

ESTETICA DE LA RECEPCION RACIONAL A TRAVÉS DE UNA
MIRADA CRÍTICA DE LOS OBJETOS TELEVISIVOS COLOMBIANOS

Ernesto Alfonso
Recuero Jiménez
Universidad De
Cartagena
Facultad de
Ciencias Humanas
Filosofía
2012



ESTETICA DE LA RECEPCION RACIONAL A TRAVÉS DE UNA MIRADA CRÍTICA DE LOS OBJETOS TELEVISIVOS COLOMBIANOS

Ernesto Alfonso Recuero Jiménez
Universidad De Cartagena
Facultad de Ciencias Humanas
Filosofía
2012

Resumen. En este artículo explicaré la estética propia, que poseen los objetos televisivos y como estos pueden servir de instrumentos para un aprendizaje significativo en el televidente cuando este asume una actitud analítica y crítica al observarlos, si su recepción es racional y está vinculada a la experiencia de sus contextos, como es el caso de las telenovelas que muestran su entorno, la situación actual o una abstracción de la realidad del país que a ellos afecta.

Palabras Claves: Objetos televisivos, recepción racional, estética, telenovelas, eduentretenimiento, industria cultural, etc.

Introducción

La modernidad trajo consigo máquinas innovadoras que lograron brindar nuevas formas de comprender el mundo en que vivimos. El arte es afectado también por este proceso de modernización, él es invadido por tecnologías que cambian la forma de mirar y producir el objeto de arte. Las mejoras en las comunicaciones, permitieron la masificación de las imágenes, por medio de la radio, el cine, la televisión, etc. Muy pronto, los objetos transmitidos por estas máquinas, cambiaron las representaciones del mundo de quienes fueron impactados por ella. Los artistas en la manipulación de estas máquinas lograron obtener una nueva manera de expresar su capacidad creadora, pero al masificarse su producción surgen discusiones, para tratar de explicar si estos nuevos objetos pueden considerarse artísticos o no.

De otro lado, si los artistas usan las máquinas, para hacer sus creaciones y su producto es considerado un objeto de arte ¿Por qué no se puede considerar arte los objetos producidos por la industria cultural? Si lo que produce la industria cultural no es arte ¿Cómo se pueden aprovechar los objetos producidos por la industria cultural, para que el receptor obtenga un beneficio cognitivo al entrar en interacción con ellos?

Ejemplo de objetos producidos por la industria cultural en Latinoamérica es la telenovela, ella presenta características específicas que pueden ayudar a entrar en la discusión del beneficio que pueden obtener sus receptores. Por eso, estudiaremos los puntos negativos, objeciones que se hacen y los imaginarios que se tejen alrededor de este objeto, intentando una aproximación al origen del problema *De la mala recepción de los contenidos de los objetos televisivos por parte de quienes los observan.*

Para hacer este estudio nos valdremos de las posiciones de autores como Umberto Eco en su libro *Apocalípticos E Integrados*, en él hace un estudio minucioso sobre conceptos relacionados con la producción de la industria cultural. Nos apoyaremos también en J. Martín Barbero, quien en varios escritos, profundiza sobre la realidad de la telenovela en Latinoamérica y más específicamente en Colombia. Mostraremos como la imagen manejada en los objetos colombianos de la televisión, es contextual y que posee una relación con la sociedad que se presenta. Para profundizar en esos contextos nos acercaremos al trabajo de Nora Mazzioti, profesora e investigadora televisiva, aunque su aporte es hacia lo comunicativo, nos sirve para hacer una reflexión histórica de los parámetros presentados en las telenovelas latinoamericanas y su relación comercial en el continente.

Para comprender mejor como se debe observar la telenovela y los demás objetos televisivos, compararemos los parámetros de análisis estético de las obras de artes con los de los objetos televisivos, bajo la premisa: ***“La telenovela posee hasta cierto punto un carácter artístico en su elaboración y comprensión, facilitando la relación del observador con el objeto hablado”***. Para hacer este análisis es importante citar los criterios de dos autores muy relacionados con la estética contemporánea como son Theodor W. Adorno y Hans Robert Jauss. Adorno en su *Teoría Estética*, en diversos apartes muestra la relación del espectador, la sociedad y el objeto, que en este caso sería la telenovela.

De otra parte, la importancia del genio o agente creador sale a relucir en el proceso de comparación de los objetos televisivos y la obra de arte y como este se hace parte importante dentro de la observación de su producto, para realizar este análisis crítico se tendrán en cuenta aportes que al respecto hace el autor Hans Robert Jauss en su libro *Pequeña Apología de la Experiencia Estética* estableciendo una contraposición con la de Adorno.

Así mismo estudiaremos el problema desde sus diferentes puntos de vista, los cuales están vinculadas: Creación con los agentes productores, objetos televisivos con los títulos presentados a través de la historia y por último la relación con el sujeto receptor, a partir de la observación racional o superficial que él hace de los objetos televisivos, dando respuesta a los cuestionamientos negativos, hechos sobre el problema de la calidad de estos, para generar expectativas frente al papel de la telenovela en la sociedad colombiana y lograr el reconocimiento de los contextos sociales mostrados a través del aparato transmisor, cuyos destinatarios son los mismos sujetos sociales mostrados en la pantalla.

Para concluir, los temas que trabajaremos en las siguientes páginas, intentan ser una guía, para quien deseen comprender la verdadera forma de observar y entender los objetos televisivos, De allí que los temas a desarrollar sean: ***El problema de los objetos televisivos, el problema de recepción y educando para ver o para no ver***. Los cuales serán fundamentados en los conceptos de Theodor W. Adorno en su libro ***Teoría Estética***, con los que pretendemos explicar la hipótesis. ***“Los objetos televisivos sirven como apoyo, para la comprensión de los contextos sociales”***. No siendo más dejamos a consideración del lector el presente artículo.

EL PROBLEMA DE LOS OBJETOS TELEVISIVOS

Si escuchamos aquellas apreciaciones que circulan sobre la televisión (Cabe aclarar que en este contexto la televisión es equivalente a los objetos televisivos, pues así llaman a todos los productos que se emiten por este aparato electrónico, por eso en el presente artículo usaremos indistintamente ambas formas para referirnos a ellos), podríamos concluir que en su gran mayoría son afirmaciones negativas, dirigidas a menospreciar cualquier producto emitido por este medio. Muchos de estos argumentos tienen falencias las cuales pretendo mostrar para desvirtuarlas en este artículo.

Entonces lo primero es comprender que la acción de sentarse a ver televisión puede estar generando en nosotros una satisfacción y/o un descanso que casi nunca se relaciona con el hecho de contemplar un objeto estético. Es más, las categorías de los objetos televisivos latinoamericanos, como la telenovela, llegan a ser considerados en la mayoría de sus casos simples bienes de consumo sin aportantes a nivel intelectual. El observador embelesado con el espectáculo de la televisión, se incluye en la trama y la ficción de la obra la interioriza en vida y encuentra en el objeto un instrumento de placer y entretenimiento. El sujeto deja que sus sentidos sean seducidos por el producto y cae en un éxtasis, nublando cualquier razonamiento o análisis estético, que se pueda elaborar a partir de la interacción con el objeto televisivo. En este punto el receptor cae rápidamente en la intención de la industria cultural y pierde la objetividad que le permitiría acercarse a la calidad proporcionada por parte del creador en este tipo de programas.

Intención de los objetos televisivos

Para entender este problema es necesario establecer la intencionalidad de la industria que produce los objetos televisivos, pero es más importante la relación de los objetos y los agentes receptores: Los colombianos que dentro de su rutina encuentran la televisión un espacio de placer. Es fácil entender que el objetivo de la industria al crea los productos es generar entusiasmo en el sujeto receptor. Hace un producto de consumo masivo que crea en el espectador una necesidad de continuidad sobre el objeto. La posición de la industria y el concepto estético del objeto dependen de los procesos creativos de producción de los programas televisivos, donde se hace evidente y se manipula el éxito de su recepción. Pese que es en esta recepción donde se presenta la problemática, no hay que ignorar la importancia del individuo creador dentro de los procesos estéticos.

Ahora bien, uno de los productos más consumidos en la televisión colombiana es la telenovela, para comprender su papel en la crítica y desarrollo de los individuos en la sociedad, debe ser vista como obra de arte, con una mirada crítica producida por el reconocimiento de los contextos. Es en esta posición que se genera un juicio estético sobre las composiciones y los significados que en estos objetos repetidamente se muestran. El televidente usa su conciencia activa, llena de significados, alejado de la simple distracción que la industria intencionalmente le brinda. Es precisamente en ese momento de transformación que el receptor descubre y comprende, la verdadera dimensión del objeto televisivo, pues como en la obra de arte, ve en ella más allá de las cosas mismas que muestran, reconociendo que en la superficie solo hay espacio, para la contemplación en su ser, pero que observar con visión crítica deslumbra más que el simple entretenimiento.

De otra parte, solo cuando se observa la televisión con visión crítica, se puede diferenciar entre los trasfondos que nos manipulan y aquellos que tiene un sentido educativo. Por eso se pasa de un pensamiento limitado a mucho más abierto sobre el entorno de nuestra sociedad. Es decir, observar y destacar dentro de los programas televisivos como las telenovelas, aquellos aspectos que no son perjudiciales y pueden ser usados, para analizar reflexivamente nuestra contemporaneidad. En este caso es indispensable mantener una mirada aguda quedarse en el lamento constante sobre lo que la televisión debe o no debe hacer. Aunque suene extraño, hay que reaprender a mirar los productos televisivos, para que no sigan causando embelesamiento o que se queden simplemente en un entretenimiento, sino tomar una posición proactiva en el uso constante de los instrumentos que la televisión nos ofrece.

Es cierto que la finalidad la gran mayoría de los objetos televisivos es entretener y cuando se habla de ella la describen a la televisión como la maldición del siglo XX, le endilgan la calidad de hipnotizador, porque no deja pensar y engaña a la comunidad inculta e inclusive dicen que su función es idiotizar al intelectual. Por lo anterior, la gente se da en suponer que la televisión tiene un efecto perjudicial y que daña a los jóvenes al punto que la responsabilizan del comportamiento negativo de algunos de ellos dentro de la sociedad y en la familia.

No obstante lo anterior la televisión cuando es vista, sin un razonamiento crítico, si puede causar algunos efectos negativos, para quienes asumen la ficción de sus productos, como parte de su propia realidad, al respecto citamos a Umberto Eco y quien frente a ella hace la siguiente reflexión:

“La civilización de la televisión como un complemento a una televisión del libro. Es quizás menos difícil de lo que se cree, y no sería desacertado proponer a la televisión una serie de transmisiones didácticas encaminadas a desacondicionar al público, a enseñar a no contemplar la televisión más de lo necesario, a dominar e identificar por uno mismo el momento en que la escucha ya no es voluntaria, en que la atención se hace hipnosis, la convicción asentamiento emotivo.”¹

El espectador se deja seducir en el planteamiento de la trama, sumergiéndose en la lógica de la telenovela. Este estado de placer producido por los objetos va encaminado a la creación de una relación de identificación del sujeto con los personajes, lo cual lo separa de la realidad, haciéndolo entrar en la obra si ser un sujeto pensante. Pero este éxtasis solo es un entender superficial que no lo posiciona en el entendimiento correcto, de la intencionalidad del producto, tal como afirma JAUSS. H.R. en la siguiente cita

La seducción del espectáculo sume al espectador en una distancia placentera y le hace olvidar sus deberes inmediatos en un destino imaginario. La experiencia estética induce a la identificación con pasiones de los personajes

¹ Eco, U. *APOCALIPTICOS E INTEGRADOS*. Editorial Lumen. Barcelona 1998, p.p

del drama; en ella se descarga una fuerza subliminal que socava nuestros sentimientos morales.²

Esta mirada estética dominada por la posición contempladora, solo toca la superficie y es independiente de la posición asumida por el productor y el creador de los programas televisivos. Es de anotar, que la intencionalidad de las industrias de consumo es llevar al espectador a un éxtasis en sus procesos de observación y digerir la obra tal cual como se le da, no es vano resaltar la importancia de los trasfondos temáticos y críticas intrínsecas que se le hace a la sociedad. En él solo placer no se puede encontrar ese entendimiento de la obra de arte, porque la tendencia a la contemplación es un velo puesto en su conciencia. Es precisamente por eso, que se requiere el distanciamiento, para que se pueda dar la verdadera relación del objeto con la sociedad.

La telenovela en Colombia

“...mientras las mayorías ven allí condensadas sus frustraciones nacionales por la << tragedia >> de su equipo en el mundial de futbol de Estados Unidos, o su orgulloso reconocimiento por la figura que, de las gentes de la región y la industria cafetera , dramatizo la telenovela Café, la culta minoría vuelca en ella su importancia y su necesidad de exorcizar la pesadilla cotidiana, convirtiéndola en chivo expiatorio al que cargarle las cuentas de la violencia, del vacío moral y la degradación cultural.”³

El disfrute de la telenovela, está en perderse en su relato y belleza, ella posee una estética determinante en sus proceos de socialización, ya que si miramos los rasgos históricos de la telenovela esta ha ido avanzando en su propuesta estética y en los contenidos de sus historias como también en la forma que estos llegan a sus receptores. Desde la primera transmisión televisiva en Colombia como adaptación del radioteatro a teleteatro hasta las últimas transmisiones, que se realizan en formato cine, vemos el progreso creativo pese a que en últimas es una industria que busca el consumo masivo. La telenovela colombiana no es un objeto estático dentro de la historia con relación a su creación y producción, en ella ha sido significativa la relación contextual clara y palpable, que representa generalmente el grupo de la población que observa estos programas, mostrando de manera creíble la relación entre el objeto ficticio y quienes lo consumen, porque ella se adapta al tiempo.

La producción televisiva, teniendo en cuenta el tiempo marca un estilo y establece diferencias de géneros y locaciones. La historia de la telenovela en Colombia, va de la mano con los cambios tecnológicos que afectaron la transmisión inicial a través de canales públicos hasta llegar a la era de la televisión privada. En el transcurso del tiempo se pierde el formato de teleteatro o de emisión en vivo y en directo, se da el paso al cambio de percepción en los colombianos en el año 1963 con la aparición de la telenovela. Al tiempo aparece una televisión más comercial y privada, donde el factor servicio social que

² Jauss, H.R. *Pequeña apología de la experiencia estética*. Paidós, 2002. Mexico, p.p.

³ J. Martín – Barbero y Rey. G. *Los Ejercicios Del Ver*. Gedisa editorial. Barcelona 1999, p.p

manejaba el Estado hasta el momento, se pierde y surge el benéfico personal en la comercialización de formatos industriales en la búsqueda de consumo masivo, indicadores de la aparición de los primeros factores que afectan la recepción de los sujetos que observan hoy en día estos productos.

El protagonismo de la telenovela en Colombia nace a partir de 1963 con la producción *En Nombre Del Amor*, la cual marca la pauta en el formato televisivo más consumido en el país durante las siguientes dos décadas. La telenovela en su búsqueda de identidad como género, al principio, toma como referente las obras dramáticas, pues al principio se trataba en muchos casos de obras de teatro adaptadas, para ser mostrados en capítulos. Posteriormente fue el género que mostraba e impulsaba la modernidad, en este momento d la clase media era representada y se establecía como protagonista de las historias.

Con el éxito de la telenovela, la industria cultural se esfuerza por obtener mayores beneficios, entonces centra su importancia en la comercialización del producto y no en el enriquecimiento intelectual, dando como consecuencia la búsqueda del beneficio particular con la producción masiva de estos objetos. Como reacción a este fenómeno aparecen nuevas productoras como RTI que muestran innovación en sus creaciones y adaptaciones literarias las cuales marcan una tendencia en la elaboración y transmisión de telenovelas en el país.

En los años ochenta empieza una nueva era en la novela Colombiana con *Pero sigo siendo el rey (1984)* marcada por la búsqueda de la identificación de los sujetos receptores con los protagonistas de sus series, a través de ellas estos podían ver representados sucesos cotidianos, transformados por los creadores en historia creíbles que oscilan entre la realidad y la ficción.

Es a partir de este instante que la telenovela se convierte en el objeto mas consumido en la industria cultural colombiana de allí, reflejo de ello es que se produce en gran cantidad y a este formato se le otorgan privilegios, que se traducen en horarios de mayor audiencia. Ya en los años 90s la telenovela colombiana ha mejorando de tal manera que su comercialización en el exterior la hace otro bien de exportación. Es evidente que la telenovela colombiana, se diferencia del estilo de las telenovelas del resto de países Latinoamericanos. Ese estilo se hace visible a partir de los 80s donde los guionistas toman una línea de humor dentro del género. En sus comienzos la telenovela no fue como se conoce en este momento, con transmisiones diarias, escenas atrevidas que van en contraposición a los estigmas católicos. En sus inicios las historias eran muy apegadas a una cultura todavía conservadora impregnada de la influencia de la iglesia católica, que intentaba perpetuar su poder por medio de la recreación de las costumbres del momento.

En los años 90s *Café(1995)* marca una nueva dirección en la creación de las telenovelas Colombianas, cambia los estereotipos tradicionales, presenta una posición diferente frente a la mujer, señala un punto de vista distinto a lo esperado por el galán, el *Macho* muy popular con las mujeres, es cambiado por un hombre romántico que sufre por un amor verdadero y el estereotipo de la mujer débil que necesita del hombre, para su progreso, por el de una mujer luchadora que surge por sus propios medios, utilizando la bebida como elemento

distractor del mal de amores, planteando las posibilidades del divorcio, y la muestra de los negocios más productivos en el país como es el del café.

El estilo que se marcó en las nuevas telenovelas Colombianas es el uso del humor, como atrayente dentro de la trama, ejemplos claros son el uso de personajes risibles y poco agraciados como en *Betty la Fea (1999)* donde se resalta la importancia en la trama del cuartel de las feas o en *Pedro El Escamoso (2001)* cuyo protagonista es esencialmente un hombre extrovertido, cómico, ordinario y poco letrado. Estos son casos en los que la televisión ha experimentado personajes alejados de estereotipos convencionales de héroes. Con historias innovadoras, como *Todos Quieren Con Marilyn (2004)*, el personaje femenino es una trabajadora sexual pero su *virginidad* consta es de su amor romántico y es en el descubrimiento del amor donde se centra la trama de la historia.

El objeto televisivo

La televisión como <<servicio>> constituye en cambio un preciso fenómeno psicológico y sociológico: el hecho de determinadas imágenes sean transmitidas sobre una pantalla de dimensiones reducidas, a determinadas horas del día, para un público que se halla en determinadas condiciones sociológicas y psicológicas, distintas a las del público del cine, no constituye un fenómeno accesorio que nada tenga que ver con una encuesta sobre la posibilidades del medio empleado. *Es precisamente esta específica relación la que califica el discurso televisivo.*⁴

El guionista en la telenovela como el artista en la obra de arte, en cuanto sujeto creador comparten los mismos atributos de habilidad e imaginación, porque *la telenovela* debe poseer cualidades específicas que la caractericen como tal. Es deber del sujeto creador en el uso de su intelectualidad, expresar de manera implícita el sentido espiritual de las cosas, él debe ir mucho más allá de la simple representación de la realidad, no debe limitarse a la superficialidad. Es deber del creador conocer y analizar los productos televisivos, de manera técnico-formal e interpretarlos con parámetros psicológicos de recepción⁵ haciendo un reconocimiento de lo que es provechoso y no es para el objeto mismo.

El intelectual que de alguna manera está preparado y mira de forma crítica una telenovela encuentra en ella las abstracciones necesarias para comparar y analizar los puntos vista de la sociedad contemporánea. Este lo que hace es separar los puntos de recepción que desvían la mirada hacia la superficialidad de ser entretenido y vuelca todo su saber en la comprensión rigurosa del objeto que observa, cosa que no ocurrirá con el televidente que se deja llevar por una trama que a su manera de ver es vacía y por este motivo se abandona a la satisfacción de sus necesidades de recreación y placer.

⁴ Eco, U. *APOCALIPTICOS E INTEGRADOS*. Editorial Lumen. Barcelona 1998 p.p.

⁵ Umberto Eco en su ensayo sobre, *La Música y La Máquina*, presenta un análisis profundo sobre el problema de los productos de masas radiales son visto por conocedores de el campo de la música, presenta de manera psicológica con referente a la recepción de los sonidos y la posición técnico formal con referente al análisis de valores en el campo sonoro. Puede ser aplicable en lo referente de lo audiovisual por uso de un medio comunicativo de masas y la recepción del intelectual dando una interacción constante de goce y análisis.

Es importante en el análisis de las relaciones de recepción positiva, el contexto social y psicológico que los televidentes poseen para un mejor desarrollo en la mirada del objeto televisivo. De esta manera los individuos tienen más posibilidad de hacer un análisis adecuado si su desarrollo ambiental es óptimo. De otra parte, el creador y la productora saben determinar el espacio en que han de ser mostrados estos objetos de consumo.

Cada objeto es creado bajo ciertos parámetros estéticos que influye en las relaciones del objeto y el receptor. Por eso, la telenovela es reconocida por ciertas características que determinan su género y en función de él se hace el primer análisis. Las relaciones con ellas estarán determinadas por este carácter y será vista de la única forma como puede verse “**Como telenovela**”. Cada telenovela en su trama posee características específicas que pueden ser analizadas y puntualizadas de tal manera que ayuden a la comprensión del producto como una expresión del contexto social.

La telenovela en todo su conjunto (Personajes, escenarios, ambientación, vestuario, efectos, etc.), hacen que en la mente del espectador se realice una interconexión asociativa e identitaria, que le provoca una representación inmediata, con las circunstancias y atributos del personaje principal. En el receptor se genera una relación de identidad con el actor intérprete. De esta manera, el objeto transforma y mantiene al televidente en una posición de superficialidad constante. En las telenovelas, las mujeres y entran muchas veces como personajes *divinos*. Otras veces son personajes que viven un contexto actual, en el que muestran la situación de cualquier persona. La telenovela finalmente engancha al telespectador, porque muestran la vida tal como él la puede llevar y a su vez, es realidad ficcionada.

La interacción que existente entre el espectador y los objetos televisivos se caracteriza por la identificación del individuo con los personajes que se le presentan. Los protagonistas pueden tener una carga positiva o negativa según el observador y la relación estética establecida en el momento del primer acercamiento. Personajes que en las telenovelas aparecen como arquetipos, pueden ser tomados de la realidad, como por ejemplo: *La Pola (2011)* cuya protagonista interpreta a la heroína histórica de la revolución de independencia colombiana, cuya moral era intachable y ejemplifica el cumplimiento del deber hacer.

Otro tipo de protagonista es el de naturaleza cathartica, aquí el héroe sufre o se ve en apuros, la relación con el espectador está mediada por su sino trágico creando y por un alivio cómico del ánimo, un ejemplo claro sería *Betty la fea o Pedro el escamoso* personajes que con el transcurrir de la historia mimetizan las circunstancias del tipo de héroe aquí hablado; mostrando las diferentes luchas que los personajes deben pasar para lograr su felicidad.

En otras telenovelas vamos encontrando otras modalidades héroes, los imperfectos, este es el caso mostrado en *Café*, el personaje masculino muestran a un hombre común con problemas comunes que inspira compasión, el televidente siente interés moral en la historia fluye su solidaridad con el protagonista se establece con él, una relación permanente, conocido como una identificación *Simpatetica*.

Por último *el antihéroe* donde la relación se presenta en una disposición perceptiva de provocación, aunque estas son en su mayoría adaptaciones literarias, han alcanzado gran auge televisivo en los formatos colombianos, ejemplos claros son: “*Sin Tetas No Hay Paraíso*”, “*El Capo*”, “*El Cartel De Los Sapos*” manejan personajes que en el sistema social, son tenidos por inmorales. Los protagonistas se ven envueltos en circunstancias que generan en el observador agonía, desacierto e indignación. Estos mecanismos son utilizados por la industria cultural en su beneficio, para generar un deleite casi adictivo, porque los espectadores los tienen como productos de consumo constante.

El objeto televisivo como obra de arte

“probablemente, no existe lo que la conciencia general y una estética complaciente entiende por disfrute artístico siguiendo el modelo del disfrute real. El sujeto solo participa de una manera limitada y modificada en la experiencia artística en tanto que tal; esa participación se reduce cuanto más alto es el rango de la obra. Quien disfruta de las obras de arte de una manera concretista es banal; expresiones como <<un regalo para los oídos>> lo delatan.”⁶

Suponer que los objetos televisivos latinoamericanos, como la telenovela, son objetos con contenido e intencionalidad artística, conlleva a explorar los sentidos, los medios y la forma, como son creados. Los objetos televisivos que vemos a diario, si bien no son obras de arte dentro de los criterios tradicionales, son obras de un nuevo género que proporciona la misma intencionalidad y característica de una obra de arte cualquiera. Es una posición muy simplista suponer que todo objeto producido por una industria cultural carece de un grado superior o no es arte, porque ellos simplemente son fuente del entretenimiento de una mayoría cautiva por la atracción superficial que la industria cultural produce.

Para adentrarnos en este estudio, entremos a reflexionar sobre la posición de Theodor W. Adorno en su Teoría Estética quien hace un análisis completo sobre la posición de los objetos del arte en la época moderna. Según Adorno es partir del proceso de observación que el espectador obtiene lo que espera de estos productos de la industria cultural, para ellos los objetos televisivos son y serán utilizados para entretener. Cambiar su concepto solo es posible si al observar los objetos de la industria cultural, logra relacionarlos con su realidad social. En sentido estricto, es no creer en lo que vemos como real a través de la pantalla, sino que por medio del objeto cultural se está imitándola, para propiciar un acercamiento por parte del espectador para que asuma frente a su sociedad una posición crítica.

Es de anotar, que dentro de la vieja comprensión de la obra de arte, es el sujeto contemplador el que se abstrae de su propia realidad y se adapta a la de la obra contemplada, distanciándose y volviéndose indiferente a una identificación de él mismo en la obra, cosa que no sucede dentro de los consumos de masas y más sobre las nuevas obras que produce la industria cultural, donde los procesos de creación van directamente relacionados con la realidad del espectador y en esta relación estos se puedan identificar

⁶ ADORNO, Th. W. *TEORIA ESTETICA*. Ediciones Akal 2004, Madrid p.p.

fácilmente, con el objeto, haciéndolo de consumo fácil y excitante. Es claro que esta relación objeto-sujeto cambia en el momento de creación de las obras dentro de los parámetros de producción de la industria cultural, esa circunstancia es diferente a los contextos ideales de la relación entre obra y espectador.

El caso de los objetos producidos por la industria cultural es más parecido, sino igual, a los que se dan entre mercancía y consumidor, la industria cultural fabrica su mercancía con el conocimiento del sujeto espectador, ella busca que este se identifique con el objeto que consume, lo que el objeto le suministra al observador, lo adapta y lo hace depender de este, pero este vínculo lo puede romper el espectador siempre que cambie su posición al analizar los productos televisivos, teniendo en cuenta su contexto determinando.

La industria cultural crea entonces un vínculo de dependencia entre el objeto creado y aquel que lo consume, esto no es nuevo y se manifestó desde el principio de las expresiones artísticas. Dentro de la historia podemos ver el vínculo entre los medios de poder y las producciones de las obras de artes más conocidas, tan como se colige, de la siguiente cita de Thodor Adorno:

“el arte autónomo no era completamente libre de la infamia autoritaria de la industria cultural. Su autonomía es algo que ha llegado a ser y que constituye su concepto; no es a priori. En las obras más auténticas, la autoridad que en otros tiempos las obras culturales debían ejercer sobre la gente se ha convertido en una ley moral inminente.”⁷

Por esta razón es cuestionable la supuesta libertad del arte dentro de las grandes manifestaciones de masas que con las nuevas tecnologías se muestran manera eficaz y se distribuyen como un mundo de imágenes que supuestamente están arraigadas en el esplendor de la libertad del espíritu. La tecnología que brinda la televisión, es un sistema nuevo que le permite al individuo la posibilidad de expresar lo que los medios estéticamente y tradicionalmente correctos como el cine y la radio no pueden hacer. De esta suerte, el medio televisivo es visto como una de las nuevas herramientas electrónicas que le brindan al artista otro nivel de expresión en el campo estético. Es decir la tecnología es expresión que refleja constantemente los acontecimientos de la sociedad del momento, más no el cambio en la función arte.

El uso de herramientas modernas en los procesos artísticos contemporáneos crearon una sensación de engaño y desapego en la concepción que se tiene sobre el arte en sí. Este es el caso de las artes surgidas dentro la modernidad. El arriesgarse, el entregarse, es la esencia misma de la creación en la modernidad. Las obras que consiguen poder dentro de las manifestaciones de la época son aquellas que tienen la habilidad de procesar toda condición moderna y no cargan con el miedo al fracaso de no expresar lo que se quiere con ellas, es decir, aquellas obras que buscan el manifestar de la época, la espiritualidad del artista, la originalidad del acercamiento y no son simple reproducción de una moda.

⁷ Ibíd. Pag.31

La época de lo moderno que se expresa dentro del arte, está vinculada a los materiales y la tecnología que la época le brinda, es por eso que la obligación de los artistas es entregarse totalmente al sentido propio de una racionalidad extrema en sus expresiones estéticas al ejecutar su obra, punto de partida necesario, para la comprensión total y específica del objeto creado.

“La racionalidad estética exige que todo medio artístico esté todo lo determinado que sea posible en sí y de acuerdo con su función de hacer desde sí mismo aquello de lo que ya no lo exime ningún medio tradicional. El extremo lo exige la tecnología artística, no simplemente lo desea una mentalidad rebelde.”⁸

La experiencia estética

“Toda obra, en tanto pensada para muchos, ya es desde el punto de vista de la idea su propia reproducción”⁹

La televisión entendida como el aparato más consumido de la sociedad, abarca un margen comunicativo y político dentro del pensamiento de la modernidad. El alcance de la televisión dentro de la sociedad ha llegado a niveles en los cuales se pone en cuestión la labor de la televisión frente al juicio del televidente. La preocupación aparece el supuesto daño que ocasionan en los individuos los objetos presentados en la televisión, como las telenovelas y más preocupante es el efecto sobre el individuo que entiende los procesos de estos medios, al parecer el aparato lo estanca, lo embelesa y roba algo de su intelectualidad e inteligencia. Por eso surge en nosotros los cuestionamientos ¿Cuál es la mirada correcta para hacer un análisis de los objetos televisivos? ó ¿Cómo observa el intelectual la televisión, para quedar un estado de deprimente superficialidad por casusa del consumo de objetos televisivos?

El mal radica en la comprensión y en la relación equivocada que se hace de este aparato que es solo un objeto de transmisión de programas, que sirven, para el entretenimiento y que su contenido, es muy poco educativo. Por eso surge entonces la necesidad de defensa de estos objetos, pues para su crítica hay que poner en consideración su carácter artístico e intelectual y reconocer a través de este medio se pueden generar beneficios, ya que algunas producciones poseen contenidos estéticos y de son verdaderas apuestas de carácter crítico frente a los problemas sociales.

Ahora bien, el arte debe hablar por sí mismo, sin ninguna intromisión externa, para el análisis de la obra se debe manejar su propio lenguaje, por lo cual hay que saber y reconocer el lenguaje del objeto, esto en últimas es lo que legitimará al producto como tal. Entonces la comprensión de la obra está dada por la posibilidad de racionalizar y establecer un diálogo mediado por un canal que conecte al sujeto y la obra, dentro de una estética racional que se materialice en el momento de observar el objeto.

⁸ Ibíd. Pág.54

⁹ Ibíd. Pag.52

Los programas de televisión entretienen y distraen al espectador, generan en estos placer al momento de observar los y consumirlos. Estos productos, manipulados por los intereses de las industrias culturales, en principio establecen una posición única de cómo deben consumirse, el espectador **solo debe adsorber lo que se les da y dejarse llevar por los sentidos sin ningún análisis de lo que se le está presentando**. Esa es en la praxis la posición del individuo que ve en este pequeño aparato un reproductor de imágenes sin sentido estético y instrumento creador de placer, pero es en esa recepción pasiva, donde la problemática, que nos permite resignificar las maneras de consumir estos objetos, dando paso a nuestra propuesta que consiste **en la definición correcta de cómo se debe observar la televisión desde una estética televisiva, basada en la reflexión crítica, de los productos que a través de ella circulan**

De lo anterior inferimos, que no es en el mirar superficial y subjetivo de la televisión donde se puede apreciar la verdadera esencia de los objetos televisivos, sino en asumir una posición estética donde se reconozca que a pesar de que muchos afirman, que para entender una obra no es necesario alejarse de los placeres que proporcionan el observar el objeto, el caso nuestro consiste en defender la postura, que no se puede observar críticamente una obra de arte y al mismo tiempo, recrearse y sentir placer al analizarla. En otras palabras esta postura, define para quien quiere alcanzar una experiencia estética correcta, no considerar siquiera esa posición pasiva, entregada y nada racional el punto de encuentro para lograr esa conexión.

Si bien Hans Robert Jauss, teórico literario fundador de la escuela de Constanza y defensor de *la estética de la recepción*, defendiendo el placer en las artes, en apartes utilizados en este artículo tomados de su libro *Pequeña Apología de la Experiencia Estética*, en su capítulo II trata de darle otra connotación a la palabra gozar (*Geniessen*) y lo relaciona con *sacar provecho de*, su sentido cambia en la estética moderna y queda relegado al disfrute de los sentidos. Si bien históricamente los sentidos y sus diferentes efectos son estudios de la psicología estética, esto no justifica la relación de estos en la estética contemporánea de la obra de arte. El significado del goce dentro de la contemporaneidad sigue siendo la imposibilidad de comprensión estética de la obra y no puede en ese estado incursionar o afirmar algo racional.

La posición de Jauss es muy aristotélica al mostrar la liberación de la estética a través de los sentidos, lo cual no cabe dentro del razonar sobre la experiencia con el objeto, a pesar de sus argumentos, cuando insiste en relacionar el acto de ver o sentir la obra con el de entenderla, para nosotros es en el alejarse y distanciarse de esta, donde está la clave, para poder comprenderla y tener una verdadera experiencia estética, por ser el acto de razonar la verdadera fuente de comprensión de la estética de la obra.

Se sabe muy bien que es innegable el hecho que muchos de los objetos creados en la industria cultural son elaborados con la intención de satisfacer los sentidos, pero recaer en ello es sucumbir ante las imposiciones de los interesados en hacer del espectador un adicto al consumo televisivo, para no permitirle la posibilidad de generar un análisis crítico en su acercamiento a la obra como tal. Razonar sobre los objetos televisivos sería entonces observarlos, con criterios estéticos y porque no técnicos, para no quedar hipnotizados, por

eso no dudamos en afirmar que la experiencia libera, pero la buena experiencia estética lo hace de manera más clara.

La posición de muchos autores es: Que gozar con este tipo de objetos del arte es ser superficial porque en la percepción no opera el sentido estético completo, quien percibe así no aprecia la belleza de la obra, ni el esfuerzo intelectual del autor cuando crea la obra. Así mismo, es en la capacidad poética donde el nivel cognoscitivo del artista se pone en evidencia, pero esta no es apreciada por un espectador que solo quiere sacar su obra un placer momentáneo. El momento poético lleva consigo gran profundidad, pues en él el creado vierte sus conocimientos al aplicarlos en las imágenes y los contextos, de sus productos como es el caso de quienes participan en la creación de la telenovela.

Así las cosas, la función distractora del objeto consumido por la gran masa lleva consigo el investigar y desarrollar un tema específico, esto lo hace atractivo desde el punto de vista audiovisual y concentra al televidente en la trama de la historia y le permite a la industria cultural mantener en el espectador el interés por el producto durante todo el desarrollo de la telenovela.

Es claro que una telenovela para que funcione tiene que ser vista, lo mismo ocurre en la obra de arte, a pesar de que la intención de la obra de arte no es ser consumida como objeto de mayorías es necesario el conocimiento o la publicación de esta para su propia existencia, en otras palabras arte que no es visto no es arte, regla que recae también dentro de los criterios de lo que es o no es una buena telenovela, telenovela que no tiene audiencia no es telenovela; el cambio de criterio entre la telenovela y la obra de arte sería la cantidad de persona con la intencionalidad de ser vista.

En la telenovela la función del espectador, desde la imposición de la industria es garantizar que los niveles de audiencia sean los adecuados, para garantizar la emisión del *show*, legitimando la obra, pero ese proceso es solo de manera superficial y el valor comercial, no es un complemento de la verdadera belleza de la telenovela. Del objeto creado por un artista audiovisual dedicado al género de los dramatizados, en su mesa de trabajo, para asegurar el éxito de producto, se tienen en cuenta los contextos, de allí que al final el objeto televisivo transmitido tiene entre otras una función social, pues lo que se muestra, es una obra con un carácter adaptativo que referencia los acontecimientos relevantes de la sociedad, que de manera continua observa y se observa en la televisión.

Claros ejemplos de lo anteriormente expresado son las diferentes formas de afrontar la producción de la telenovela, en países que las elaboran. En estas circunstancias, el contenido de las telenovelas mexicanas aunque ponga en escena el tema religioso, lo aborda teniendo en cuenta el carácter católico propio del país y las, como sociedad ideas morales, que ellos históricamente han construido. Las novelas brasileras, por su parte son muy urbanas de gran contenido erótico, en algunos casos. Las novelas venezolanas su contenido está ligado la mayoría veces al melodrama tradicional, donde el protagonista, sufre, por bueno, pero al final la vida de regala la justa felicidad que tanto merece.

Todas estas formas van condicionadas a la creación y visión del autor dentro de los límites de su producción, para una televisora y los contextos en los cuales el objeto se consume.

Ese proceso debe ejecutarse en la recepción del objeto, por parte del consumidor, pero no con una actitud, pasiva, sedentaria y contemplativa, pues esta, supone fallas de criterio y conocimientos, sino que a través del entendimiento racional del programa, él televidente llegue a comprender el desarrollo estético del autor de la obra.

El proceso de creación de la telenovela y su modo de recepción, se encuentran estrechamente vinculados, si el objeto es captado de manera racional, por quien lo consumen. En principio los objetos televisivos se hacen, para ser vistos, pero la condición de ser vistos no implica entendimiento inmediato de la condición estética de la obra, ni siquiera de la intencionalidad, con la que fue hecha, porque es en la recepción del objeto donde se encuentra el verdadero proceso estético. Si bien, el contenido estético de la obra está inmerso en el objeto, no quiere decir, ni es condición necesaria, para que cualquiera que vea el objeto comprenda de inmediato su belleza, no es causa del autor esta incompreensión, es causa del observador y de los medios que en su afán mercantilista hacen que la idea sea desviada de su intención inicial.

La mente racional que se acerca al arte dentro de su proceso de comprensión, debe mirarlo no desde los placeres, sino desde la lógica de la misma obra, desde el contexto de producción y el conocimiento de ella. Dicho de otro modo, es mirar a la obra como autónoma, a pesar de las objeciones de este proceso de contemplación. Al respecto citamos a Jauss H.R.

“Como ya mencione, la estética de la negatividad todavía dominante quiere purificar el placer estético de toda identificación emocional con el fin de conducirlo a la reflexión estética, a la percepción sensibilizada a la conciencia emancipatoria”¹⁰

Porque es en la búsqueda de lo universal donde se encuentra la verdadera belleza de la obra de arte, los placeres individuales solo conllevan a al egoísmo y a perder de vista la gran idea de un proceso creativo, es desestimar la idea total del objeto. Es en este proceso de comunicación racional donde la idea del autor no se pierde y se mantiene en constante proceso de razonar y pensar la obra como algo universal. Este sentido, observación desde la percepción racional no va encaminado simplemente a la comprensión de la técnica, sino también a los conocimientos intelectuales, lo cual se establece no en el deleite de los colores, sonidos o expresiones, sino en entender como estos son aplicados en un conjunto de reglas lógicas que solo funcionan dentro de los objetos vistos.

Teniendo en cuenta lo anterior, inferimos que es imposible comprender, como funciona el mundo mostrado por artista, si solo nos quedamos en las sensaciones de lo que nos produce la obra o con lo que los sentidos pueden captar de ella. Si queremos sacar el mayor provecho de la obra, debemos someterla a ese proceso lógico de establecer cuáles son las reglas, de interpretación de ellas, pese a que muchos consideran que los objetos televisivos como las telenovelas no son obras de arte.

¹⁰ Jauss H.R. *Pequeña apología de la experiencia estética*. Paidós Iberia S.A. Barcelona 2002; p.p.

En contravía de lo anteriormente expuesto, mi posición radica en la defensa de los objetos televisivos como obras de arte, ya lo decía Eco cuando mostraba la posición del intelectual en la comprensión de estos objetos, “La mente debe funcionar de manera correcta en aplicación de la razón y separar de los sentidos, utilizándolos como instrumento de comprensión y no de producción que nublen las imágenes”

Es en el proceso de comercialización de estos productos que la definición de obra de arte cambia y surge el impedimento que imposibilita reconocer a los objetos televisivos obra de arte. Los nuevos nos brindan la alternativa de mirar otras formas de expresar las manifestaciones de artes en el ámbito comercial, pero estas tienen carácter artístico sin importar el nivel que se les atribuya a los objetos. De otra parte comprenderlos los objetos de arte no creo que sea trabajo de los placeres, sino de la razón de los individuos que los analizan en su forma y contenido, partiendo de sus conocimientos y aplicación.

La necesidad de la industria cultural, no es producir piezas artísticas, sino ganar dinero, sin embargo ellos son los responsables de poner en circulación los objetos televisivos y es en su criterio mercantilista, que podemos encontrar su culpa, en la visión que se tiene sobre los objetos televisivos, como productos de entretenimiento y no obras de arte. Pero la culpa no es solo de la industria cultural, cuyo objetivo claro siempre es enriquecerse, sino de los artistas audiovisuales, que se dejan comprar del mercado, siendo los únicos que pueden asumir una posición crítica, frente al producto, a la manera como se muestra y a la forma como se induce al espectador a consumirlo.

Solamente serían beneficiosos, para el receptor de la televisión aquellos autores, que distinguen entre lo que es mercancía y lo que no. Los autores que simplemente reproducen y repiten sin un compromiso profundo y que miran más allá de los que la industria les da, estos se encuentran fuera de la frontera del arte. Los verdaderos artistas audiovisuales del medio televisivo son los que diferencian los programas imitativos de producción masiva hechos, para el simple entretenimiento de aquellos que poseen un contenido intelectual y elevado. Son individuos que llevan consigo, el querer dar algo al observador de la obra y no esperan que este se quede con el simple disfrute contemplativo del objeto.

Pero ni la actitud contemplativa de las obras de arte, es nueva ni la industria cultural, sino que está presente desde hace varios siglos en la historia del arte, solo que el negocio se adaptó en el tiempo y la tendencia contemplativa ahora es criticable. Ejemplo claro es lo que sucedía en el barroco que el público fue engañado por la teatralidad de muchas de las obras presentadas en ese tiempo, pero hubo artistas que haciendo uso de los direccionamientos de la ideología dominante y dueña del mercado, construyeron su trabajo, es así como hoy podemos admirar la verdadera belleza de un cuadro de Carravaggio.

EL PROBLEMA ES DE RECEPCION

La posición del espectador es recibir de manera continua elementos que construyen la idea que comunican los programas televisivos, esto es entendido de manera inmediata a través de los lenguajes que la misma transmisión maneja, información tras información que procesamos y adsorbemos para el entendimiento del programa visto. No somos como esponjas que sabemos adsorber y retener, también existe y es seguro, que en cada proceso

de captar el mensaje, ponemos de nosotros algo en él. El lenguaje funcional de la edición de programas es pertinente con ese aporte directo del espectador hacia la secuencia de hechos de las imágenes vistas, es así como comprendemos ya sea por experiencia o por pura lógica, los hechos y lecturas de los programas televisivos. Es adaptarse a la lógica de cada uno de los criterios que nos brinda la televisión. Es en la misma medida de comprensión de la obra de arte que radica la única forma de entenderla. Comprender la obra es buscar la medida de su lógica dentro de su contexto y figura. La agilidad de la mirada en la recepción televisiva es menos consiente gracias a la experiencia de la imagen en movimiento.

La recepción racional depende de la comprensión lógica de todas las partes que nos brinda el programa televisivo, no solo es percibir básicamente la historia contada, también es poder mirar el subtexto del relato, siendo esta la idea mágica detrás de la narración del hecho contado, pues la interpretación correcta no depende de la comprensión del programa a través de los sentidos sino también de su forma racional. Así como debemos complementar la parte sensorial como la racional, también es pertinente separar y entender cada una por su lado. La comprensión de estos objetos transmitidos a través de los sentidos, puede generar confusión por los contextos que rodean aquellos que observan el objeto. En ellos se puede crear una idea errónea de lo que realmente, se le quiere mostrar por lo cual la buena comprensión depende de los receptores y de lo que ellos según su criterio están en capacidad de analizar. Factores como las relaciones sociales, estado económico y calidad de vida brindan una posición ya sea positiva o negativa en el proceso de una buena, recepción si esto hace parte del contexto de quien recibe el objeto televisivo.

Estos hechos relevantes dentro de la percepción del mensaje televisivo pueden generar una interpretación subjetiva de los relatos contados en el objeto televisivo, inclusive pueden llevar a una interpretación superficial de lo que puede ser un gran aporte al individuo que observa. Es alejarse desde una posición racional, olvidando cualquier alteración que afecte directamente la apropiación estética del objeto. La interpretación correcta varía entonces ya sea por la situación real del observador, las condiciones, económicas, morales, sociales, etc. A veces no permiten comprender situaciones que se transmiten en la televisión y se quedan en el simple rechazo de la imagen mostrada, impidiendo el entendimiento total de la idea o el mensaje. Pero las relaciones familiares que le hacen tomar parte e identificarse con situaciones presentadas en telenovelas transmitidas, tampoco le permiten un juicio crítico y por último, tampoco nada le da el disfrute pasivo del objeto a manera de diversión.

El significado de la palabra *contexto* definida entre dos formas, el contexto del programa televisivo y el contexto del individuo que lo contempla, es manejado teniendo en cuenta los parámetros de la imagen en los programas presentados, se anexan y se trabajan conceptos, se manipulan las imágenes visuales que hacen referencia a ciudades, estratos, y condiciones morales. Estos tipos de contextos se ven tanto en el proceso de creación de los objetos como en el análisis de las imágenes creadas, es decir, en las imágenes creadas están relacionadas con la intencionalidad del mensaje y el tema relevante, donde las imágenes representan un concepto a mostrar o un horario determinado, inclusive con los personajes es también usado para llevar una imagen predeterminada de lo que se ve. En los procesos receptivos se habla de contextos cuando se hace referencia a todos los medios que pueden o

no afectar el modo de ver de los individuos en la comprensión del mensaje, ya sea por su estado social ó económico y por su conocimiento del objeto visto.

Es propio que en la interpretación exista una conexión entre los contextos y los medios, comprender los hechos dados a partir de una racionalidad o familiaridad con los objetos televisivos es propio de la realidad en que nos encontramos, es decir, las dos formas de recepción de las telenovelas imponen, primero la mirada racional que aplica los conocimientos de cada uno de los individuos a las situaciones en conjunto introducidas en el programa, dando como conclusión, el análisis completo del mensaje, pues la idea queda relacionada intrínsecamente con su conocimiento de los contextos dados. Segundo, el hecho de disfrutar del espectáculo, está vinculado necesariamente a la identificación con los contextos presentados, las telenovelas se presentan de esa manera para su fácil entendimiento y disfrute de los individuos limitados por los placeres de la contemplación; pero lo que no se puede negar es la vinculación esencial de los contextos o los hechos que a las dos formas se les hace familiar. La familiaridad del contexto es el que puede diferenciar uno del otro, en cuanto a la mirada me refiero. Si el mensaje en el objeto es solo basado en la interpretación del contexto, pierden en su análisis muchas de las cualidades que los otros detalles le agregan a la apropiación estética del objeto, pero si solo el contexto del objeto y no del espectador es tomado como un elemento más y no el principal, puede originar un gran apoyo para una conclusión estética correcta sobre la obra.

Es importante saber que el conocimiento como el contexto dado, es relevante a la hora de comprender la naturaleza del objeto visto. Las posibilidades que un individuo comprenda y pase al nivel racional de una situación que desconozca, es por lo general muy baja, sino nula. La capacidad o el nivel intelectual de los individuos y los conocimientos son claves en ese proceso de percepción. No se puede esperar que el televidente asimile de manera inmediata cualquier tipo de situación no familiar para él, es por eso que en la creación del programa es importante que se realice bajo las condiciones de conocimiento que los espectadores se encuentran enmarcados, eso es visto en el desarrollo de los objetos televisivos en Colombia, donde la mayoría de las telenovelas son relacionadas con lugares y situaciones que diariamente se enfrenta el común de la población del país.

Sin lugar a dudas, la televisión es diferente a como nos relacionamos con los objetos. Es normal sentir propios los objetos que adquirimos y poseemos, pero la televisión es una imagen que a pesar poderse adsorber en privado por cualquier individuo es siempre un objeto comunitario, en el sentido que no es dirigido a una persona en especial si no, tratando de abarcar el mayor grupo de consumidores posible. Si bien, no es propiedad de individuos, estos lo sienten propios. En ese sentido de propiedad la relación con la imagen es más parecida a las relaciones interpersonales, más por el hecho que el objeto a mirar muestra cualidades humanas en los instantes mostrados de interrelaciones de personajes e historia que el ser observante obtiene de estos programas. La relación es permanente y despierta sentimientos y emociones, haciendo que el espectador participe de las relaciones existentes entre los protagonistas del programa. Las emociones van desde el aprecio por los protagonistas hasta el odio por la enemiga o enemigo. Este estado de relaciones ficticias sostenidas entre el programa televisivo y el espectador, afecta y determina parte importante del entendimiento y uso de la estética receptiva correcta.

Muchas de las relaciones son basadas en juicios superficiales de la personalidad, es propio de las telenovelas, hacer caracterizaciones cliché de los personajes, por ejemplo es común que los inteligentes usen anteojos y que la gente mala tenga cicatrices en el rostro o que las formas de vestir determinen el supuesto carácter de la persona. El estereotipo debe ser comprendido desde la proyección del concepto, más no la presentación de su realidad, el diferenciar uno de otro es probablemente uno de los problemas que genera la acción de limitarse solo a los placeres de la contemplación de la televisión y su relación con los sentidos y no con la razón.

En las telenovelas generalmente los espectadores adquieren una atracción o relación de tipo emocional con los personajes que ven en la pantalla, relaciones que tienen que ver con su posición social, su estado emocional o su edad. Estas relaciones o asociaciones no son ligadas a la estética del objeto televisivo, son interferencias que lo hacen incurrir en errores de interpretación. Si bien, el objeto de la televisión es creado se puede decir en un estado puro del arte, es un proceso de secuencias de imágenes y sonidos con una estética establecida, por el creador que domina los conocimientos específicos de este arte, por eso las interpretaciones del mensaje equivocadas del objeto son un error de apreciación por parte de aquel que lo observa.

Estamos hablando entonces de poder de aislar todos los elementos distractores conectados con la contemplación de la televisión o el *ver mal* los programas televisivos. Porque es justo decir que inclusive los programas educativos creados, para ese propósito pierden todo sentido si el espectador no está en la capacidad o no tiene la disposición de aprender de ellos, es así como las influencias que distraen de la estética receptiva correcta no están en el disfrute y el dejarse llevar por los placeres de la contemplación, está en el aislarse y razonar sobre lo que se está viendo y consumiendo. Porque la crítica no va en relación de los sujetos no poseedores de conocimiento alguno, sino, en aquellos que a pesar de poseer la habilidad de distinguir y aislarse de los procesos distractores, no lo hacen, sucumben ante el simple disfrute dado por el televisor y no utilizan esa posición privilegiada frente a la caja.

El interés superior¹¹ o bien llamado *contemplación racional* es el buen proceso de entender y comprender, el estado de lo que se ve en la televisión, sin caer en contemplaciones superficiales que se limitan a un interés de placeres y novedades de la imagen. Hay que mantener en ese estado a aquellos que pueden hacer uso de la contemplación racional, que es la única productora de conocimiento positivo de la televisión. La mirada de aquel individuo que sabe, es la que interesa. Es el que comprende la contemplación racional el que nuestro estudio elabora y levanta su crítica, que comprende que los procesos tanto en la obra de arte como en la creación de proyectos televisivos necesitan de la experiencia racional, para la mejora del objeto, de la percepción que se hace de él y de la percepción con que miramos la sociedad y aquellos que la integran.

¹¹Jon D. Baggaley. Steve W. Duck. *ANÁLISIS DEL MENSAJE TELEVISIVO*. Edt. Gustavo Gill S.A. Barcelona Pag.92, en su capítulo 3. *Análisis de la experiencia visual*. Comprenden tres niveles del interés del espectador sobre los objetos televisivos haciendo referencia a el interés superior definido como en el que se produce un interés activo por las inferencias de la narración.

El saber que lo que se está percibiendo no es real, es de todo televidente, también es cierto los sentidos nos engañan, en lo temporal y espacial y así que nos permiten el disfrute del objeto televisivo sin la comprensión total del mensaje. Cada objeto posee su lógica, esta se comprende por la experiencia que tiene con el objeto visto, pero básicamente la telenovela maneja la misma línea, se identifica al protagonista, a su enemigo, amigos, familiares más cercanos, confidentes. Ella muestra siempre el lado a resaltar de protagonista y su interés radica en descubrir la parte de la vida de este que él desconoce, muchas veces se sabe cuál es el final, pero el interés siempre se mantiene en quien la sigue.

Los personajes definidos por características superfluas como la ropa que usan, su lenguaje, la compañía y la relación con el personaje, están destinados a darle un ritmo a la historia. Otras características que van más con el personaje central de la novela, es que todo acto moral relacionado con él, toda decisión tomada, si es buena o considerada buena dentro del campo moral es decisión propia de este, pero si la decisión es mala o hiere a alguien fue ocasionada por culpa de otro.

Lo estático en la telenovela siempre es la relación casi imposible del protagonista y su doncella y los problemas que deben enfrentar por culpa de las intromisiones de otros. Este tipo de lógica u ordenamiento en la producción de la telenovela es pasado por alto, en la gran mayoría de los casos, por audiencia de interés inferior o de contemplación pasiva que se esmeran, solo por disfrutar de una historia, que en la mayoría de los casos es una repetición o readaptación de la historia ya contada, casos como *Las Aguas Mansas*(1994) readaptada para un público internacional con el nombre de *Pasión de Gavilanes*(2003), creadas por Julio Jiménez y emitida nuevamente en Colombia por Caracol TV, casos como estos son repetidos constantemente en la televisión del país, donde los contempladores pasivos no se percatan de tal hecho y si lo hacen solo lo ignoran y lo reciben como un nuevo producto.

Estas posiciones pasivas hacen que los programas sean cada vez más vacíos dentro de su mensaje crítico y se transformen en enlatados, que no proporcionan ningún tipo de objeción a sucesos contemporáneos, que pueden ayudar al desarrollo de la sociedad. Pero si se pudieran captar algunos de los mensajes intrínsecos dentro del objeto televisivo, la cantidad, de información constante que se le proporciona a los individuos es hipnótica y anestésica, para su mente, esto está relacionado en la forma como se presentan los programas en un orden no aleatorio, tan específico hasta alcanzar la sensación de una continuidad, ejemplos claros es lo visto en el proceso de contemplación de la televisión nacional, es que el orden de los objetos a partir de los noticieros hace conexión con el principio de la franja a continuación.

Esto que se dice en el párrafo anterior funciona en el sentido ya que el individuo no necesita cambiar de sintonía y puede permanecer en el mismo proceso lógico como venía hasta ahora. Los noticieros presentan titulares importante con una tonalidad agravante, atractivo en el estilo amarillista de la voz lectora, continua con las noticias violentas o más atractivas en cuanto acontecimientos de hoy. Su segundo paso, en un tono más sencillo y se sincroniza en las noticias políticas. El tercer segmento es el de deportes combinando colores y formas más agradables, para atraer un número más alto de televidentes. El penúltimo es de chismes políticos o comentarios humorísticos de noticias menos relevantes

y muchas veces sin importancia, y por último y es el que propicia la conexión con la telenovela es la sección de moda y farándula, cuyo formato consiste en hablar sobre personajes que los espectadores miraran en la telenovelas y que vienen a continuación. Así llegan las telenovelas objetos televisivos menos dramáticos y más divertidos y el pulso en ellas va aumentando con las de mayor dramatismo y suspenso finalizando con las de un rango violento y pasional, esta construcción se realiza para cautivar a la mente pasiva y no originar ningún tipo de choque en el pensamiento lógico que la persona lleva.

EDUCANDO PARA VER O PARA NO VER

Afirmaciones y comentarios peyorativos se puedan realizar en salones de clases, en contra de los productos televisivos, aquí se puede escuchar la posición de aquel individuo que ve en la televisión un objeto maligno, este intelectual, hace afirmaciones que no favorecen a las producciones nacionales y los esfuerzos de realizadores, libretistas y empresas comunicativas que se esmeran y hacen el esfuerzo de crear un buen objeto televisivo. Estas posiciones son peores que aquellas que al sentarse frente a estos aparatos electrónicos, caen en la hipnosis total y se hacen víctimas del engaño de algunos productos realizados con este fin. Ignorar por completo un objeto que materia de socialización de los jóvenes de hoy en día, es perder la mirada en el horizonte, sin observar el suelo que se pisa.

Así las cosas no es apropiado creer que la solución a la mala percepción, de los objetos televisivos por parte de algunos individuos sea culpa del objeto observado (Programa de televisión que observa sin ningún criterio). Eso sería como decir que, siempre las imágenes donde se registra violencia o guerra generaran más guerra o más violencia. El negar el bien de un objeto es negar el progreso de su sociedad.

Toda creación realizada por un artista televisivo, debe estar encaminada a propiciar el entendimiento y manejo de los contextos sociales que se muestran, los símbolos y las formas de visualizar están determinadas por el conocimiento del que observa o del que se supone va a contemplar el producto final. Igualmente el artista no puede perder de vista en las relaciones sociales de la nación donde se transmite la producción, estas tres condiciones *simbología, forma y contextos*, estas son clave en la creación de una obra entendible y probablemente exitosa. Nosotros damos por cierto, que las producciones exitosas tienen estos elementos, por lo tanto son elementos que deben tenerse en cuenta, para hacer un análisis profundo y una crítica a las producciones colombianas.

La importancia de aquellos que imparten conocimientos en escuelas y colegios, es muy significativa, pues este es el lugar donde se debe a los jóvenes que serán en un futuro no muy lejano adultos. La escuela es uno de los hábitat donde la racionalidad se despierta, por lo cual es esta donde aparece, en algunos casos, por primera vez el desprecio y la posición negativa hacia la televisión, para quien así observa televisión este acto se convertirá en un proceso tedioso o simplemente en una contemplación vacía del objeto. No se pueden cerrar los ojos ante la realidad, que la televisión en los jóvenes forma parte de su desarrollo y toma de decisiones, en ellos ejerce una influencia dentro de los criterios, con los que ellos se relacionan con sus contextos sociales.

Con lo anterior no estoy diciendo que la televisión es determinante o es la única que influencia al mundo juvenil, solo que ella le presenta las posibilidades de relaciones sociales y como estas pueden funcionar. Es una conexión con contextos y realidades posibles que generan en el observador, joven e inexperto, argumentos de comportamientos identificables con su manera de relacionarse con los demás, para los jóvenes incluso las relaciones familiares son vistas desde la lejanía,¹² y para estos el televisor forma parte esencial del desarrollo de su personalidad e identidad.

La contemplación de la televisión es la actitud de aquellos individuos que miran los objetos rodeados de sus familiares más cercanos y ellos se identifican con los programas. En este caso se pierde la capacidad de juzgar a personajes vistos y el factor identificación afecta la relación con el objeto televisivo, aquí se pierde el grado de racionalidad que se debe mantener frente al televisor. Entonces surge la pregunta ¿Cómo se pueden cambiar esos comportamientos frente a la televisión, cuando en los sitios donde se puede racionalizar estos objetos las condiciones son adversas? La socialización de lo que se ve en estas producciones, puede generar un progreso en el comportamiento del individuo sin caer en desprecio por el objeto o identificarse con él mismo.

El poder de la imagen se centra en su relación con la realidad, personajes que muestran una constante lucha en sus relaciones son atractivos, para el individuo que observa al objeto dentro de la lógica que el maneja. Es un engaño quedar determinado por la lógica de la imagen, como representación de la realidad por parte de la televisión. En la televisión son mostrados en los noticieros e informativos, los sucesos diarios como informes de acontecimientos y cosas relacionadas con el exterior que muchos no pueden ver, acciones internacionales, deportes, acciones violencias en lugares remotos, sucesos reales, que solo por la televisión pueden alcanzar. Aunque son los noticieros e informativos encargados de mostrar estos hechos, las telenovelas hacen su papel al atraer a la audiencia en el uso simbólico dentro de los contextos actuales de manera realista, lo que ocasiona engaño temporal en las mentes de los individuos, incautos que observan de forma pasiva la transmisión que la televisión propone.

La nacionalidad dentro de la imagen televisiva se transforma en un incentivo para los individuos en procesos de creación de la identidad propia. La creación de su imagen con relación a la creencia que se pertenecer a una nación, se materializa y se simboliza por medio de figuras y representaciones dramáticas y estereotipos puntuales mostrados en la televisión. Apartamos y rechazamos la gran mayoría de las veces, productos ajenos a los que nos pueden representar una idea de identidad nacional y acogemos aquellos que muestren la posición progresista de nuestra. La imagen de cada una de las regiones está puesta en estereotipos, valorados como negativos o positivos, dentro de los contextos contados, aunque no siempre reflejen la verdad, sirven de referencia, para construir un imaginario de lo que se cree es nación. Muestras claras son las telenovelas de representación regional que proponen como atractivas, para las regiones inmiscuidas en la representación y para aquellas que desconocen la representada. No obstante la imagen

¹² Mirar estudios realizados en la ciudad de Cali, publicados y coordinados en libro titulado *Televisión y Melodrama*, coordinado por José Martín-Barbero y Sonia Muñoz, estudio profundo y bien elaborado que muestra las relaciones de la televisión con jóvenes de ciertos barrios de la ciudad de Cali.

negativa que muchas de las veces pueden generar esos estereotipos es culpa de la misma creencia que todo lo que pasa en la televisión es real e informativo. En cuanto a lo laboral la posición de cambio presenta los personajes, como seres que pasan, por malos momentos, pero estos siempre pasan, estimula una predisposición a creer que las cosas pueden cambiar o mejorar, para bien a pesar de todos los inconvenientes que pueden encontrar en el camino, las telenovelas brindan con estas posiciones positivas, una esperanza, para el individuo consumidor, al que le generan bienestar en sus imaginarios individuales y colectivos.

No obstante el valor de nación no solo va reflejado en la temática mostrada en las producciones nacionales, se encuentra en los que interpretan estas historias, los que narran y acercan la realidad de las noticias y de los hechos contados a la gente de a pie. Son noticias colombianas contados por colombianos, son dramas nacionales protagonizados en los contextos y lugares reconocibles de Colombia. Distinto es el lenguaje del producto extranjero, en sus lógicas de construcción de sentido, muestran modelos de sociedades encontradas fuera del país asociadas muchas veces a fantasías ajenas, que no pertenecen a una reproducción simbólica de la imagen nacional. La búsqueda de lo autóctono en la programación nacional sobrepasa la búsqueda de los extranjeros, por lo extranjero, es más reconocible y favorable mirar aquello que es familiar que uno no siente suyo.

La posición de apuesta a la identidad no solo abarca lo nacional, en cuanto identidad general de nación, ya que muchos de los problemas de identidad regional están basados en manifestaciones incompletas de las expresiones más significativas de la localidad representada. Programas como los de *Jorge Barón* con su *Show De Las Estrellas* que recorre lugares más apartados, ostentan su atractivo en mostrar la realidad musical de cada una de las regiones visitadas, enfrentando al televidente a un encuentro televisado de lo que más se reconoce y lo que le es familiar, donde la cultura no está limitada lo que se conoce como cultura superior (Entendida esta como aquellas manifestaciones artísticas, como música clásica, obras plásticas, etc.) Sino, por la cultura popular que abarca la identidad propia de los individuos que observan y habitan en ella.

El concepto de originalidad está ligado a dos partes de la creación del objeto, la primera a su forma, relacionada formalmente a como se presenta la historia, y la segunda a lo novedoso, referenciado a que nuevo se presenta en la historia, si bien las características de la telenovela colombiana ya mencionadas anteriormente, establecen relación cercana con la realidad permanente del ámbito colombiano y la identidad de los individuos que observan estos programas. La originalidad del objeto producido toma relevancia en el efecto creado en los contempladores pasivos o subjetivos y el análisis positivo en los contempladores racionales, puesto que debe cumplir la satisfacción de la forma estética profunda y los aspectos de la estética sensorial de satisfacción superficial y de ficción.

Como medio masivo no se debe perder de vista, que el sentido de la televisión es distribuir una gran cantidad de información a la masa consumidora, este es su objetivo. La televisión existe y existirá, por ser la forma más directa de transmitir un mensaje audiovisual a las mayorías, pero lo que implica este criterio no es que todo lo aparecido o mostrado en la televisión pierde su valor por el simple hecho de tener la intencionalidad de ser consumido en masa, de hecho hay buenos y malos productos televisivos, por eso hay tener cuidado con

el mensaje y saber aplicar los filtros necesarios para poder utilizar la información a favor del televidente.

El trabajo del creador se encuentra en acabar con la dificultad de que su producto sea encasillado como, facilista. Por eso este de poner mucha atención al escoger el mensaje de la novela y de transmitir de manera adecuada la idea del un dramatizado, porque de no superarse este evento, se desmerita el esfuerzo, que libretistas, escritores, directores y actores, utileros camarógrafos, etc. Hacen para la realización de un buen trabajo. Sin embargo la imaginación y la buena utilización de los contextos, simbologías y formas de presentar las obras, no garantizan por completo el éxito del programa, inclusive si mencionamos la originalidad y lo particular de los personajes, solo pueden contarse como un esfuerzo estético y nonos parece justo que la telenovela a pesar que supone un esfuerzo creativo, colectivo y complejo, se precisamente, su parte creativa la más menospreciada por el simple hecho de ser producida bajo el lenguaje de la televisión.

La telenovela no deja nada, no enseña nada, no representa nada real, son afirmaciones constantes dirigidas menospreciar a las telenovelas como productos de televisión, comparadas con las noticias o los noticieros, la telenovela no parece informar ningún tipo de acontecimiento relevante que intervenga la imagen como real. Si es en comparación con programas educativos, la telenovela no revela ni educa, no trasmite ni enriquece el nivel cognoscitivo, simplemente limitan las novelas le dan un status de programa de entretenimiento, hueco con nada que contar, que distrae y que quita tiempo para aquello que si puede ser productivo.

Esta posición hacia la televisión va ligada al fácil encuentro y entendimiento en su parte superficial con las representaciones de la imagen y audio, visto comparativamente con los procesos de entendimiento de lectura o de escucha, en lo audiovisual no se utiliza o no se requiere utilizar tanto la imaginación o el entendimiento, para conceptualizar o textualizar los mensajes propuestos en el terreno de la imagen.

Pero todas las objeciones referentes a la producción de telenovelas nacionales se limitan a esos conceptos superficiales y vánales que solo a la contemplación subjetiva se ajustan, estas objeciones son resultado del poco análisis alcanzado al mirar la telenovela. La observación debe ser usada como instrumento de valoración utilizado el análisis racional, para crear una crítica constante de la sociedad donde vivimos, para no ver al objeto televisivo como construcción de imágenes que distraen y hacen perder el tiempo a los individuos que la observan. Porque mirar profundo la calidad de las producciones nacionales va mas allá de la simple manufactura de imágenes distractoras e hipnóticas que contempla el ciudadano común.

En este punto hablamos de abstracciones sociales que contemplan relaciones familiares y circunstancias contemporáneas que ayudan a comprender el otro como ente. Este objeto a pesar de ser producido, para su consumo en masa posee una fuerza emotiva originada en la complejidad que lleva hacer una obra de arte, porque la novela, así como la obra de arte, posee circunstancias que van más allá de la fabricación de imágenes y sonidos, esta establece en su contenido un análisis entre líneas, de la realidad de los problemas tratados,

y muchas veces, la imagen tal como se pone en movimiento, sirve de distractor, al momento de entender el verdadero sentido de la creación actual.

Los factores distractores de las producciones de televisión son por lo general los mismos factores atrayentes a la imagen vista. Las tramas sentimentales basadas en las relaciones entre el hombre y la mujer, son conflictos enmarcados en la producción continua y repetitiva de lo que ya se ha visto antes. Si bien estas relaciones distraen, son muchas veces utilizadas para mostrar la manera de realizar la comprensión crítica de la obra. Esta temática distrae, a quien observa la telenovela para recrearse, por ser la trama central que indica el desarrollo de los sucesos que afectan a los personajes principales, pero no distraen a aquel que encuentra una excusa detrás del velo de la producción, esto se ve más en las producciones colombianas, los personajes extravagantes o con particularidades diferentes proporcionan al espectador ese sentido de atracción hacia una producción específica, que son excusas y ocultan en ellos las circunstancias reales de un verdadero comportamiento en la realidad del imaginario colombiano.

Para terminar surge la pregunta ¿Cual será nuestra posición frente a los objetos televisivos en cuanto al estudio de aquel que su intelecto es la fuente necesaria en su desarrollo profesional y laboral? La posición debe ser participativa de los dos criterios importantes que intervienen o pueden intervenir en la producción televisiva, la primera sería la creatividad productora donde la *poiesis* se manifiesta, es donde el trabajo de los productores, libretistas y directores interviene, para buscar la mejor calidad en objeto mostrado. La imaginación de los creadores de productos televisivos debe apuntar a desarrollar proyectos realizados bajo las formas originales y los contextos actuales, dando lugar a objetos comprimidos bajo la idea de una crítica constante de la sociedad, creando la intención del mensaje estético combinado con la superficialidad distractoras que son el nudo prometedor de un buen entendimiento de la obra.

El segundo nivel es lo más apropiado, para aquellos que no se encuentran vinculados directamente con la producción, hablamos de los individuos que están incursionando en el proceso de observación racional, estos sujetos además de entender la complejidad del proceso, deben colaborar con la educación y la crítica que lleva en sí mismo, el trabajo visual elaborado en la televisión, es decir, el diálogo se debe establecer como una permanente discusión de lo que comprende acceder a la televisión y hablar de ello, es establecer un posición educadora de aceptación de estos objetos en nuestra sociedad y sacarle provecho al momento de apropiarse de sus contenidos y redimir eventualmente el grado de crítica social hasta el punto de tratar el objeto televisivo, en este caso la telenovela, como objeto de arte.

Conclusiones

Para concluir, podemos decir que no hay que ignorar ni pasar de largo frente al televisor, lo que este transmite, como objetos televisivos, puede brindarnos un beneficio si se le mira de forma racional y crítica, no hay que contemplar de manera pasiva los productos que la industria cultural nos lleva hasta nuestros hogares a través del televisor, esperando que resulte algo, ellos tiene por finalidad el consumo masivo, para su propio enriquecimiento, pero la intencionalidad de lucro por parte de las industria no afecta el beneficio que se

puede obtener de los objetos televisivos. Inclusive en el proceso de creación audiovisual los artistas de este medio desempeñan el papel del creador de la obra de arte que nos muestra una pieza de calidad y estética única, conectada con el televidente por medio de los contextos y temas que la sociedad le brinda.

El receptor posee la capacidad de entender los objetos televisivos al analizar de forma racional los programas arrojados por este aparato, pero este proceso de análisis incluye una posición alejada de los placeres de los sentidos, este resultado solo se puede obtener si el individuo en su capacidad asume una posición activa en el desarrollo de la recepción del objeto. Por eso, para la mejor apropiación de los contenidos televisivos es indispensable, que se la analice la televisión como ese instrumento, para observar el estado actual de la sociedad sin el miedo de caer en la desgracia hipnótica que merma nuestros sentidos y nos reduce a momias consumidoras ancladas en nuestras sillas, sin posibilidad de escapar. Por eso no ha que seguir durmiendo televisión si no despertar al observar televisión. ***“Despertar es la acción del que mira de forma activa la realidad de la sociedad a través del cuadrado mágico que es el televisor”.***

BIBLIOGRAFIA

- KOSUTH, J. (1977). *La idea como arte*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona
- BAL. M. (2004) *El esencialismo visual y el objeto de los estudios visuales*. Estudios visuales, #2 ,
- CANCLINI GARCÍA, Nestor (2001) *Culturas Híbridas*. Paidós España, edición.
- ROBERT DE VENTOS, Xavier. 2007 *Teoría de la sensibilidad*. Barcelona; Ed. Península.
- GOMBRICH, E.H. (2002). *Arte e Ilusión*. New York, Phaidon.
- ADORNO, Th. W (2004). *Teoría Estética*. Ediciones Akal, S. A. Madrid, España.
- ECO Umberto. (1998) *Apocalípticos E Integrados*. Edit. Lumen. Barcelona.
- MAZZIOTTI, N. (2006). *Telenovela: industria y prácticas sociales*. Edit. Norma. Bogotá
- MARTIN-BARBERO, Jesus German Rey. (1999) *Los Ejercicios Del Ver: Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Edit. GEDESIA.
- BAGGALEY, Jon D. DUCK, Steve W. *Análisis Del Mensaje Televisivo*. Edit. Gustavo Gil S.A. Barcelona.
- JAUSS, H.R. (2002) *Pequeña Apología De La Experiencia Estética*. Paidós Iberia S.A. Barcelona