

Depósito legal: ppi 201502ZU4635

Esta publicación científica en formato digital es continuidad de la revista impresa

Depósito Legal: pp 200402ZU1627 ISSN:1690-7582

QUÓRUM

ACADÉMICO

Revista especializada en temas de la Comunicación y la Información



Universidad del Zulia
Facultad de Humanidades y Educación
Centro de Investigación de la
Comunicación y la Información
(CICI)
Maracaibo - Venezuela



De lo popular a lo industrial. Las estéticas mediáticas del melodrama latinoamericano

Xavier Brito Alvarado ¹

Paola Capito Álvarez ²

Resumen

El melodrama no solo constituye un concepto mediático, sino social que ha permitido construir una matriz narrativa de lo latinoamericano, convirtiéndose en un lugar de encuentro y reconocimiento cultural, de ahí para pensarlo como una categoría social útil. Debido a esto, las industrias culturales en América Latina han encontrado en el melodrama una fuente, casi inagotable, de historias mediáticas que seducen, entretienen y que nos permiten reconocernos como parte de una sociedad. El presente ensayo pretende cartografiar el melodrama desde una mirada comunicacional, antropológica y de los estudios culturales latinoamericanos para entenderlo como un espacio narrativo que ha permitido contar las cotidianidades (frustraciones, alegrías), de nuestras sociedades que, muchas veces, han sido menospreciadas por las élites intelectuales y económicas latinoamericanas.

Palabras clave: Melodrama; cine; televisión; música

Recibido: Marzo 2017 - Aceptado: Junio 2017

1 Profesor titular de la Carrera de Comunicación Social, Universidad Técnica de Ambato. lx.brito@uta.edu.ec

2 Investigadora independiente de educación y comunicación. paocapito@gmail.com

From the popular to the industrial. The melodrama of latin american media aesthetic

Abstract

Not only melodrama is a media concept, but has allowed social construct a narrative about Latin America matrix, turning in a place of encounter and recognition cultural, from there to think it as a category social useful. Because of this cultural industries in Latin America have been found in melodrama and an almost inexhaustible source of stories media that seduce us entertain and that we allow to recognize us as part of a society. The present essay intends to mapping to the melodrama from a look communications, anthropological and of them studies cultural Latin American to understand it as a narrative space that has allowed the (frustrations, joys), every day in our societies that have, many times, have been despised by the elite intellectual and economic Latin American.

Keywords: Melodrama; film; television; music

1. Una apertura necesaria, a manera de introducción

Para Rossana Reguillo (2000), el melodrama en América Latina se ha convertido en el relato para contar, dar formas y sentidos a las prácticas cotidianas, constituyendo una matriz narrativa cultural de reconocimiento de lo latinoamericano. "La narrativa melodramática, cristalizada en diferentes géneros y soportes, por ejemplo el cine, la radionovela, el bolero, se convirtió en el reflejo de una época y de una sensibilidad, al tiempo en que los latinoamericanos fueron inventados por el mismo melodrama. Esta forma de relato logró abolir la frontera entre lo real y lo representado. El melodrama se convirtió en escritura de lo real, en visión del mundo y en el abrevadero de las grandes verdades para amplios sectores de la población que interpretaron y fueron interpretados en la narrativa melodramática que más que un género se convirtió en matriz cultural" (Reguillo, 2000: 59).

El melodrama dentro de los espacios mediáticos latinoamericanos ha ocupado un espacio privilegiado. Para Carlos Monsiváis (2000), esto se debe, entre otros aspectos a: 1. La creación de un televidente relativamente

pasivo; 2. Los prejuicios conservadores como la moral a seguir por parte de la población; 3. El consumo y los gustos de las élites como parte de la cultura nacional a resaltar y las fantasías de las clases populares en torno a estos gustos; 4. El ritmo de las ciudades que se convertían en sinónimos de modernidad; 5. El tiempo libre sumiso a la pantalla de televisión; 6. Los mensajes melodramáticos se convierten en esfera pública; y 7. La “globalización” de la pantalla.

El melodrama se ha contrapuesto a una cultura elitista latinoamericana, una versión europea de gustos y estilos que ha construido la idea de que el melodrama es parte de unos sujetos marginados del relato oficial y sumidos en prácticas “folclóricas” y, sobre todo, no modernas. De ahí que “el melodrama como vertebración de cualquier tema, conjugando la impotencia social y las aspiraciones heroicas, interpelando lo popular desde el entendimiento familiar de la realidad” (Martín-Barbero, 2003: 182). No obstante, en tiempos de globalización estos “marginados” se ubican dentro de los circuitos de consumo y producción mediática, sin ellos las industrias culturales no tendrían el éxito que poseen. “El aldeano vanidoso sigue existiendo en este presente aun cuando posea o no antenas parabólicas, este enchufado a la radio, a varios canales de televisión -abierta, directa o por cable-, sea un adicto a la Internet, consuma diversos medios de prensa escrita, marcas de jean o clases de hamburguesas y sea ciudadano del eufórico [...]” (Achugar, 1996: 846).

Este entramado mediático ha permitido que en América Latina pueden coexistir una herencia colonial, prácticas indígenas y productos comerciales como: MacDonald, Sony, entre otros, que son asumidos como propios, conduciendo a prácticas identificadoras locales y globales. Vivimos “las amalgamas planetarias que invaden nuestra vida cotidiana nos recuerdan que no estamos solos en el mundo de las ideas y que lo occidental ya no es ciertamente lo universal” (Gruzinski, 2000: 57). Estos puntos permiten argumentar que las industrias culturales han constituido una plataforma para lo melodramático, para lo popular.

Para Martín-Barbero (2003), el melodrama permitió que lo popular se integre en América Latina como parte de una sociedad mediante una “sintaxis audio-visual” para liberarse de los gustos narrativos impuestos por las élites.

2.El cine, el melodrama para las masas

El melodrama como género cinematográfico posee una historia particular, “fueron especialmente las *scholars* defensoras del feminismo las responsables de colocar sobre el tapete el género más pregnante de la historia del cine, que durante largo tiempo fue ignorado como material de estudio por el espacio de la teoría y del cine” (Manetti, 2000: 190). La marginación a este cine se debió a que se trataba, y lo sigue haciendo, de temas relacionados con la esfera de lo doméstico, especialmente, dramas y romances. Las primeras películas representaban el lado femenino de la sociedad, entre las características más importantes se puede anotar:

1. Sacrificio, madre y mujer abnegada capaz de todo acto para precautelar la integridad de la familia con el objetivo, casi único, de hacer de sus hijos buenas personas.
2. Trabajadora, no solo actúa como una persona dentro del espacio doméstico, busca que sus hijos ocupen un lugar dentro de la sociedad, que posean un capital social que a ella le ha sido negada.
3. Romántica en búsqueda de aquel hombre para formar una familia perfecta, que pueda sobrevivir a todos los problemas.
4. Inocente, aquella mujer que debe sobreponerse a todos los infortunios de la vida, por lo general, son mujeres del campo que van a la ciudad a buscar trabajo, la trama de las humillaciones hacia ellas es el guion a seguir.

Estas historias son asumidas por “la industria cinematográfica que utilizó la categoría del melodrama para clasificarla en dramas pasionales e historias románticas y familiares” (Manetti, 2000: 192). Para Miguel Marías, citado por Manetti (2000), la materia prima del melodrama lo constituyen esos relatos dramáticos donde los sentimientos están en constante lucha por imponerse en la sociedad, los personajes deben asumir discursos enfocados en la familia, la religión, lo amoroso y pecaminoso. Los personajes del melodrama son movidos por intereses ajenos a los propios: son víctimas del azar del destino (la conciencia abusiva), y por esto actúan indebidamente. Transgreden las normas al ingresar en un espacio que no les es propio. Deben pagar por la falta cometida. La sexualidad desempeña desde siempre un papel jerárquico en la construcción de la intriga. El honor mancillado

de la mujer, uno de los topos de género, es el significante sobre el cual se construyen normas de conducta para los espectadores (Manetti, 2000: 192).

Linda Williams (1998) argumenta que el melodrama es un género cinematográfico contradictorio, el exceso y las aspiraciones fallidas de la tragedia y del amor son opacados por el entretenimiento y el espectáculo, clasificando a este género en cinco dimensiones narrativas: 1. Comienza y “obligatoriamente” acaba en un espacio de inocencia; 2. Se focaliza en la figura de la (el) víctima-héroe y en el reconocimiento final de su virtud; 3. Surgido a comienzos del siglo XX, el melodrama se apropia del realismo, pero el realismo lo domina, manipulando la pasión y la acción melodramática; 4. Sugiere una dialéctica entre el *pathos* (pasión) y la acción: un entregar y quitar cuando ya es “demasiado tarde”, pero “siempre se está a tiempo”; 5. Se identifica con personajes que corporizan *roles* psíquicos primarios, organizados en un conflicto maniqueo entre el bien y el mal.

Para Silvia Oroz (1999), este tipo de cine fue una ventana para que la mujer conociera la sociedad, un acercamiento de manera solitaria sin el acompañamiento del hombre que dio paso a la construcción de una esfera pública de la mujer. Sin embargo, también el cine melodramático latinoamericano ha recreado un sentido patriarcal de las sociedades latinoamericanas, las mujeres son sujetas al pensar masculino como alternativa de ser aceptadas dentro de un círculo social, permitiendo el reforzamiento de estereotipos de patriarcalismo como discurso hegemónico.

El melodrama cinematográfico puede entenderse como un testimonio histórico de reivindicación de los otros, los marginados, se constituye un lugar de reivindicación social. “La industria filmica se sustenta en la cultura popular, sus logros, ritos, mitos, prejuicios, gustos, actitudes ante la fiesta” (Monsiváis, 2009: 143).

El cine melodramático permitió construir un imaginario en la estructuración de aspectos de la cotidianidad como: los deseos, los sentimientos, formas de modales, comportamientos sociales y valores de justicia. “Así el cine se fortaleció pudiendo adaptar a la pantalla las historias de la prensa amarilla y los folletines románticos de mediados del siglo XIX. El melodrama en el cine implicó que las masas populares en pleno apogeo de los procesos de industrialización latinoamericano encuentran un espacio de reconocimiento, frente al embate de importancia cultural extranjera, permitiendo un regreso a lo popular como centro de identificación cultural [...]” (Martín-Barbero 2001: 182-183).

Para Monsiváis (2002), el melodrama ha constituido, y lo sigue siendo, el elemento de mayor arraigo dentro la industria del cine latino, sobre el recae la metáfora del “espejo” en que los sujetos se ven y proyectan hacia el mundo, cada drama presentado es asumido como propio. “El melodrama incorpora las tramas que ninguna memoria ni la de sus autores podría retener, los close-ups que sacrifican a los pecadores, los éxtasis musicales, los diálogos y los monólogos del arrebató” (Monsiváis, 2006: 112). El sufrimiento y la pasión se convierten en el espectáculo mediático total.

Como lo sostiene Javier Marzal (1994), desde lo narrativo este cine experimenta un forzamiento de la unidad temporal; la producción y exhibición fílmica emplea las mismas técnicas que utilizó el melodrama teatral. “De hecho, el triunfo del cine se debe, en gran medida, a que la audiencia identificó, muy tempranamente, cine y teatro del XIX” (Marzal, 1994: 61).

Marzal (1994), cita a Michael Walkert, para argumentar que en este cine los héroes y heroínas son víctimas que actúan de manera ciega ante las injusticias. Las estéticas del decorado poseen una forma realista, por ejemplo las vecindades mexicanas permiten una mayor identificación con el público, algo que el teatro llevó a la pantalla de cine. “Así pues, el melodrama fílmico posee, como el melodrama decimonónico, una tonalidad muy compleja por tener múltiples caras y al fundir diversos espectáculos” (Marzal, 1994: 65).

La dificultad de establecer al melodrama como género cinematográfico se debe a los cruces con otros géneros cinematográficos. El melodrama en el cine es presentado bajo una narrativa de excesos (fiestas, pleitos, dramas) primeros planos, y la espectacularidad tanto en sus historias como en la de los personajes.

Miguel Marías (1990: 15), argumenta que se debe lograr que el público llore, se identifique tanto con el personaje y su historia que implica un comprometimiento total hasta el punto de sufrir como algo propio lo que se mira en la pantalla.

La industria fílmica melodramática latinoamericana, para Monsiváis (2002), se ha consolidado en dos etapas. La primera de 1935 a 1960, el estilo comunitario, donde la arquitectura de las viviendas permite una serie de prácticas de convivencia que se reflejaban en las películas, en las series; la segunda desde 1960 hasta hoy está marcada por un inconsciente social donde los haberes personales, las dudas y los problemas de identidades son los discursos que se imponen.

Para Martín-Barbero (2001: 181), citando a Monsiváis, la fuerza de la imagen se ubicó alrededor de verbos que la gente utilizó para su apropiación, reconocimiento para pensarse como parte de una sociedad; transformación de un pueblo que intenta ver sus errores del pasado y proyectarse hacia el futuro.

3.El mundo en la casa, la telenovela

Las industrias culturales han asumido el discurso del melodrama como un espacio en el que la cultura popular y la burguesa se reencuentran bajo el paraguas de la cotidianidad: problemas, amores, soledades, pobreza, entre otras. “La telenovela se ha consolidado en América Latina como el tipo de programa no sólo más legitimado en las preferencias de sintonía, sino además como la forma de producción local que mayor éxito comercial ha alcanzado en nuestros países y en otros mercados que sorprendentemente han empezado a consumir telenovelas latinoamericanas de un modo cada vez más creciente” (Martín-Barbero, 1987:1).

En las telenovelas el pueblo es caracterizado como pobre, desesperanzado, cubierto por un relato de “mestizaje que recibe el nombre de “infelizaje”, pequeños comerciantes, artesanos, policías, burócratas menores, los entes de barrio” (Monsiváis, 2009: 91). Sin ellos las telenovelas se convertirían en fríos episodios de violencias físicas y simbólicas, no habría risas ni historias que contar. En la telenovela los “pobres” tienen el derecho de vivir; mientras que los ricos son caracterizados como malvados o altruistas.

Desde los años setenta las telenovelas han cooptado gran parte de la programación de la televisión latinoamericana, el empoderamiento de los horarios estelares es prueba de su importancia no solo comercial, sino cultural convirtiéndose en un fuerte conector social. La telenovela es directa heredera del melodrama, en ella se perennizan los relatos de la trama latinoamericana, no hay un producto cultural tan importante para las masas que estas. “En las telenovelas cambian los escenarios y esto resulta esencial. Los sets de la pobreza son en sí mismos melodramáticos (un conjunto de viviendas populares es tan mal augurio como las tormentas), pero con técnica muy probada el determinismo se traslada de la escenografía a los sentimientos, y de regreso. A fin de cuentas, es la pobreza el delito que precipita las situaciones crispadas, los rostros disueltos en lágrimas, el deseo de exhibir sin tapujos el deseo. Y la pobreza requiere de cuartuchos, de hacinamiento, de semblantes lívidos no se sabe si por el hambre o la desesperación” (Monsiváis, 2006: 54).

El derecho de fantasear, salir del aburrimiento, ha hecho que las telenovelas contemporáneas busquen nuevos escenarios y nuevas historias que contar. Los pobres y ricos cuentan sus dramas que no son muy diferentes: el desamor, engaño, infelicidad, destrucción de la familia, son los más comunes, la telenovela nos hace pensar en un universo utópico de igualdad.

La telenovela para Martín-Barbero (2002), ha dado paso a una cultura de masas, revitalizando el espacio doméstico y la democratización de los gustos que no se limita a una simple representación o simulación de una sociedad en particular, sino como arguye García Canclini (2001), reelabora las estructuras sociales existente en cada sociedad, además de ayudar a crear una serie de imaginarios que tienden a configurar nuevos escenarios. La telenovela no es solo un relato melodramático, es la existencia de una serie de narraciones socioculturales que abarcan temáticas locales y globales. Cada país ha impuesto su sello cultural. Brasil ha sido pionero en trabajar temas de alta complejidad social: migraciones, esclavitud, colonialismo, religión, ciencia, homosexualidad, drogadicción, entre otros. Algunos ejemplos: “Avenida Brasil”, en 2012; “Passione”, en 2011; “América”, en 2005; “El clon”, en 2002; “La esclava Isaura”, en 2004; “Lazos de familia”, en 2000; “Terra nostra, en 1999; “Dona beija”, en 1986. “La telenovela, por lo tanto, en cuanto forma artístico-televisiva de producción cultural, es una expresión del sistema social en el cual se genera, reproduciendo los cánones de ficción televisiva junto con los modelos de comportamiento característicos de su lugar y su época. Este encuentro entre “lo tradicional”, “lo local” y “lo global” (refiriéndose a la producción televisiva) caracteriza a la telenovela como uno de los productos representativos de la heterogeneidad cultural, expresión de la “cultura híbrida” de América Latina (Raimondi, 2011).

Desde la década de los 90 Colombia ha comenzado a participar activamente imponiendo su estilo, “el colombianismo”, reflejando las condiciones sociales, muy particulares del país, entre los ejemplos: “Café con aroma de mujer”, en 1994; “Las aguas mansas”, en 1994; “Yo soy Betty la fea”, en 1999; “Sin tetas no hay paraíso”, en 2006; “El Cartel”, en 2008; “El capo de los sapos”, en 2009”, “Escobar, el patrón del mal”, en 2012.

Para el dramaturgo venezolano José Ignacio Cabrujas, citado por Omar Rincón (2006), “una telenovela es una mujer que recibe 200 noticias. Dos buenas: una cuando conoce al tipo (capítulo 1) y la otra cuando se casa con él (capítulo 200). Las 198 noticias restantes son malas”. Así, las telenovelas nos encantan y fascinan, son el gran cuento que todos sabemos, o al menos, prevemos como terminará seduciéndonos en cada capítulo. Los finales son capítulos abiertos, que permiten crear argumentos para otras, es un ciclo, un

reciclaje mediático. “La telenovela es un producto criticado por los cultos y los intelectuales. La telenovela es una industria ignorada por la reflexión de las ciencias sociales y humanas. [...] se ha convertido en la niña fea de la casa intelectual y artística; todos hablan de ella, pero nadie la reconoce” (Rincón, 2006: 43). Para este crítico televisivo (2006), las telenovelas poseen estéticas complejas y particulares:

- **Estética de la repetición:** significa vivenciar la misma historia varias veces, con leves variaciones, además de ser fragmentadas lo que permite al televidente comprometerse con la historia, lo que implica una dilación, un el disfrute de la telenovela hasta su final.
- **Estética popular:** el discurso melodramático, los sentimientos y la cotidianidad son las narraciones principales a exhibir.
- **Estética caribe:** La telenovela nació en Cuba, 1952, constituyéndose en parte de la cotidianidad de miles de personas que se apropian de las historias, llenas de alegría y tragedias, como si fueran propias.
- **Estética melodramática:** La telenovela es abierta, continúa y reiterativa, donde el melodrama se apodera del relato, la lucha del bien contra el mal, el triunfo del amor, son los más comunes.
- **Estéticas locales:** La telenovela es un formato que se hace bajo los mismos criterios (amor + destino + mujeres puras + hombres equivocados + secretos), cada industria nacional adquiere su propio tono y estilo.

Para el escritor colombiano Fernando Gaitán (“Café con aroma de mujer” y “Yo soy Betty, la fea”), citado por Rincón (2006), las historias para hacer telenovelas giran en seis ideas que nacen de cuentos infantiles o de novelas heroicas y románticas:

Cenicienta (mujer pobre que no sabe que es rica se casa con príncipe).

El príncipe y el mendigo (intercambio de papeles de dos personas idénticas).

El conde de Montecristo (la venganza por una injusticia, el crimen que no se cometió, la adopción de una identidad que no es la propia).

Romeo y Julieta (el amor que vence todos los obstáculos, el duelo de familias).

Cumbres borrascosas (el amor imposible, el posible incesto, conflicto de clases).

Los miserables, la transformación de un personaje bueno en malo por un acto de injusticia, pero luego a raíz de un acto de bondad, vuelve a ser bueno (Rincón, 2006: 45).

A partir de los años ochenta la telenovela comienza a tener una estética transnacional, se convierte en un producto exportable. El eje México, Venezuela y Brasil fueron los primeros en posesionarse en mercados como: el estadounidense, europeo e incluso el asiático. Hoy, este eje ha desplazado a Venezuela e incorporado a Colombia. El resto de países de la región especialmente Argentina, Chile y Perú poseen una industria de telenovelas nada despreciable, pero sin alcanzar los niveles de producción del eje. En el caso de Ecuador la producción de telenovelas es bajo. Las nuevas producciones poseen un elemento geopolítico, la ciudad de Miami se ha convertido en la nueva meca de la telenovela Latinoamérica. “En los últimos años Miami se ha venido convirtiendo en asiento de distribuidoras de telenovelas y productos televisivos producidos en América Latina y de empresas productoras de telenovelas y otros productos televisivos para el mercado “hispano” de los Estados Unidos y para mercados latinoamericanos. Miami también se ha convertido en lugar de residencia de autores, actores y actrices, directores, productores y técnicos ligados a esta industria; así como el lugar en el que se desarrollan las historias narradas en esas telenovelas y que marca las vidas de algunos de sus personajes protagónicos, o bien el lugar en el cual se desarrollan algunas escenas particulares de ciertas telenovelas, cuyas tramas centrales se desarrollan en países de América Latina, en los cuales además se realiza la producción. Esto ha conducido a la consolidación de Miami como referencia “territorial” en la transnacionalización de la industria de la telenovela” (Mato, 2001: 9).

Al convertirse Miami en el nuevo epicentro de la producción de telenovelas estas han tenido que asumir un formato más global, nuevas estéticas que engloben particularidades de la región latinoamericana, llegando incluso a modificar los nombres originales como el caso de la telenovela colombiana “Sin tetas no hay paraíso” a “Sin senos no hay paraísos”, lo que ha conllevado a crear un nuevo modelo de hacer la telenovela “el modelo de Miami” (Mazziotti, 2006: 43).

El caso más emblemático de esta transnacionalización es “Pasión de gavilanes”, de 2003, un “remake” coproducido por RTI Producciones, Caracol Televisión y Telemundo basada en la telenovela colombiana “Las aguas mansas”, de 1992, de Julio Jiménez.

Para Nora Mazziotti (2006), esta telenovela plasma los tres modelos narrativos que se han impuesto, al menos, hace dos décadas: el mexicano discurso clásico del melodrama; el brasileño de la cotidianidad y el colombiano, la relación urbano-rural, enfocada en construir historias donde el melodrama y la cotidianidad se puedan juntar y reconocer regionalmente y localmente.

‘Pasión de gavilanes’ posee estas características, sobre todo al enclavarse en un lugar del cual nunca se dice el nombre, ni mucho menos el país en que se encuentra. No hay historia, solo cuerpos que se atraen y exhiben en una determinada geografía. Si miramos la telenovela, nos encontraremos que ella tiene una estructura narrativa clara, emparentada con el melodrama, destacando la inversión de roles entre personajes femeninos y masculinos, donde son los hombres, principalmente, los que usan el recurso de la sensualidad para seducir (Aguilera, 2013: 60).

Mazziotti (2006), argumenta que esta telenovela es una hibridación de lugares, de lenguas, un culto a los cuerpos por encima de las actuaciones; es un modelo de globalización, cualquier geografía latinoamericana se puede confundir, la cantina tipo western se junta con licores regionales.

Una prueba de que la telenovela es la industria mediática por excelencia en América Latina es lo que ocurre en Ecuador donde ha convertido en la reina de la programación televisiva, siete canales de señal abierta, los más importantes, colocan a estas producciones como parte central. En enero de 2017 existían 27 telenovelas que se transmiten a diario, con un predominio de las producciones colombianas y mexicanas.

4. Con música las penas duelen menos

Tantas veces nos quitas la pena,
como tantas es amargo tu sabor.

Víctor Manuel³

Los que habitamos en América Latina nos caracterizamos por ser hijos de la tradición oral, contamos historias sin libreto. Para Octavio Paz (1993). América Latina ingresó a la modernidad sin pasar por el libro, habitamos el mundo de la oralidad. Una de las formas que una cultura tiene para preservar su memoria histórica gracias, entre otras cosas, a que cuenta las cotidianidades, el ritmo de vida; ante todo la música es sentido de vida.

La música vislumbra un reconocimiento a los sentimientos, no importa la clase social el efecto es similar. La tragedia, la bondad o el amor se presentan como cercano, algo personal.

Como lo ha sostenido Monsiváis (2002), en la música, quizás, se presenta el resplandor del melodrama, cada persona se apropia de las canciones, asume el papel protagónico de la letra: enamorados, despechados, sufridores, tristes y alegres constituyen las temáticas de las canciones, durante ese pequeño periodo de tiempo que dura las canciones nos envolvemos en nuestras historias.

En algunos momentos, la música (...) se ancla en las vivencias cotidianas y desde ahí vuelve visibles nuevas emotividades. Rossana Reguillo sostiene que, junto al melodrama, la crónica constituye un nuevo relato de época en la matriz cultural latinoamericana, es un nuevo relato que hace estallar las fronteras entre lo real y lo representado y que logra incorporar las expresiones diferentes que la modernidad ilustrada ha negado en nuestros países (...). Anclada en hechos reales y cotidianos, sin saber nunca bien dónde termina y comienza la imaginación a representar, este género se vuelve, como dijo Benjamin (1999), en narración de la historia. La crónica es, para este filósofo, un híbrido entre la épica y la historiografía que puede ser salvado si mantiene esa esencia de la narración, esa sabiduría donde el justo se encuentra (Martel, Marroquín, 2007: 1).

En América Latina las canciones representan un sentimiento “barroco” donde “la tristeza es sinónimo de felicidad (y a la inversa)” (Monsiváis, 2002: 115). No importa si son boleros, rancheras o tangos, para citar algunos ejemplos, confesamos nuestra vida por medio de ellas, el sentimiento amoroso hunde esa “ideología del macho” presente en la cotidianidad.

3 Cantautor español, la letra corresponde a la canción “Ay amor” de 1981.

El diario mexicano *Excélsior* (2015), en su versión digital, publica la noticia que la revista estadounidense, especializada en música, *Billboard*, publicó una lista con las canciones en español más importantes de 1920 a 2015, argumentando que “nuestro criterio de selección no se basó meramente en hits. En cambio, escogimos canciones que hicieron una diferencia, que marcaron un momento, que influenciaron a otros artistas y que fueron, sencillamente, composiciones geniales”. El discurso melodramático del amor, odio, pasión se encuentra presente; entre las diez primeras de esta lista el melodrama está presente como parte central de las canciones.

Conclusiones

Una de las entradas para analizar a las culturas contemporáneas, y con ella al melodrama latinoamericano es la idea de las culturas mediatizadas, lo que John B. Thompson (1998) ha denominado como “la mediatización de la cultura”. Para Thompson los medios de comunicación permiten la transmisión de formas simbólicas culturales donde la apropiación de los sujetos a los productos mediáticos es clave a la hora de comprender las narraciones melodramáticas.

Por tanto, los medios de comunicación constituyen elementos para abordar no solo el poder simbólico, sino la organización social que implica la creación de nuevas formas de interacción social, así como nuevas formas de relaciones sociales, nuevos modos de la vida social.

El melodrama mediático produce imaginarios sociales para crear una visualización de la cotidianidad, un discurso legitimador de los sujetos para fantasear su vida, construir un mundo ideal, de acuerdo a sus intereses.

El melodrama representa los gustos de las clases populares, de ahí que no representa un discurso hegemónico de las élites, lo que lo convierte en un escenario de reivindicación social de los grupos marginados, si primero fueron las mujeres las que adoptaron el melodrama para denunciar los abusos sufridos y una plataforma de reivindicación y visibilización social, hoy otros grupos marginados que han asumido al melodrama como un lugar de luchas, evidenciando la capacidad del melodrama de ser una categoría útil no solo comunicacional, sino política y social.

El melodrama constituye una fuente, casi inagotable, de historia que es asumida por los medios para hacer producciones mediáticas destinadas a los públicos, así cada melodrama tiene un espacio dentro del mercado de producción cultural.

El cine latino si bien ha mostrado, y lo continúa haciendo, las tragedias cotidianas, lo lúdico y recreativo, hoy comienzan a tomar fuerza otras narrativas para poder competir dentro del mercado global cinematográfico, como el entretenimiento.

La telenovela, la reina del melodrama, ha constituido toda una institución cultural en nuestra región, representa esa mirada oculta de la sociedad, esa que solo las novelas románticas del siglo XIX hicieron al construir imaginarios sociales. La telenovela es cada día vez más global, conservando la condición de latinidad, imponiendo las narrativas regionales. Hoy se puede decir “made in Miami, producto latinoamericano”.

Melancolía, alegría y sufrimientos han marcado la música latinoamericana; son distinciones que han perdurado en el tiempo, incluso los nuevos géneros como el reguetón no han podido escapar a estas influencias. Sin duda, la música representa un orgullo lingüístico que traspasa las fronteras nacionales y se ubica como un conector cultural.

Referencias bibliográficas

- Achugar, Hugo (1996). Repensando la heterogeneidad latinoamericana (a propósito de lugares, paisajes y territorios). **Revista Iberoamericana**. Vol. LXII, Núms. 176-177, julio-diciembre 1996; 845-861. Instituto Internacional de Literatura Iberoamericana, Pittsburgh, University of Pittsburgh.
- Aguilera, Ricardo. (2013). **Personajes femeninos de pasión de gavilanes y la identificación posible con ellos de un grupo de telespectadoras chilenas**, Santiago, Instituto de la Comunicación e Imagen, ICEI, Universidad de Chile.
- Excelsior (2015). “Las 50 mejores canciones latinas, según Billboard” Disponible en: <http://www.excelsior.com.mx/funcion/2015/11/14/1057310>. (Consulta: 2017, abril 25).
- García Canclini, Néstor (2001). **Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad**, Buenos Aires, Paidós.
- Gruzinski, Serge (2000). **El pensamiento mestizo**, Barcelona, Paidós.
- Mato, Daniel (2001). Transnacionalización de la Industria de la Telenovela, Referencias Territoriales, y Producción de Mercados y Representaciones de Identidades Transnacionales. Disponible en:

- <http://lasa.international.pitt.edu/lasa2001/matodaniel.pdf> (consulta: 2016, octubre 25).
- Manetti, Ricardo (2000). "El melodrama, fuente de relatos: un espacio artístico para madres, prostitutas y nocherniegos melancólicos". En Claudio, España (Ed.), **Cine Argentino. 1933-1956: Industria y clasicismo, Vol. II.** (pp.189-206), Buenos Aires, Fondo Nacional de las Artes.
- Marías, Miguel (1990). **Acerca del melodrama**, Valencia, Filmoteca de la Generalitat de Valencia.
- Martín-Barbero, Jesús (2003). **De los medios a las mediciones**, Bogotá, Convenio Andrés Bello.
- Martín-Barbero, Jesús (2001). **Al sur de la modernidad comunicación, globalización y multiculturalidad.** Washington, Instituto Internacional de Literatura Iberoamericana.
- Martín-Barbero, Jesús (2002). "La telenovela desde el reconocimiento y la anacrónica". En Hermann Herlinghaus, **Narraciones anacrónicas de la modernidad: melodrama e intermedialidad en América Latina.** (Ed.), (pp.61-77), Santiago, Cuarto Propio.
- Martín-Barbero, Jesús (1987). La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana. **Revista FELAFACS No. 17. S.p.**
- Martel, Roxana, Marroquín, Amparo (2007). Crónica de fronteras: la música popular y la construcción de la identidad salvadoreña migrante. En <http://istmo.denison.edu/n14/articulos/cronica.html>. (Consulta: 2017, febrero 14).
- Marzal, Javier (1994). **Estructuras de reconocimiento y de serialidad ritual: el modelo melodrama en los films de David Wark Griffith de 1918-1921**, Valencia, Universitat de Valencia.
- Mazziotti, Nora (2006). **La telenovela, Industria y prácticas sociales**, Bogotá, Editorial Norma.
- Monsiváis, Carlos (2009). **Pedro Infante. Las leyes del querer**, México, Aguilar.
- Monsiváis, Carlos (2006). "Se sufre porque se aprende. (De las variedades del melodrama en América latina)". En Inés, Dussel, Daniela, Gutiérrez, **Educación la mirada: políticas y pedagogías de la imagen**, (Eds.), (pp. 23-58), Buenos Aires, Manantial.

- Monsiváis, Carlos (2002). "El melodrama: No te vayas mi amor, que es inmoral llorar a solas". En Hermann Herlinghaus, **Narraciones anacrónicas de la modernidad: melodrama e intermedialidad en América Latina**. (Ed.), (pp.125-140), Santiago, Cuarto Propio.
- Monsiváis, Carlos (2000). **Aires de familia. Cultura y sociedad en América Latina**, Barcelona, Anagrama.
- Oroz, Silvia (1999). **Melodrama. O cinema de lágrimas na América Latina**, Rio de Janeiro, Funarte.
- Paz, Octavio (1993). **El laberinto de la soledad**. México, Fondo de Cultura Económica.
- Raimondi, Mariasole (2011). "La telenovela en América Latina: experiencia de la modernidad en la región y su expansión internacional". Disponible en: http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/lengua+y+cultura/ari74-2011 (consulta: 2016, diciembre, 18)
- Reguillo Rossana (2000). "Textos fronterizos: la crónica, una escritura a la intemperie". **Revista FELAFACS No. 58**, 49-60.
- Rincón, Omar. (2006). Es-téticas de telenovelas. Disponible en: <http://catedradeartes.uc.cl/pdf/Catedra2-Rincon.pdf> (consulta, 2016, diciembre, 18)
- Thompson John B (1998). **Los media y la modernidad**, Buenos Aires, Paidós.
- Williams, Linda (1998). "Melodrama Revised". En Rick Browne (Ed), **Refiguring American Film Genres: History and Theory**, Los Angeles, University of California.



UNIVERSIDAD
DEL ZULIA

QUÓRUM

ACADÉMICO

Revista especializada en temas de la Comunicación y la Información

*Esta revista fue editada en formato digital y publicada
en enero de 2018, por el **Fondo Editorial Serbiluz,**
Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela*

www.luz.edu.ve
www.serbi.luz.edu.ve
produccioncientifica.luz.edu.ve