queja oficial, la presidencia de la empresa solicitó al productor que hiciera otra telenovela para "reparar" la imagen del héroe. b) La "edición" especial que se hizo de la telenovela sobre la revolución mexicana *Senda de Gloria*, una costosa coproducción de la empresa con el Instituto Mexicano del Seguro Social, transmitida originalmente con 160 capítulos en 1987. Esta se retransmitía los sábados en versión de dos horas y su final coincidió con las campañas para elecciones presidenciales de julio de 1988. Ante la sorpresa de los televidentes que seguían la telenovela, desapareció de la pantalla el General Lázaro Cárdenas, padre de uno de los candidatos más importantes de la oposición. Para documentar periodísticamente algunos episodios de la campaña *anti-oposición* que se realizó en la televisión mexicana, véase: Raúl Navarro B., *Y tv... ¿quién eres?*, editado por la Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco y el Programa Cultural de las Fronteras, México, 1991.

El recurso a estadísticas internas, entrevistas profundas con informantes clave y el análisis documental de materiales de la institución (memorias, videoteca, informes, reglamentos, memoranda), biografías y declaraciones públicas de sus directivos, nos ayudan a volver observable este nivel.

Restan otros dos niveles más, que si bien en este caso permanecen como condiciones de contorno de los límites del estudio,<sup>27</sup> marcan las relaciones de la compañía con el entorno social especializado y son determinantes para comprender además de la creación directa de los productos melodramáticos, la producción del valor simbólico de las telenovelas dentro del campo cultural y en el espacio social global de una formación social.<sup>28</sup>

El cuarto nivel (D) es el del *campo del espectáculo* y constituye el espacio de relaciones objetivas de fuerza entre todas las instituciones dedicadas especializadamente a la capacitación, producción, regulación y crítica de la diversión pública en las que el melodrama tiene cabida: la radio, el teatro, el cine, la televisión, los discos, los videos, las revistas como competidores directos; los controles y apoyos o bloqueos ejercidos por la prensa e instancias de regulación sindicales, oficiales y el espacio de las instituciones que preparan legítimamente a los “especialistas del melodrama” (escuelas de actuación, canto, escritura, dirección, técnica audiovisual, etcétera).

Este entorno se considera en esta investigación dentro del nivel de los meta-procesos de primer orden y conforma un espacio especializado de valoración (positiva o negativa) de los actores y actrices que son las posiciones más exteriores, más *visibles* y con mayor carga de capital simbólico o de reconocimiento público de todo el sistema de producción de las telenovelas. Los que dan la cara al público *deben ser y saber ser* reconocidos o en su defecto dejar el paso a otros mejor dotados para la fama. Este campo es un espacio de luchas constantes por ocupar las posiciones que su estructura objetiva define y simultáneamente de luchas por el

27. Una propuesta metodológica para trabajar con sistemas complejos se encuentra en J. González, “Los sistemas de comunicación social: ideas sueltas para ponerle un cascabel al gato”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 1989, pp. 271-288.

28. Cfr. el concepto de *formación social* en R. Fossaert, *La société*, 1977/1983.

control de los mecanismos de valoración y reconocimiento específico que redundan en la redefinición (conservación o transformación) de las posiciones y por lo tanto de su propia estructura.

De igual manera, las entrevistas profundas, las estadísticas generales, el análisis documental de la prensa y de los rituales especializados,<sup>29</sup> la construcción de una serie de bases de datos sobre la oferta televisiva semanal de distintos años<sup>30</sup> y el inventario de las producciones dramáticas televisadas desde 1950 a la fecha, son claves en la identificación de este nivel. Sólo con las bases de datos es posible generar configuraciones que, dado el enorme volumen de la información que se genera, de otro modo jamás tendríamos y es a partir de ellas que podemos construir nuevas preguntas, registros y categorías mucho más precisas para entender e interpretar las posiciones, las luchas y sus vicisitudes históricas.

El quinto nivel (E) lo ubico en el *mercado mundial de ficción* (parte a su vez de un sistema mayor de comunicaciones) que tiene su propia lógica, historia y estructura y dentro del cual las telenovelas mexicanas deben competir contra otras telenovelas (latinoamericanas en primera instancia) y en menor medida contra otras producciones en un mercado segmentado y dominado por compañías y corporaciones estadounidenses (series, filmes y noticias), japonesas (dibujos animados) y europeas (documentales, filmes y series) para colocarse en la programación cotidiana de la

---

29. El criticado (siempre desde otra zona del campo cultural general, del cual el del espectáculo es un sub-campo más en lucha) estilo *frívolo* y superficial de las revistas que *telenovelizan* la vida privada de las "estrellas", las secciones de comentario y crítica especializada, las entrevistas televisadas o radiofónicas, las semblanzas, las inauguraciones, los apadrinamientos y por supuesto los certámenes (los *Heraldos*, los premios *TV* y *novelas*, el festival de la OTI, *Valores juveniles*, etcétera) funcionan como mecanismos y rituales de consagración del valor simbólico de las obras y especialmente de los actores. Por eso no importa lo que se diga, sino *estar siempre presente* en la memoria del gran público para poder ser *reconocidos* y por tanto valorados dentro del campo.

30. Cfr. "La cofradía de las emociones (in)terminables I", Jorge González, 1988, pág. 35-ss.

enorme infraestructura televisiva de todo el mundo.<sup>31</sup> Lo considero como un conjunto de meta-procesos de segundo orden que se verifican en una estructura internacional que opera de manera funcionalmente idéntica, pero estructuralmente diferente al nivel anterior. Su estructura debe definirse como parte de una economía-mundo o sistema mundial<sup>32</sup> y para efectos del análisis se considera como una condición de contorno que aporta y recibe diversos tipos de perturbaciones de las estructuras de la escala de una formación social. Dada la importancia de las ventas al extranjero, la misma producción de la telenovela (niveles A y B) debe ser pensada para un gusto "internacional". Ello influye en los cuatro niveles anteriores de manera diferencial. Asimismo, la competencia por conquistar nuevos mercados y conservar los ya

---

31. Cfr. el trabajo de Joseph Straubhaar, "Beyond media imperialism: assymetrical interdependence and cultural proximity", en *Critical studies in mass communication*, 8, 1991, pp. 39-59. Donde el autor hace una interesante exposición crítica de algunas posiciones comunes en la interpretación de las relaciones y los flujos internacionales de materiales de comunicación, y con información empírica sobre Brasil y República Dominicana muestra una tendencia a la segmentación regional de los mercados latinoamericanos de televisión, que de una dependencia muy marcada están pasando, mediante el reforzamiento relativo de la capacidad de producción local, a una selección de programas más ligados a los gustos de sus audiencias bajo su hipótesis de la proximidad cultural. Este argumento le conduce a repensar el llamado "imperialismo cultural" y la "dependencia" respecto del *pri mer mundo*, en términos de una interdependencia asimétrica (p. 43). Posición muy diferente de los puntos de vista apocalípticos de la *Mac-Donalizacion* del mundo de Hamelink y el *fin de las esperanzas* revolucionarias del tercer mundo de H. Schiller que ambos manifestaron en el XIV Congreso brasileño de investigación científica de comunicación INTERCOM en Porto Alegre, del 4 al 8 de septiembre de 1991. Cfr. Doris Fagundes (Org.) *Sistemas de comunicação e identidades da América Latina*, Porto Alegre, Edipucrs/ Epeé, 1993.

Por otra parte, según nuestra información, Televisa exportó entre 1980 y 1990 más de doscientas mil horas de telenovelas a prácticamente todo el mundo. Cfr. "Las vetas del encanto: por los veneros de la producción mexicana de telenovelas", en J. González, *Más(+) Culturas(s)*.

32. Cfr. para el concepto de economía-mundo a I. Wallerstein, *El moderno sistema mundial*, 1979; y R. Fossaert, *Le monde au fin du siècle XXI*, 1993.



establecidos, es constante entre Red Globo (São Paulo), Venevisión (Caracas), Coral Pictures (Miami), Capitalvisión (Miami), Reytel (Buenos Aires-Madrid), Caracol (Colombia) y Televisa-Galavisión (México) que a su modo mantienen relaciones con las enormes compañías de los Estados Unidos, Japón y Europa. La telenovela ha demostrado ser un producto muy rentable para las televisoras porque cuesta muy poco en relación a la propia producción de ficción y porque debido a sus elevados índices de preferencia es fácilmente comercializable.

La información documental y las estadísticas internacionales nos dan una primera versión de este nivel, sin embargo, el estudio comparativo<sup>33</sup> histórico y estructural de distintos casos nacionales nos puede dar una idea más certera de la operación diferencial de este nivel en relación con nuestras unidades de observación y análisis elegidas (nivel de los procesos). La historia de la "vida" institucional de las compañías que operan internacionalmente nos daría información preciosa sobre dicho nivel.

Tenemos así un equipo de profesionales en relación con una empresa televisora (niveles A, B, C) que crea bajo ciertas condiciones y límites una telenovela-*producto*, pero es el campo (niveles D y E) el que le otorga su *valor* al ser colocada dentro de un sistema de diferencias y distancias relativas y al entrar en relación específica con el campo del poder y más ampliamente con diversas redes ideológicas de convivencia social frente a las que con su acción cultural recorta y crea un público capaz de percibir, distinguir, evaluar y apreciar sus productos.

En síntesis, volver inteligible la *producción* mexicana de telenovelas nos suma directamente en una estrategia de uso de múltiples técnicas y métodos (Brewer y Hunter 1989) mediante las que hacemos las cuentas en varios niveles de observación con la composición y trayectoria de un espacio social *especializado*,

---

33. Cfr. la excelente propuesta de C. Ragin, *The comparative method: moving beyond qualitative and quantitative strategies*, 1989, para aplicar lo que él llama el método comparativo-cualitativo, como una alternativa al análisis estadístico multivariado. Regresaré más adelante sobre este tema.

lugar de relaciones de *fuerza* y espacio de *luchas*, en el que se producen fabrilmente productos culturales concretos y que al ser colocados en una estructura mayor igualmente conflictiva, se les confiere (desde posiciones diferenciales de fuerza y lucha variables históricamente) un *valor simbólico* (Bourdieu 1991) a las obras, los objetos, los agentes, las prácticas y las instituciones involucradas en una representación melodramática e industrial de la existencia.

La telenovela, tal como se ha generado en México, es un espacio *fractal* donde se lucha por la definición y los mecanismos de la repartición del *valor simbólico*, no sólo del formato, sino de las *formas sociales*,<sup>34</sup> plenamente estéticas que ella pone en escena y que largamente exceden los límites del texto y su textura. Enraizan profundamente en los equipos de profesionales de la televisión y por supuesto se enredan y anudan de la fruición y goce de las comunidades.

*De salida: producir, narrar, concretar,  
delinear mundos posibles*

Quizás, como efectivamente muchos sostienen, las telenovelas y toda la estrategia simbólica que las acompaña no pasan de ser una moda ligera, tonta e insignificante en el mejor de los casos.

Pero resulta que para la mayoría de la gente de muchas partes del mundo la televisión se ha convertido prácticamente en el más importante medio para acceder a *mundos posibles* a través de los caminos de la ficción, de los flujos corrientes de la narración y de las narraciones más corrientes de las que emana el encanto. Estamos inmersos en una cultura (en todos los niveles: familiar, local, regional, nacional e internacional) donde la *narratividad* ha tenido y tiene un enorme peso. Vivimos dentro de culturas crecientemente textualizadas, icónicas, objetuales, modulares. En

---

34. Para efectos de este cierre conviene ayudarnos del concepto de formas sociales que trabajaba Simmel, cfr. Frisby, D., *Simmel and science. Essays on Georg Simmel's social theory*, 1992.

todas las áreas del conocimiento humano, incluso desde la vanguardia de la neurología, se comienza a destacar y a documentar el poder de las *formas concretas* de relacionarse con el mundo: la música, la narración, el teatro (Sacks 1991: 233), con la lógica de comunicación analógica por casos concretos y, consecuentemente la incapacidad y ceguera de la ciencia de los neurólogos para considerar menos desbalanceadamente los hemisferios cerebrales. El mundo de la informática converge crecientemente hacia la programación orientada por objetos (oops) y los desarrollos "multimedia", donde las potencialidades del láser y de los cada-día-más-veloces microprocesadores permiten recuperar, configurar y acercarse a la realidad *en modos diversamente racionales* y hasta antes insospechados. Entre mundos sofisticados de hologramas, fractales, *software* y *hardware* en progresión y búsqueda, el mundo de la telenovela ancla en una forma de comunicación de lo concreto que se mimetiza en un vehículo de misterio, de secretos, de intimidad, de belleza y profundidad, "una vía de acceso a las emociones, a la imaginación, al espíritu... tan plenamente como cualquier concepción abstracta" (*Ibidem.*: 223), o sea de las que *si valen*. La concreción narrativa, excesiva, exagerada, *naif*, burda, de la telenovela se llena (desparrama, escurre, destila) rápidamente de sentimiento y sentido elementales y elementalmente reconocibles.

Esta concreción es el resultado de una variada gama de relaciones y presiones procedentes de varios niveles cuyos efectos son difractados de manera compleja, pero construible, documentable, por las diversas estructuras que intervienen y se interpenetran en la producción de las telenovelas. Estas son todo un universo narrativo, simultáneamente simbólico y mercantil, tejido dentro de un proceso de producción igualmente complejo en torno a sentires, haberes y decires *elementalmente humanos*, inmerso en una descarnada y feroz lucha por la definición y redefinición de *su* sentido, que no es otro más que el sentido de los sentidos de la vida, de una vida, de cualquier vida.

## BIBLIOGRAFÍA

- BOURDIEU, P. (1975) *El oficio del sociólogo*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- (1979) *La distinction*. Paris: Minuit.
- (1980) *Le sens pratique*. Paris: Minuit.
- (1989) “El espacio social y la génesis de las clases”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. III, núm. 7. México: Universidad de Colima.
- (1991) “Le champ littéraire”, *Actes de la recherche en sciences sociales*, núm. 89, sep.
- BREWER y HUNTER (1989) *Multimethod research: a synthesis of styles*. Sage.
- CHÁVEZ, Lupita (1991) *El análisis de producción de la telenovela mexicana y su forma moderna y racional de operar*, tesis de Maestría en Sociología. México: Universidad Iberoamericana.
- FAGUNDES, Doris (org.) (1993) *Sistemas de comunicação e identidades da América Latina*. Porto Alegre: Edipucrs/Epeé.
- FOSSAERT, R. (1977/1983) *La société*, t. I y VI. Paris: Seuil.
- (1993) *Le monde au fin du siècle XXI*. Paris: Fayard.
- FRISBY, D. (1992) *Simmel and science. Essays on Georg Simmel's social theory*. London: Routledge.
- FUENTES, Raúl (1990) *La investigación de la comunicación social en México (1956-1986)*. México: Edicom.
- GALINDO, Jesús (1985) “Vivir y sentir la telenovela”, *Chasqui*, núm. 16. Quito, Ecuador: CIESPAL.
- GARCÍA CANCLINI (ed.) (1993) “El regreso de... la cofradía de las emociones (in)terminables: telenovela, memoria, familia”, en *El consumo cultural en México*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Seminario de Estudios de la Cultura.
- GIDDENS, A. (1989) *Las nuevas reglas del método sociológico*. Buenos Aires: Amorrortu.
- GIMÉNEZ M., G. (1994) “La teoría y el análisis de la cultura. Problemas teóricos y metodológicos”, en Jesús Galindo, y Jorge González (coords.) *Metodología y culturas*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Colección Pensar la Cultura.
- GLASSER & STRAUSS (1967) *The discovery of grounded theory*. Chicago: Aldine.

- GONZÁLEZ, Jorge (1988) "La cofradía de las emociones (in)terminables I: construir las telenovelas mexicanas", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. II, núm. 4/5. México: Universidad de Colima.
- (1989) "Los sistemas de comunicación social: ideas sueltas para ponerle un cascabel al gato", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. III, núm. 7. México: Universidad de Colima.
- (1990) *Sociología de las culturas subalternas*. Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California.
- (1991) "Juego peligroso: ferias, memorias urbanas y frentes culturales", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. IV, núm. 12. México: Universidad de Colima.
- (1993) "Metodología y sociología reflexivas. Navegar procelosos mares del placer", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. V, núm. 15. México: Universidad de Colima.
- (1994) "Navegar, naufragar, rescatar entre dos continentes perdidos. Ensayo metodológico sobre las culturas de hoy", en Jesús Galindo y Jorge González (coords.) *Metodologías y culturas*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Colección Pensar la Cultura.
- (En prensa) "Frentes culturales", en *Más(+) Cultura(s)*. Conaculta.
- (En prensa) "Las vetas del encanto: por los veneros de la producción mexicana de telenovelas", en *Más(+) Cultura(s)*. Conaculta.
- GONZÁLEZ, Jorge y Rossana REGUILLO (1992) "México: volver al futuro. Comunicación y culturas a la vuelta del milenio", en G. Orozco (coord.) *La investigación de comunicación en México. Tendencias y perspectivas para los noventa*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, núm. 3. México: Universidad Iberoamericana.
- GRAWITZ, M. (1984) *Métodos y técnicas de las ciencias sociales (I)*. México: Editia Mexicana.
- HANSON, N. R. (1977) *Patrones de descubrimiento*. Madrid: Alianza.
- MIGUEL, Juan C. (1993) *Los grupos multimedia. Estructuras y estrategias en los medios europeos*. Barcelona: Bosch.
- MOLINA, Gabriel (1987) "Noticieros de la TV comercial en México: los imperativos del raciocinio corporativo", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. I, núm. 2. México: Universidad de Colima.

- (1988) “Profesiones en trama: análisis de la producción de telenovelas”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. II, núm. 4/5. México: Universidad de Colima.
- MURDOCK, G. (1988) “Fabricando ficciones”, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. II., núm. 4/5. México: Universidad de Colima.
- NAVARRO B., Raúl (1991) *Y tv... ¿quién eres?* México: Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco y el Programa Cultural de las Fronteras.
- NEWCOMBE, Horace (1991) “The creation of television drama”, en K. Jensen y N. Jankowski (eds.) *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. London: Routledge.
- PALERM, A. y E. WOLF (1989) *La heterodoxia recuperada*. México: FCE.
- PIAGET, Jean y Rolando GARCÍA (1982) *Psicogénesis e historia de la ciencia*. México: Siglo XXI.
- PIZZORNO (1989) “Spiegazione come reidentificazione”, *Rassegna italiana di sociología*, vol. XXX, núm. 2.
- RAGIN, C. (1989) *The comparative method: moving beyond qualitative and quantitative strategies*. Berkeley: University of California Press.
- SACKS, Oliver (1991) *El hombre que confundió a su mujer con un sombrero*. Barcelona: Muchnik editores.
- SCHILLER, H. (1993) *Cultura, S.A. La apropiación corporativa de la expresión pública*. México: CEIC, Universidad de Guadalajara.
- STRAUBHAAR, Joseph (1991) “Beyond media imperialism: asymmetrical interdependence and cultural proximity”, en *Critical studies in mass communication*, núm. 8.
- STRAUSS, A. (1988) *Qualitative analysis for social scientists*. New York: Cambridge University Press.
- WALLERSTEIN, I. (1979) *El moderno sistema mundial*, 2 tomos. México: Siglo XXI.
- (1988) *Procter & Gable: 150 años de marketing de éxito*. Colombia: Ed. Carvajal.
- (1977) *Prólogo a la contribución de la crítica de la economía política*. Madrid: Ed. Alberto Corazón.