

EL LENGUAJE DE LA TELENVELA DESDE EL ESTEREOTIPO Y LA MORALEJA

*Mireya Cisneros Estupiñán**, *Giohanny Olave Arias*** e *Ilene Rojas García***
Universidad Tecnológica de Pereira, Risaralda, Colombia

ABSTRACT

In this paper a review of some aspects of the telenovela "New rich, new poor" is presented from the stereotyping of language as a discursive strategy in their levels of hegemonic legitimization of social classes, positive self-esteem and in caricature self- presentation of complex social tensions and seeking of acceptance from the transmission of social morals. The article has been divided into three chapters: The repetition of patterns: between industry and social mediations, the linguistic stereotype: discursive and rhetorical mechanism for the spectacle of "approchement", and the soap opera: towards the transmission of morals.

* Mireya Cisneros es Magíster en Lingüística Española del Instituto Caro y Cuervo y Candidata a Doctora de la RUDE-COLOMBIA con sede en Popayán. Profesora Asistente de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Pereira.

** Giohanny Olave Arias e Ilene Rojas García son Licenciados en Español y Literatura y actuales estudiantes de la Maestría en Lingüística de la Universidad Tecnológica de Pereira.

KEY WORDS: Soap opera, moral teaching, stereotypical language, the language of soap operas.

RESUMEN

En este artículo documento se revisan algunos aspectos de la telenovela “*Nuevo rico, nuevo pobre*”, desde la estereotipación de la lengua como estrategia discursiva en sus niveles de legitimación hegemónica de clases, auto-presentación positiva y caricaturesca de tensiones sociales complejas y búsqueda de aceptación desde la transmisión de moralejas sociales. El tema se ha dividido en tres capítulos: La repetición de esquemas: entre la industria y las mediaciones sociales, El estereotipo lingüístico, mecanismo retórico y discursivo para el espectáculo del “acercamiento” y, la telenovela hacia la transmisión de moralejas.

PALABRAS CLAVE: Telenovela, moraleja, estereotipo lingüístico, lenguaje de la telenovela.

Este documento se articula con la averiguación que venimos adelantando al interior del grupo de investigación *Estudios del Habla y la comunicación* de la Universidad Tecnológica de Pereira, sobre la relación entre lengua y sociedad en la telenovela colombiana. Ha sido nuestro interés la reflexión desde los productos contemporáneos emitidos y comercializados con éxito en Colombia y otros países, es decir, aquellas telenovelas que han ingresado al mundo cotidiano del televidente resignificándolo como producto de la industria cultural en lo que Martín-Barbero (1998) denomina un “lugar fundamental para la introducción de hábitos y valores (que) permite ‘tomar el pulso’, desde un producto concreto, a las relaciones entre cultura, comunicación y una sociedad como la colombiana”.

En continuidad con un trabajo anterior sobre la telenovela *Los Reyes*¹, y motivados por la amplitud de investigaciones sobre la telenovela en Latinoamérica desde perspectivas diversas, en esta ocasión vamos a revisar

algunos aspectos de la telenovela *Nuevo rico, nuevo pobre*¹⁷, desde la estereotipación de la lengua como estrategia discursiva en sus niveles de legitimación hegemónica de clases, autopresentación positiva y caricaturesca de tensiones sociales complejas y búsqueda de aceptación desde la transmisión de moralejas sociales. La reflexión abordará la telenovela como “ficción y ritual de masas, (que) muestra los modelos de interacción social en los que se halla inmersa poniendo en escena una versión de la realidad a través del entramado de elementos que la constituyen” (Cisneros y otros, 2008), uno de los cuales que venimos considerando fundamental en los mecanismos de planeación, producción y recepción de la telenovela es el uso estereotipado de la lengua como mecanismo de “poder”.

La repetición de esquemas: entre la industria y las mediaciones sociales

La telenovela en Latinoamérica constituye un punto de interés central, por el impacto que ha alcanzado tanto a nivel cultural como industrial:

La telenovela es quizás el producto de origen latinoamericano que más se intercambia dentro de la región, y que más ampliamente se exporta al resto del mundo, incluyendo mercados en Europa occidental y oriental, en el sudeste asiático, y en los países árabes. No sólo eso, sino que es el producto que más muestra aspectos de los países de origen, sus paisajes, y sus gentes, con sus costumbres, problemas, pasiones y valores, ya sea ante los propios públicos nacionales o extranjeros. No porque necesariamente los muestre más que una novela impresa, o una pintura, sino por lo extenso de los públicos que consumen el género (Mato, 1999).

La relevancia en cobertura y profundidad del impacto de la telenovela le ha dado un claro protagonismo del que ella misma se ha hecho consciente y que le ha generado interrogantes sobre la relación entre sus intereses industriales y su incidencia en el público de masas.

De acuerdo con Martín-Barbero (1998): “lo que se produce en la televisión no responde únicamente a requerimientos del sistema industrial y a estrategias comerciales sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y los modos de ver”. Especialmente en la telenovela colombiana, los últimos productos destacados se caracterizan por situarse a medio camino entre los intereses comerciales de la industria de la televisión y los requerimientos sociales del público, evaluados desde la recepción de productos anteriores. Desde esa lógica del consumo, entendido como “*el conjunto de los procesos sociales de apropiación de los productos*” (Canclini, citado por Martín-Barbero, 1998), las productoras de telenovelas le apuestan a la repetición de formatos, no sólo porque “se repite lo que funciona” y “funciona lo que se repite”, sino también porque las dinámicas de apropiación de la telenovela han adquirido una dimensión de responsabilidad social que al mismo tiempo se convierte en el indicador de su valía y el garante de su legitimación: parece que la telenovela se ha (o le han) endilgado una cierta función de educar y transmitir valores morales, sociales y democráticos en boga, de manera que la tradicional “historia rosa” se ha redimensionado como transmisora de modelos políticos de equidad y justicia social.

Bajo esa directriz, la producción de telenovelas pasa por un paradigma de ruptura con los modelos tradicionales del melodrama a través de diversas estrategias en su concepción y comercialización; una de ellas, la que nos ocupa en el caso de *Nuevo rico, nuevo pobre*, como repetición de un esquema planteado por otras anteriores (*Los Reyes, Pedro el escamoso, Yo soy Betty, la fea, etc.*) es el de la incursión en la telenovela cómica, donde el género guarda los lugares comunes de su formato pero añade lo cómico en el uso de la lengua como herramienta eficaz de acercamiento al televidente, en función del sentido de la identificación, que deviene en fidelización y repetición de un estereotipo, (que) ha sido interpretado por Amigo Latorre (2007: 2-4) como una articulación de “lazos cognitivos y afectivos e imágenes proto y estereotípicas que le permiten dar sentido a la acción del media y de sus personajes más allá de lo estrictamente racional”, de manera que la identificación no acontece bajo la conciencia del espectador. Con la complicidad de

esa “inconciencia”, el uso de la lengua en la telenovela -resignificado a través de los lazos cognitivos y afectivos con el televidente-, adquiere el doble sentido de la norma y el modelo (Cisneros y otros, 2008), con ello, el televidente no va a concebir la telenovela como re-presentación de la realidad, sino como reflejo de la misma, obviando el marco ficcional y comercial de sus discursos.

En *Nuevo rico, nuevo pobre*, que repite de *Los reyes* el uso de la comicidad especialmente lingüística como herramienta, el televidente asiste a la comedia de las equivocaciones arquetípicas: el cambio de recién nacidos desde la cuna e intercambio de roles, el giro de la fortuna, la historia de amor y las llamadas “Oposiciones identificatorias” (lo noble y lo vulgar, lo masculino y lo femenino, lo colombiano y lo extranjero, lo moderno y lo tradicional, lo rural y lo urbano, etc.) que Martín-Barbero (1998) ubica al nivel de la Estructura del Imaginario en su modelo de análisis de la telenovela. Como lo afirma Arroyo (2005), este género se sitúa en un equilibrio entre anquilosamiento y novedad, igual que en los cuentos tradicionales, “en una dinámica de monotonía y cambio como la que señaló Propp al insistir en la repetición constante de ciertas funciones”. Para Arroyo, la repetición de los esquemas en la telenovela responde al “mero fin de que el público permanezca pasivo y hechizado ante la televisión, así como para que nuevos espectadores puedan “engancharse” al serial y entender la historia a pesar de que ésta esté ya avanzada. Sin embargo, entendemos con Martín-Barbero que no se trata de pasividad sino de relación-diálogo de imaginarios sociales entre el televidente y la telenovela, en una doble influencia o simbiosis entre ellos, en tanto que “la televisión no funciona sino en la medida en que asume -y al asumir legítima- demandas que vienen de los grupos receptores” (Martín-Barbero, 1998) y genera extrapolaciones (de conducta, habla, modelos e imaginarios) en ambos sentidos.

El humor, la hipérbole y la ridiculización de personajes y situaciones será el ingrediente destacado sobre las estructuras lógicas del relato tradicional y repetido como fórmula ganadora; dentro de ella, será imprescindible dotar a las producciones de un típico “sabor local”, muchas veces artificioso por

exagerado, es decir, la puesta en escena de elementos que identifican y diferencian una parcela particular del mundo. Desde este punto de vista, Cervantes (2005) explica que “la industria de la televisión ha creado, además del género, modelos de historia y de personajes arquetípicos para la telenovela: Martín-Barbero (1998) lo califica como una “esquemización que se da en el manejo de personajes planos, desprovistos de toda psicología y que son simplemente símbolos heredados de la novela negra (el traidor), la epopeya (el justiciero), la tragedia (la víctima) y la comedia (el bobo). Y una polarización reducida a los valores del bien y el mal manifiestos a través de estos personajes”.

El corte transversal de lo cómico sobre la historia y los personajes en *Nuevo rico, nuevo pobre* y en producciones anteriores que siguen este esquema, se constituye en herramienta que sirve para crear un sentido de lo local-identitario y una empatía con el espectador desde la burla, la parodia y la ridiculización. El llamado “sabor local” viene definiéndose desde esta concepción del humor como “gancho” y persuasión: la consigna generada o construida por la teleaudiencia y las productoras es la de “burlarnos de lo que somos”, asumiendo que ese “ser así” (mostrado desde la hipérbole) es una condición heredada e inmutable, de la que una suerte de orgullo cómico la exime de cualquier reflexión o razón de cambio.

El estereotipo lingüístico, mecanismo retórico y discursivo para el espectáculo del “acercamiento”

Ahora bien, dentro de “lo cómico” en *Nuevo rico, nuevo pobre*, lo más destacado será el uso de la lengua en razón de que a través de ella, del estereotipo lingüístico, se vehicula la legitimación de un modelo mental de realidad dirigido a presentar el espectáculo del *acercamiento* o *nueva sensibilidad de las masas* (Cervantes, 2005). Al respecto, Cervantes (2005) advierte que “no es un azar que el encuentro de los grupos marginados con la clase alta se haya convertido en el espectáculo de las telenovelas, y que en ellas la clase popular, el género femenino y las diferentes etnias logren una

mayor representación". Sin embargo, la puesta en escena de esos grupos marginados en la telenovela está cruzada por la estereotipación de sus modos de ser, marco burlado de acciones donde el acercamiento ya no es encuentro dialógico entre dos visiones del mundo sino simulación, banalidad y broma.

En *Nuevo rico, nuevo pobre*, el uso de la lengua aplica un modelo simple de estratificación de la lengua desde una visión llana de la realidad: ricos-lengua estilizada; pobres-lengua vulgar, que refuerza imaginarios socio-económicos y culturales de *statu quo*, igual que en la telenovela *Los Reyes*: "el televidente asiste a un contacto entre usos estigmatizados de la lengua, provenientes de estereotipos del habla prestigiosa frente al habla estigmatizada. Aquí, estereotipos del habla se refiere a todos aquellos usos que los telespectadores asocian directamente con la pertenencia a un grupo social determinado" (Cisneros y otros, 2008).

La trama de la telenovela hace que los personajes centrales (Brayan Galindo y Andrés Ferreira) intercambien sus condiciones socioeconómicas, lugares y relaciones sociales y afectivas; en todos los niveles, el intercambio encontrará tensiones alrededor del uso que los personajes hacen de su lengua, desde el mismo cruce de apellidos: tanto el "nuevo rico" (Brayan Ferreira) como el "nuevo pobre" (Andrés Galindo) hallarán descontextualizada su forma de hablar, pero insistirán en conservarla y usarla sin ningún asomo de conciencia sobre estos desfases.

A través de los usos estereotipados de la lengua se caracteriza a los personajes centrales y secundarios de la telenovela. Así, los rasgos que corresponden al temperamento de los personajes están relacionados directamente con su escala social y, por tanto, con su uso de la lengua. De esta manera, esos usos estigmatizan pues evidencian una equivalencia simplista y un círculo vicioso entre el decir, el hacer y el ser.

Personaje	Brayan Galindo
Papel en la trama	Co-protagonista. Será el “nuevo rico” cuando su madre biológica (que él no conoce) decida intercambiar su forma de vida con la de su otro hijo rico.
Usos estereotipados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Transgresión cómica de la norma lingüística ▪ Dichos, refranes y exageraciones ▪ Vulgarismos ▪ Apelativos ▪ Apodos ▪ Extranjerismos burlados ▪ Redundancias ▪ Jergas y argot ▪ Ritmo rápido y sin pausas al hablar ▪ Timbre de voz alto
Estrato socioeconómico	Bajo
Características	Es un campesino joven que emigra a la ciudad. Es flojo para trabajar, de baja inteligencia y sin estudio, desagradecido con su padre, ordinario, brusco y rústico en sus maneras de comportarse. Su carácter es jovial y jocosos. Es enamoradizo y espontáneo.
Personaje	Andrés Ferreira
Papel en la trama	Co-protagonista. Será el “nuevo pobre” cuando su madre adoptiva decida intercambiar su forma de vida con la de su otro hijo pobre.
Usos estereotipados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estilizado ▪ Construcciones gramaticales más cercanas a la escritura que a la oralidad ▪ Extranjerismos ▪ Ritmo lento y pausado al hablar ▪ Timbre de voz bajo, gutural.
Estrato socioeconómico	Alto
Características	Es serio, inteligente y adicto al trabajo; se encuentra en la madurez intelectual y en la cima laboral. Tiene su vida programada, lo que hace que tenga una relación fría con su mamá. Su carácter es introvertido, agresivo y explosivo. Se muestra orgulloso y arrogante.
Personaje	Antonia de Ferreira
Papel en la trama	Co-protagonista. Madre de Brayan y Andrés, decidirá intercambiar la forma de vida de sus hijos años después, cuando se entera del error cometido por una enfermera en el hospital cuando ellos nacieron.

Usos estereotipados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estilizado ▪ Construcciones gramaticales más cercanas a la escritura que a la oralidad ▪ Extranjerismos ▪ Ritmo lento y pausado al hablar ▪ Timbre de voz bajo, gutural.
Estrato socioeconómico	Alto
Características	Elegante, seria y amable. Al morir su esposo, asume la presidencia de MundoExpress, empresa multinacional de envíos y negocio lucrativo de la familia. Su carácter es ecuánime y reflexivo, planificador y bondadoso. Muestra preparación intelectual y estrato socioeconómico alto.

Personaje	Rosmery Peláez
Papel en la trama	Co-protagonista. Novia de Brayan y luego de Andrés. Conformar la pareja para la historia de amor de la telenovela.
Usos estereotipados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Transgresión cómica de la norma lingüística ▪ Dichos, refranes y exageraciones ▪ Vulgarismos ▪ Apelativos y diminutivos ▪ Dialecto bogotano ▪ Extranjerismos burlados ▪ Redundancias ▪ Jergas y argot ▪ Ritmo rápido y sin pausas al hablar ▪ Timbre de voz alto
Estrato socioeconómico	Bajo
Características	De origen humilde, risueña, enamorada, fiel, dedicada a su familia. Es la heroína sentimental, pura e inocente, aunque emprendedora. Su carácter es jovial y laborioso.

Personaje	Fernanda Sanmiguel
Papel en la trama	Antagonista. Modelo de la empresa de los Ferreira. Se aliara con Mateo para apoderarse de la fortuna familiar, fingiendo amor tanto por Andrés como por Brayan.
Usos estereotipados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estilizado ▪ Extranjerismos ▪ Dialecto costeño ▪ Timbre de voz alto
Estrato socioeconómico	Alto
Características	Modelo cotizada, engreída, manipuladora y materialista. De poca inteligencia y estudio, facilista y malvada. Se muestra superficial y mimada.

Personaje	Mateo López
Papel en la trama	Antagonista. Sobrino de Antonia, quiere apoderarse de la fortuna de los Ferreira, le hará la vida imposible tanto a Brayan como a Andrés.
Usos estereotipados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estilizado y acartonado ▪ Construcciones gramaticales más cercanas a la escritura que a la oralidad ▪ Ritmo lento y pausado al hablar ▪ Timbre de voz bajo, gutural.
Estrato socioeconómico	Alto
Características	Envidioso y ambicioso, se muestra oportunista y mentiroso según su conveniencia. Su temperamento es fuerte y explosivo, muy calculador y frío.

El *acercamiento* entre los ricos y los pobres, como espectáculo de la desentronización y asignación de un orden inverso al mundo que propone esta telenovela, resulta reforzando el imaginario sociocultural de las diferencias insalvables entre estratos económicos, una brecha abierta en razón de la validación de unos usos de la lengua y su prestigio sobre otros. A continuación se ejemplificarán estos discursos de acercamiento a través de algunos diálogos tomados de la telenovela², elegidos por la intervención de personajes (modelos estereotipados) ricos y pobres en diferentes contextos de enunciación:

EJEMPLO 1	
Situación	Cena en un restaurante lujoso y, posteriormente, ingreso a un apartamento igual de ostentoso.
Participantes	Brayan Ferreira y Carlos (antagonista secundario)
Finalidades	El antagonista pretende engañar a Brayan haciéndole creer que es un buen amigo y que puede confiar en él, a pesar de las diferencias en cuanto a las maneras “cultas” de habla y conducta. En realidad se encuentra interesado en arrebatarle la fortuna aprovechándose de su ignorancia-inocencia (estereotipo).

<p>Secuencia de actos</p>	<p>Carlos: <i>(Risa moderada, fina y fingida)</i> No me divertía tanto desde que hice mi PhD en Harvard</p> <p>Brayan: ¡Ahh! Yo sí sabía que eso de HP es porque vienes de Harvard... (...)</p> <p>Brayan: ¡Uy, Carlangas!, ese Galindo es mucho tilín tilín y nada de paletas, se cree mucho café con leche.</p> <p>Carlos: Tienes razón, ese Andrés sí es un paquete chileno</p> <p>Brayan: <i>(En un tono de voz muy alto y fingiendo acento argentino burlesco):</i> No, lo que es es un paquete argentino... (...)</p> <p>Carlos: ¿Entonces te vas a hospedar en un hotel?</p> <p>Brayan: Nada, no tengo gara. Me va a tocar en el hotel de Lucho: el hotel-ucho <i>(carcajada fuerte)</i>. ¿O qué me recomiendas?</p> <p>Carlos: El de Guillerem-otel. <i>(carcajada acartonada)</i>. O te llevo a un apartamento reservado para los altos ejecutivos.</p> <p>Brayan: ¿Te estás burlando de mí? Yo sí soy ejecutivo pero soy bajito <i>(carcajada fuerte)</i>. (...)</p> <p>Carlos: ¡Hombre! Cómo me duele verte así lesionado, con esa animadversión de tu familia</p> <p>Brayan: ¡Venga acá un abrazo rompehuesos! Pero respetuoso, ¿vale? (...)</p> <p>Carlos: Bienvenido a tu nuevo apartamento, Mister Braian</p> <p>Brayan: ¡Uy juemadre! Pero severo rancho el que tienes Es que a veces mi Dios le da pan al que no tiene dientes, pero yo sí, vea, <i>(muestra los dientes en un gesto exagerado)</i> yo soy piraña cuando veo la oportunidad. (...)</p> <p>Brayan: Carlangas muchas gracias, se me agrió el ojo porque en este momento estoy más solo que la una.</p> <p>Carlos: Está bien. ¡Con tal de que no se te moje la canoa!</p>
<p>Clave</p>	<p>El personaje que representa el estrato sociocultural bajo utiliza un tono de voz alto y jocoso, hace bromas constantemente y exagera sus gestos grotescamente para acompañar sus palabras, es altamente expresivo, espontáneo y lenguaraz. El personaje de estrato alto utiliza un tono más formal y serio, aunque accede a las bromas del interlocutor bajo sus intereses.</p>

Instrumentos	El habla del pobre está matizada por los juegos de palabras, la transgresión cómica de la norma lingüística, uso de vulgarismos, apelativos, refranes y burla a extranjerismos, además utiliza ritmos rápidos y sin pausas al hablar, con apariencia de improvisación y espontaneidad; en contraste, el rico habla formal, calculada y pausadamente, usa extranjerismos, tanto en su habla como en su conducta (aun en su risa) se muestra artificioso y acartonado, con un código más cercano a la escritura planificada que al uso oral. Por sus intenciones en la trama, el personaje rico pretende imitar el uso de la lengua del pobre mezclando con sus cultismos algunos juegos de palabras y dichos populares, conservando la postura de poder en lo paralingüístico y extralingüístico, que lo caracteriza.
Normas	El personaje de estrato bajo ignora las normas sociales de etiqueta presupuestas en el contexto de enunciación, frente a la vergüenza y el esfuerzo que hace el personaje de estrato alto por pasar desapercibido en el lugar y conservar su estatus dominante.
Género	Conversación informal

EJEMPLO 2	
Situación	Celda de una cárcel donde hablan secretamente unos presos. Uno de los personajes escucha detrás de una pared y es sorprendido espiando.
Participantes	Miller Afanador (secundario), maleantes y guardia.
Finalidades	Miller ha sido atrapado por unos maleantes escuchando sus planes de fuga, así que quieren intimidarlo para que no los delate.
Secuencia de actos	<p><i>Maleante:</i> Cayetano pues, no se vaya a poner de sapo que se las cobro al doble...</p> <p><i>Miller:</i> No, papá, yo no voy a cantar nada, ¿sabe qué? Yo me te-suer antes de que meta en saperoco papá. Pero prometamen...</p> <p><i>Guardia:</i> (interrumpiendo sorpresivamente con voz firme) ¿Cuál es la cuchicheadera que tienen aquí? (...) ¡Me dejan el romance para otro día! ¡Dispérsense, carrera, marrrrrr!</p> <p><i>Miller:</i> Uy, papá, espícheme el botón que yo me abro, como el paraguas. ¡Chao que huele a pescao!</p>

Clave	Los personajes son representaciones de la autoridad frente al sometimiento. El tono de expresión del guardia es firme, fuerte y sin inflexiones, lo que le confiere su posición de poder. Los demás personajes se expresan en voz baja y secretamente, en tono de amenaza y de temor, mediado por el elemento cómico.
Instrumentos	En los presos domina la transgresión cómica de la norma lingüística y los juegos de palabras que dan plasticidad a la lengua, también desde los giros dialectales, el acento y ritmo particulares asociados a las zonas marginales de Bogotá. El habla del guardia no presenta transgresión de la norma y se realiza desde la autoridad, incluyendo estereotipos fonéticos sociolectales del habla militar.
Normas	El personaje que representa la autoridad está en poder de interrumpir los turnos de habla de la conversación secreta de los presos, así como de impartir órdenes y regular la situación de habla.
Género	Conversación secreta interrumpida

EJEMPLO 3	
Situación	Patio de una cárcel en la hora del descanso, los personajes deambulan por los alrededores en grupos o solitarios.
Participantes	Andrés Galindo y maleantes
Finalidades	Los maleantes quieren intimidar a Andrés, recién llegado a la cárcel. Él no quiere discutir, pero se exalta fácilmente por su carácter.
Secuencia de actos	<p><i>Andrés: Yo no estoy buscando problemas así que ¡Déjenme en paz!</i></p> <p><i>Maleante 1: Vea vea, ¿sabe qué es lo que más mal me cae de usted? Esa elegancia que se gasta pa'todo.</i></p> <p><i>Andrés: Yo no quiero ser grosero, pero si me obligan voy a tener que serlo...</i></p> <p><i>Maleante 2: (empujándolo y a punto de darle un golpe) ¡Quiere que le desordene esa cara, lindo? ¡Vea! ¡Tome pa'que lleve!</i></p>

Clave	Los personajes que representan el estrato socioeconómico bajo manifiestan un tono de voz y acento asociado a las zonas marginales de Bogotá. El objetivo de la intimidación se acentúa a través del gesto de amenaza y otros elementos extralingüísticos (apariencia física, vestido, etc.). El personaje de estrato alto conserva una formalidad (tanto en el habla como en la conducta) descontextualizada y caricaturesca, y expresa su firmeza desde la imposición de órdenes y advertencias.
Instrumentos	Habla estilizada con señales de agresividad pasiva en el personaje rico, frente al habla coloquial con agresividad abierta, código restringido, uso de apelativos ofensivos y giros dialectales en los pobres.
Normas	La asociación que se establece es simple: los ricos son buenos, formales y correctos, aunque caigan en desgracia, y están en posición de exigir respeto y pleitesía, mientras que los pobres son maleantes peligrosos e irracionales, que justifican un acto violento desde la incomodidad que les suscita la presencia (“elegancia”) del rico.
Género	Provocación y agresión verbal, previa agresión física.

EJEMPLO 4	
Situación	Momento de trabajo en las oficinas de Mundoexpress, la empresa de los Ferreira. Los personajes se encuentran reunidos junto al escritorio de una secretaria.
Participantes	Antonia de Ferreira, secretaria y guardia personal de Antonia.
Finalidades	Antonia, su guardia personal y una secretaria critican la actitud de Brayan por haber enviado injustamente a la cárcel a su hermano Andrés.

<p>Secuencia de actos</p>	<p><i>Secretaria: (alterada, en tono de voz alto) ¡Es que Brayan tiene que dejar de ser tan bestia!</i> <i>Antonia: (tranquila) Sí, tiene que recapacitar y entender que todo es un malentendido.</i> (...) <i>Antonia: Hugo, por favor, te pido encarecidamente que dejes este caso en manos de las autoridades competentes. No quiero que expongas tu vida por ayudarnos.</i> <i>Hugo: Discúlpeme señora Antonia por lo que le voy a decir, pero le ruego de mil maneras que no insista en que haga eso.</i></p>
<p>Clave</p>	<p>El personaje que representa el estrato socioeconómico bajo (secretaria) habla en un tono de voz alto haciendo un reproche retórico para un tercero ausente, Antonia, personaje de estrato alto, “traduce” el mismo reproche en un tono formal que recuerda algunos giros de habla típicos de la telenovela tradicional, bajo el rigor del acartonamiento. El tercer personaje, un guardia personal que se ubicaría en un estrato medio, utiliza un tono formal imitativo que redunda y exagera la distancia social de respeto y admiración entre él mismo y su jefe Antonia.</p> <p>La imagen que proyecta el personaje pobre es de impulsividad e irracionalidad, que se deja llevar por las emociones del momento y lo expresa espontáneamente. Por el contrario, el personaje rico se muestra estilizado en su habla, aun frente a alguna situación de angustia, no pierde una aparente postura de lo correcto y reflexivo.</p>
<p>Instrumentos</p>	<p>Giro dialectal del personaje pobre, frente al uso formal del rico, más cercano al código oral que al escrito, por su estilización, planeación y artificiosidad.</p>
<p>Normas</p>	<p>El habla del rico, mediada por la posición jerárquica superior en la trama de la telenovela, se proyecta como modelo de actuación al permitirse corregir al pobre parafraseando sus líneas de la manera “correcta”, desde la formalidad y estilización del habla; así como desde la imitación de la que es objeto por parte del personaje de estrato medio.</p>
<p>Género</p>	<p>Diálogo-comentario colectivo con juicios de valor</p>

EJEMPLO 5	
Situación	Transporte en una buseta de servicio público en movimiento, atiborrada de gente. Los personajes se encuentran sentados pero están siendo empujados por aquellos que están de pie.
Participantes	Mateo López (antagonista) y Héctor (secundario, cómplice).
Finalidades	Héctor, personaje pobre, quiere mostrarle la incomodidad a la que están acostumbrados los pobres en las busetas, así como burlarse de Mateo por su arrogancia en un momento en el que está venido a menos.
Secuencia de actos	<i>Mateo: ¡Oiga! ¿Es que tiene que echárseme encima? ¡Quite!</i> <i>Héctor: Y espere y virá que lleguemos a la Primero de mayo pa' que se dé cuenta cómo es que es esto: cachete con cachete, pechito con pechito y ...glúteo con glúteo.</i>
Clave	El personaje que representa el estrato socioeconómico bajo adopta un tono cómico de burla que se acentúa con el disgusto y agresividad del personaje que representa el estrato alto. Aquí, los pobres son bromistas, ordinarios, fastidiosos e inoportunos, mientras que los ricos son escrupulosos e irritables.
Instrumentos	Lengua coloquial e imprudente del pobre con uso de vulgarismos frente al registro formal y agresivo del rico.
Normas	El rico está en capacidad de mandar y gritar al pobre, por la exaltación de su temperamento y la incomodidad de la situación; el pobre responde a la agresión con un juego cómico de palabras.
Género	Discusión y desacuerdo oral.

La telenovela hacia la transmisión de moralejas

El esquema que perpetúa la telenovela *Nuevo rico, nuevo pobre* no sólo da continuidad a una estrategia comercial basada en lo cómico estereotipado del habla, sino que también devela una función transmisora de valores a partir del *acercamiento* que propone con los personajes como representantes de dos clases sociales polarizadas. Esto es así en función de esos “requerimientos sociales” a los que alude Martín-Barbero al analizar el devenir de la telenovela desde sus procesos culturales. También Cervantes (2005) ha llamado la atención sobre la función social de reivindicación de las identidades marginadas en la telenovela colombiana, función que deviene en estereotipación de esas mismas identidades y que parece estar más encaminada hacia la fórmula de la *moraleja social* transmitida bajo el sesgo de la lógica comercial.

La *moraleja social* se entenderá, pues, como una estrategia en forma de juicio de valor enviado desde la planeación, producción y difusión publicitaria de la telenovela colombiana, que resuelve las problemáticas complejas de exclusión socioeconómica y las tensiones cotidianas en la relación entre élites y marginados, a través del facilismo de la ficción y que le permite al televidente, a la manera del cuento de hadas tradicional, esperar el final feliz, el castigo de los tiranos y la justa compensación de las acciones tanto bondadosas como perversas: “A medida que el final de la historia se va acercando, los motivos propios del género se intensifican, porque todo lo relacionado con el mundo exagerado y pasional en el que vive la pareja se va imponiendo a la lógica social. Y así, en el momento final de la boda, todos los aspectos realistas quedan suspendidos por la verosimilitud propia de los cuentos maravillosos”. (Arroyo, 2005).

Así es que en *Nuevo rico, nuevo pobre* se presentan, como lema de base y canción del cabezote, frases propias de la sabiduría popular, como “Nadie sabe lo que tiene hasta que lo pierde”; “la vida es una ruleta y nadie sabe dónde acaba”; o “lo bueno pa’ uno hoy es malo pa’l otro”. En la sinopsis

que publica la programadora en Internet se revela tempranamente este sentido de la moraleja, que además de su función tradicional en el relato le sirve ahora a la telenovela como gancho publicitario en tanto que hace parte de un esquema de garantizada aceptación en la teleaudiencia.

Con insistencia se le presenta al futuro seguidor de la telenovela el hecho de que “se les dará una lección” de vida a unos personajes que deben “aprender a valorar” lo que tienen, es decir que la naturaleza modeladora y transmisora de valores está clara desde el principio. Este tipo de mensajes ya no se dirigen al individuo televidente, sino a la familia, porque “la cotidianidad familiar media los usos sociales de la televisión. Como también lo ha destacado aquella línea de investigación conocida como “etnografía de audiencias”, la familia (y no el individuo) es la unidad básica del consumo televisivo” (Sunkel, 2002). Bajo el “leitmotiv” del castigo, *Nuevo rico, nuevo pobre* estructura su contenido y asegura la conversión de los “malos” en “buenos” y de los “buenos” en “mejores”: Andrés Ferreira se transforma en un sensible altruista cuando fuera un ejecutivo antipático; y Brayan Galindo pasa de ser pobre a rico porque así “estaba destinado” y porque es víctima de las circunstancias (ver subrayados), aunque su carácter holgazán y cómodo lo acompañen durante toda la telenovela, porque esta es su “personalidad” validada por el elemento cómico.

A manera de conclusión

La moraleja social en *Nuevo rico, nuevo pobre* repite el formato de telenovelas anteriores donde cada quien recibe, tarde o temprano, lo que se merece: dinámicas de la recompensa y el castigo que inician con un golpe de suerte, un giro inesperado o la justicia de un destino divino que soluciona cualquier conflicto de orden socioeconómico; conflictos fuertemente concebidos como reflejo fidedigno de la realidad colombiana, pero resueltos desde el facilismo simpático, cómico e irreal de la telenovela.

La telenovela aplica un modelo simple de estratificación del lenguaje desde una visión llana de la realidad –ricos: lenguaje estilizado; pobres:

lenguaje vulgar- que refuerza imaginarios socio-económicos y culturales estéticos en los televidentes. Así el contexto, como modelo mental de la realidad del televidente, es controlado desde el discurso hegemónico de clases y reforzado desde el estereotipo: en la telenovela, los usos lingüísticos de los personajes no evolucionan, (aun escalando otra posición social) pues representan esquemas fijos identitarios. Lo que convoca y refuerza este discurso hegemónico es desplazado o “suavizado” por sus elementos externos: el humor, la simpatía y el drama.

Los televidentes incorporan estereotipos lingüísticos en sus contextos de enunciación desde la cotidianidad de sus prácticas, condicionando estos usos al contrato discursivo establecido con sus enunciatarios (pares de teleaudiencia, pertenencia a grupos y situaciones de habla informales) hacia una construcción identitaria, también incorporada en el plan estratégico de la telenovela. Sin embargo, se observa que los usos lingüísticos adoptados de las telenovelas se constituyen en “modas lingüísticas” y no siempre generan “cambio lingüístico”. Estas “modas” se repiten en la aparición de nuevas telenovelas, conservando la estereotipación del lenguaje como estrategia discursiva y variando los recursos de identificación, de recordación y de control.

NOTAS

1. La telenovela “Los Reyes” se transmitió por RCN Televisión entre 2005 y 2006. Sobre esta telenovela está en prensa el artículo Cisneros, Olave y Rojas (2008), “Telenovela y uso social de la lengua” en: Revista Hablas y decires de la Facultad de Comunicación de la Universidad Santiago de Cali, Colombia.
2. Tomaremos como ejemplo los capítulos de la telenovela de Caracol Televisión, 2007-2009, titulada “Nuevo rico, nuevo pobre”, emitidos entre febrero 15 y 23 de 2008, específicamente registrados para anexar al corpus audiovisual de telenovelas colombianas.

3. Capítulos emitidos entre febrero 15 y 23 de 2008

BIBLIOGRAFÍA CITADA

Amigo Latorre, Bernardo (2007). *La telenovela desde la recepción: la dimensión espectral como dimensión de uso de la ficción*. En: http://fcom.altavoz.net/prontus_fcom/site/artic/20070417/asocfile/20070417102026/14_bernardo_amigo.pdf [Consultado mayo de 2007]

Arroyo Redondo, Susana (2006). "La estructura de la telenovela como relato tradicional". *Culturas Populares. Revista Electrónica* 2, 20pp. Disponible en: <http://www.culturaspopulares.org/textos2/articulos/arroyo1.pdf> {Consultado julio de 2008}.

Cervantes, Ana Cecilia (2005). "La telenovela colombiana: un relato que reivindicó las identidades marginadas". En: *Revista Investigación y Desarrollo*, Vol. 13, No. 2. Disponible en: http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/invest_desarrollo/13-2/3_La%20telenovela%20colombiana.pdf {Consultado julio de 2008}.

Cisneros, Mireya; Rojas, Ilene y Olave, Giohanny (2008), "Telenovela y uso social de la lengua" en: *Revista Hablas y decires de la Facultad de Comunicación de la Universidad Santiago de Cali, Colombia*.

Martin-Barbero, Jesús (1998). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Santa Fe de Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Mato, Daniel (1999). "Telenovelas: transnacionalización de la industria y transformaciones del género", artículo publicado en: Canclini, Néstor García y Moneta, Juan, coords. (1999), *Industrias Culturales e Integración Latinoamericana*, Buenos Aires: EUDEBA.

Sunkel, Guillermo (2002). "Una mirada otra. La cultura desde el consumo". *En libro: Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Daniel Mato (compilador). Caracas: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Disponible en: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc>, http://www.canalcaracol.com/plant_contenido.asp?hid_id_menu=252

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

Areiza, Rafael; Cisneros, Mireya; Tabares, Luis (2004), *Hacia una nueva visión sociolingüística*, Bogotá: Ecoe.

Ávila, Raúl (2000), "Telenovelas, audiencias, nivel de comprensión" Ponencia presentada en el Simposio "El lenguaje de las telenovelas", México: El Colegio de México, octubre 31 de 2000.

Aguaded, José Ignacio. "El discurso televisivo: los fundamentos semiológicos de la televisión". En: <http://tecnologiaedu.us.es/edutec/2libroedutec99/libro/5.1.htm> [Consultado mayo de 2007].

Calsamiglia, Helena y Tusón, Amparo (1999). *Las cosas del decir, manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.

Cisneros, Mireya (2003). "Breve aproximación al estudio del lenguaje en la telenovela colombiana". En: *Revista Litterae*, No 12, Bogotá: Asociación de ex alumnos del Seminario Andrés Bello del Instituto Caro y Cuervo.

Hymes, Dell (1972) *La etnografía de la comunicación*. New York: Basil Blackwell,.

Martin-Barbero, Jesús y Muñoz, Sonia (1992). *Televisión y melodrama*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.

----- y Rey, Germán (1999). *Los ejercicios del ver*, Gedisa: Barcelona.

Martínez, Betty; Muñoz, Clarena y Asqueta, María Cristina (2006). *Érase una vez... Análisis crítico de la telenovela*. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios.

----- "¿Poder del discurso o discurso del poder? Una propuesta para el análisis crítico de la telenovela". En: Luis A. Ramirez P. y Gladis L. Acosta V. (comp.) *Estudios del discurso en Colombia*. Medellín: Universidad de Medellín, ALED, 2005.

Moreno, Marcelo. Aproximación a la telenovela. En: http://antroposmoderno.com/antro_articulo.php?id_articulo=479 [Consultado mayo de 2007].

Pérez tornero, J. M. (1994). *El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio*. Paidós: Barcelona.

Pardo, Maria Laura. *El texto híbrido: Una ejemplificación a través de la telenovela latinoamericana*. En: [http://discurso.org/cursoverano/El texto h%EDbrido.pdf](http://discurso.org/cursoverano/El_texto_h%C3%EDbrido.pdf) [Consultado en octubre de 2006].

Van Dijk, Teun (2000). *Ideología*. Barcelona: Gedisa.