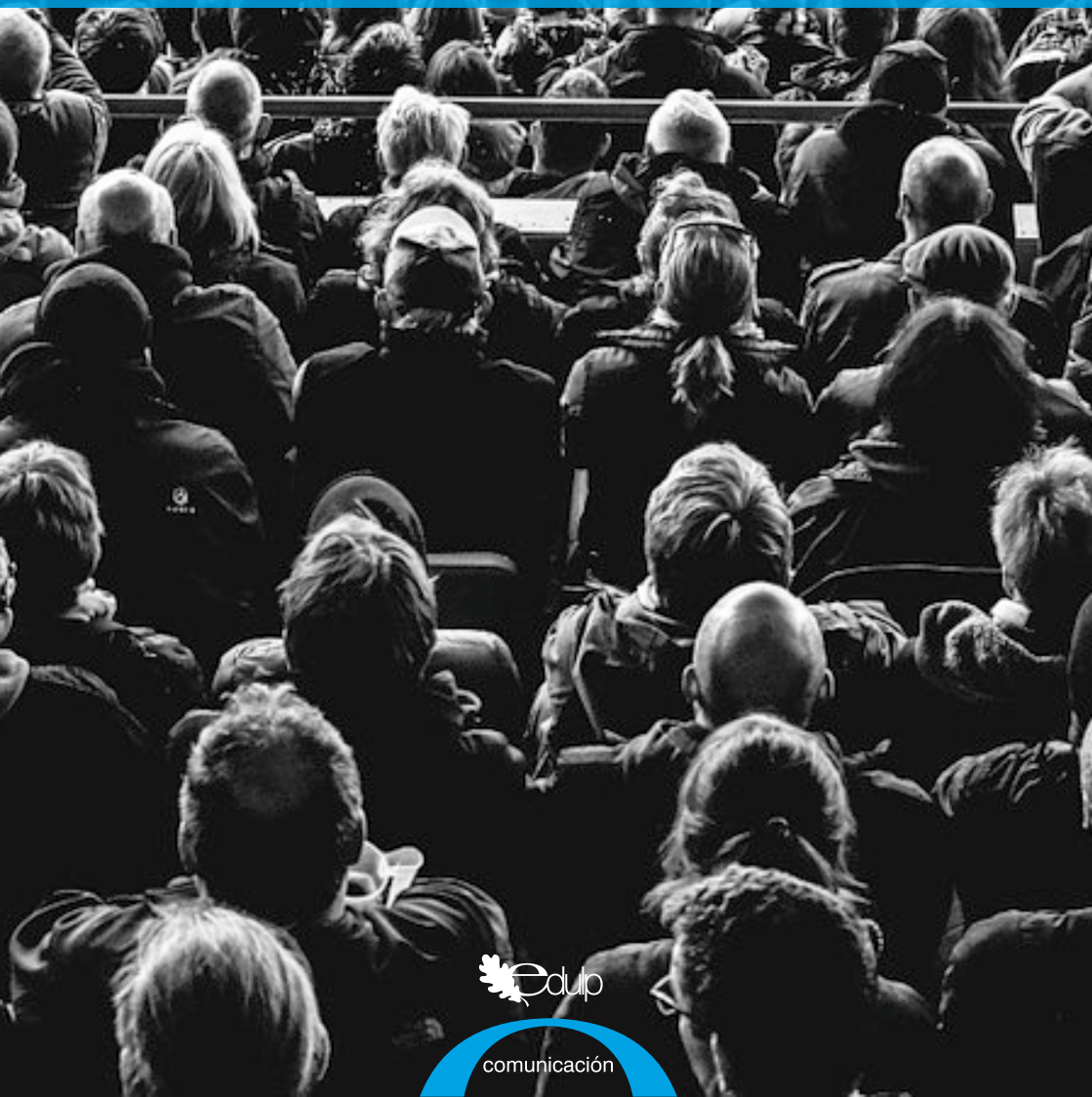




FLORENCIA SAINTOUT (compiladora)

# Públicos

Aproximaciones empíricas  
desde la Comunicación en Argentina



comunicación

**Instituto de Estudios Comunicacionales  
en Medios, Cultura y Poder (INESCO)  
“Aníbal Ford”**

Directora  
**Florencia Saintout**

Subdirector  
**Alfredo Alfonso**

Coordinadora  
**Rocío Quintana**



**FACULTAD DE PERIODISMO  
Y COMUNICACION SOCIAL**  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA



**INSTITUTO DE ESTUDIOS  
COMUNICACIONALES  
ANÍBAL FORD**

# **PÚBLICOS**

## **Aproximaciones empíricas desde la Comunicación en Argentina**

Directora  
**Florencia Saintout**

Coordinadoras  
**Rocío Quintana**  
**Giuliana Pates**

Publicación con referato

AUTORES

Víctor Arancibia y Alejandra Cebrelli  
Libertad Borda  
Brenda Focás  
Alejandra García Vargas, Verónica Ficoseco, Melina Gaona, Andrea  
López y Gonzalo Federico Zubia  
Hugo Lewin  
Fabiana Martínez y Marcela Sgammini Marina  
Moguillansky  
Vanina Papalini y Emanuel Niño  
Carlos Rusconi  
Lucía Zovich

*En memoria del querido compañero Víctor Arancibia*

**SERIE DISCURSO MEDIÁTICO Y PRÁCTICAS CULTURALES**



Públicos: aproximaciones empíricas desde la comunicación en Argentina / Victor Arancibia ... [et al.] ; coordinación general de Giuliana Pates ; Rocío Quintana ; dirigido por Florencia Saintout. - 1a ed. - La Plata : Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, 2016.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-950-34-1406-4

1. Comunicación. I. Arancibia, Victor II. Pates, Giuliana, coord. III. Quintana, Rocío , coord. IV. Saintout, Florencia, dir.

CDD 302.2

## **Públicos**

### **Aproximaciones empíricas desde la comunicación en Argentina**

**Dirigido por:** FLORENCIA SAINTOUT

**Coordinación general:** ROCÍO QUINTANA Y GIULIANA PATES

Revisión de textos por FPyCS UNLP: María Eugenia López



EDITORIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA (EDULP)

47 N.º 380 / La Plata B1900AJP / Buenos Aires, Argentina

+54 221 427 3992 / 427 4898

edulp.editorial@gmail.com

www.editorial.unlp.edu.ar

Edulp integra la Red de Editoriales de las Universidades Nacionales (REUN)

Primera edición, 2019

ISBN N.º 978-950-34-1406-4

Queda hecho el depósito que marca la Ley 11723

© 2019 - Edulp

# LAS LECTORAS DEL GÉNERO ROSA Y LOS IMAGINARIOS DEL AMOR. CIRCULACIÓN Y RECEPCIÓN DE LAS NOVELAS DE FLORENCIA BONELLI

---

VANINA PAPALINI Y EMANUEL NIÑO<sup>92</sup>

En abril de 2011 se llevó a cabo la presentación de *Caballo de fuego. París* en el salón principal del Hotel Sheraton de la ciudad de Córdoba. Ciertamente, la presentación fue una estrategia más de comercialización para que la obra se venda en el mercado, pero también fue una maravillosa oportunidad para que se realice “en presencia” (Papalini y Rizo, 2012: 19) ese contacto tan cercano que parece existir entre la autora, Florencia Bonelli, y sus lectoras y lectores. Había varias mesas donde las obras eran expuestas, tentando al público a comprar por impulso. El valor del libro no era insignificante para un salario promedio; sin embargo, se vendió mucho.

En un auditorio colmado, tuvimos trato directo con las lectoras de estas novelas. El espacio de la cita, por sí mismo, podría haber desalentado a un público poco habituado a circuitos “5 estrellas”, pero no fue el caso. La charla entre la novelista y una periodista que ofició de

---

92 Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad, CONICET y Universidad Nacional de Córdoba.

presentadora duró alrededor de una hora. Bonelli habló de su labor como escritora, los desafíos y dificultades que conlleva producir una novela y el modo en que construye a sus personajes. Luego respondió las inquietudes del público asistente. Alguien que se identificó como Natalia contó que se llevaba dos libros para el fondo de una biblioteca popular de “un pueblito chiquito de Santa Fe”. Comentó que no sabía cómo iba a hacer para que las mujeres del lugar no se pelearan por ellos. Otra lectora tomó la palabra; Silvina, de Venado Tuerto, contó que ese mes se propiciaría el club de lectura de Florencia Bonelli en la biblioteca de la que era socia. Incluso dos hombres hablaron. Uno de ellos se presentó como Roberto, y le agradeció con entusiasmo “todas las horas que estuve caminando por la historia de la mano de tus libros”.

Surgieron más preguntas: “¿No existe la posibilidad de llevar las historias al cine?”<sup>93</sup>, “¿Cuál es tu personaje favorito?”, “¿Vos tenés algún fetiche con la letra M? Por tus personajes: Melody, Marlene, Matilde”. Esta última inquietud fue reveladora, ya que la autora exclamó sorprendida: “¡Es cierto!, no me había dado cuenta, y Miguel es mi esposo, que está ahí”. En ese momento se produjo una reacción general. Prácticamente todo el auditorio se levantó de sus asientos para tratar de divisar a Miguel, quien gentilmente se puso de pie y saludó, recibiendo el aplauso de los presentes. Bonelli agregó: “Chicas, les presento a Miguel, él es mi ‘caballo de fuego’. De verdad que existen los hombres, hay que encontrarlos y tener fe en ellos”.

Que Miguel sea su “caballo de fuego” nos da pistas para pensar la recepción de la novela rosa de esta autora: podría conjeturarse que es tan exitosa porque habla un lenguaje en común con su público, porque hay un ida y vuelta, un mutuo reconocimiento entre la literatura y la vida. Dice Beatriz Sarlo que, en este tipo de obras

---

93 Una de las características centrales de la literatura de circulación masiva es su capacidad de multiplicarse y retroalimentarse todo el tiempo a través de distintos soportes: “del libro a la película, de la revista al libro, de la película a la serie televisiva” (Papalini y Rizo, 2012: 128).

es clara [...] la tendencia igualadora en lo imaginario de escritor y público. Su espacio común es del cultivo del sentimiento, ya sea frente a la realidad prosaica de la vida cotidiana, ya sea porque la lógica del sentimiento es percibida como más lógica y verdadera. (1985: 66)

Hemos de decir, sin embargo, que el ejercicio de establecer “a priori” estas identificaciones puede resultar engañoso: los cruces y mixturas que emergieron en las entrevistas realizadas son difíciles de prever.

## **Literatura de circulación masiva**

Es inhabitual, en el campo de la comunicación social, preocuparse por la literatura. El objeto “libro”, aunque participa claramente del espacio de las industrias culturales, mantiene un aura mítica que lo emparenta más con las “bellas artes” que con la prosaica actividad mercantil. Para esta investigación, en cambio, la literatura resulta del funcionamiento de dispositivos sociales complejos; es efecto de la conjugación de una serie de reglas objetivas articuladas en un espacio cultural específico. La inclinación a concebir la lectura como una práctica de culto dificulta la comprensión del fenómeno de la “literatura de circulación masiva” que constituye, justamente, el centro de nuestra atención.

Este último concepto es una traducción matizada del término anglosajón *massliterature*, cuya virtud es enfatizar la lógica de amplio alcance que rige la producción, promoción y distribución de estos bienes. Novelas rosa, historietas y folletines, libros de autoayuda, investigaciones periodísticas, libros de divulgación histórica, ingresan en esta clasificación.

A diferencia de la literatura *underground*, la literatura de circulación masiva está destinada al gran público. Sus características y

funcionamiento sólo pueden entenderse dentro del universo de las industrias culturales, que determinan la producción de libros en serie. Las preferencias en torno a los destinatarios de las obras rigen las decisiones de edición: son libros publicados para ser comercializados en el mercado de las grandes editoriales. En las literaturas “dominantes” (*mainstream*), no interesa puramente la calidad estética de la obra, sino que su valor se determina en función de su circulación, recepción y consumo. El término “dominante”, que califica a este funcionamiento literario, abreva en la clásica estratificación de las formaciones culturales proporcionada por Raymond Williams (1977). Tanto la clasificación de *underground* como de *mainstream* enfatizan las características de la circulación literaria: en un caso es amplia, en el otro, restringida. Al ponderar este aspecto, no estrictamente cerrado sobre las condiciones de producción, como ocurre con el término original en inglés, se hace visible la cuestión de los contextos: un libro que en un determinado medio es de circulación restringida, en otro puede ser de consumo masivo.

El momento de la circulación (Hall, 1980) es un aspecto no suficientemente ponderado en los análisis culturales: su valor heurístico reside en que permite investigar la trama y enfocar con mayor interés las interacciones y los procesos de intercambio, destacando los atributos sociales, culturales y contextuales en la trayectoria, la diversidad de las apropiaciones y los a veces curiosos destinos de los bienes simbólicos. Así, la determinación de un tipo de literatura a partir de sus modos de circulación subraya las dinámicas, procesos y trayectorias del objeto libro; como así también los contextos culturales e histórico-sociales de su apropiación y desplazamiento, en un movimiento que consideramos “de comunicación” –se trata del movimiento de intercambio de y en torno al libro, que transita distintos circuitos–. Además, pondera el carácter social y colectivo de las prácticas culturales que incluyen al libro y a la lectura, aunque esta última haya sido tradicionalmente pensada como una actividad solitaria e individual (Ong, 1993; Rosenblatt, 2002). No obstante, aun cuando el acto de lectura sea una prácti-



ca privada, está inscrita en una dinámica de intercambio y comunicación social. Sus anclajes –al igual que la formación de las opiniones y creencias– nunca se produce desde el aislamiento: pensamos, creemos e interpretamos en una interacción continua con los otros, en el horizonte de un universo simbólico y a través de palabras –que son ajenas y hacemos propias– en las que se depositan los sedimentos de largas travesías socioculturales (Bajtín, 1999).

¿Cómo llega un libro a su lector? No llega “de la nada”: existen recomendaciones, alguien que lo presta o lo regala. Se habla de él alabándolo o criticándolo, es mencionado en una clase, se exhibe su tapa en una librería o en un catálogo de Internet, se difunde una invitación a su presentación, se lo comenta en un programa radial, es motivo de reseñas y comentarios en revistas culturales, está en el *top-ten* de los más vendidos, su autor recibe un premio o da una entrevista en un programa de televisión.

La definición de literatura de circulación masiva, por lo tanto, remite a la manera en que un objeto específico –el libro– recorre las nervaduras de la sociedad. Pero, ¿qué pasa con los lectores? De entrada nos encontramos con una prefiguración del consumidor; un lector o una lectora que compra libros, o una institución que los compra por ellos. El mercado conoce a los destinatarios en tanto consumidores, es decir, como elementos intercambiables de una totalidad. La información sobre ellos es cuantitativa, se los identifica y define a partir de unos pocos rasgos; son pensados como subgrupos o segmentos en función de características que les otorgan homogeneidad (jóvenes, interesados en política, mujeres, aficionados al género de terror, etcétera). Sin embargo, los lectores no son individuos separados entre sí: forman parte de una o varias tramas en relación con las cuales construyen sus múltiples identidades lectoras.

## En busca de lectores

Uno de los mayores inconvenientes que se presentan a la hora de estudiar la fruición lectora consiste en encontrar a los lectores. Si esta práctica social fuera, efectivamente, una actividad solitaria y privada, sería difícil localizarlos. La tarea se convertiría en la búsqueda de la inhallable aguja en el pajar. Nuestra perspectiva, en cambio, entiende a los lectores no aisladamente, sino como parte de *públicos*, en interacción frecuente.

Siguiendo a Gabriel Tarde, este término es oportuno dentro de sociedades democráticas y plurales; sociedades modernas, ligadas al surgimiento de la prensa. La noción es, pues, sumamente pertinente para designar la actividad de la lectura en un contexto mediatizado (Tarde, 1986: 45-47). Tarde plantea la posibilidad de clasificación de los públicos, tomando variables como el sexo, la edad y el tipo de consumo (1986: 61). Tempranamente, asocia consumo con clase social, una relación que cien años más tarde será retomada por Bourdieu (1997) al proponer el concepto de *habitus*. La lectura puede constituir un “espacio propio” y permitir una vía de comprensión subjetiva y de trabajo personal autónomo (Petit, 2006), pero lo hace en relación con las estructuras y objetivaciones existentes y conocidas. Los lectores y las lectoras llegan al texto con un sistema de referencias previo, lo cual limita la deriva absoluta de las apropiaciones.

Stanley Fish desprende el concepto de “comunidades interpretativas” asociando los conceptos de “públicos” y de “comunidad lingüística”. Esta última se refiere a la lengua compartida con el resto de los hablantes, que establece límites normativos a la utilización individual del lenguaje (Fish, 1976; Varela, 1999). El concepto de “comunidades interpretativas” propone que sus miembros participan de una constelación de significaciones comunes, articuladas de manera semejante a partir de las significaciones presentes en una obra. Impone así un límite tanto al subjetivismo absoluto como al objetivismo: en la aproximación de los lectores y lectoras puede haber apropiaciones diversas,

pero también se descubren patrones de cierta homogeneidad entre aquellos que forman parte de un mismo público. La agrupación que representa una comunidad se funda en el establecimiento de ciertos acuerdos y vínculos, propiciando la mancomunidad de las experiencias a través de la interacción de sus miembros (Jauss, 1987).

Partiendo de estos supuestos, resultó relativamente sencillo encontrar a las lectoras y lectores (unos pocos) de Bonelli. En las redes sociales existen foros en los que el usuario puede “hacerse fan” de algo en particular, ya sea un escritor, un partido político o una banda musical. Con un solo “click”, la persona asume esa identidad y pasa a ser miembro de un grupo. Los *fans* de los escritores de estas páginas suelen intercambiar opiniones, fotos, pasajes de las obras, expectativas sobre futuras publicaciones de su autor preferido, etcétera.

Las lectoras del género romántico construyen redes de interacción que funcionan como elemento integrador, conformando el fenómeno literario que toma, como una marca, el nombre de la autora: “Florencia Bonelli”. En la página de Facebook de esta escritora (que a la fecha cuenta con más de 50.000 adherentes), encontramos perfectamente ejemplificadas las principales características de una comunidad virtual.

Las primeras aproximaciones al campo fueron a través de los *post* que realizaban estas personas. En ellos describían sus consumos culturales, sus datos biográficos, sus tiempos de lecturas, sus actividades laborales y otras dimensiones de su vida. Así, pudimos inferir que estas lectoras y lectores son de clase media o media alta, y que poseen un capital cultural medio.

La metodología empleada se valió también de otros recursos: fuimos a presentaciones de libros y visitamos numerosas páginas web a través de las cuales contactamos informantes que luego entrevistamos en forma personal y profunda. Con el objetivo de triangular los resultados obtenidos en el trabajo de campo, realizamos un cuestionario vía correo electrónico que completaron las *fans* de los libros de Florencia Bonelli registradas en Facebook. El cuestionario estanda-

rizado permitió un acercamiento global al perfil de las lectoras que se nuclean en la web. Recibimos un total de 51 respuestas de esta comunidad, provenientes de mujeres oriundas de diversas partes del país. La persona de más edad que lo respondió tenía 51 años, siendo difícil encontrar a las que superaran los 60. Esto muestra cierto sesgo en la información recogida en este medio, ya que en los foros de Internet predomina la gente joven; las participantes mayores son menos y disminuyen progresivamente a medida que aumenta la edad. Dicha constatación impide definitivamente cualquier generalización y es conveniente tener presente esta advertencia al leer los resultados de la investigación.

Pudimos entonces preguntarnos por las identidades de los lectores y las lectoras de Florencia Bonelli: ¿quiénes gustan de estas obras?, ¿de qué espacios socioculturales provienen?, ¿cómo leen?, ¿cómo organizan sus lecturas?, ¿en qué momentos las realizan?, ¿cuáles son sus impresiones?

Por ser un género fuertemente estigmatizado por la cultura “legítima”, sería fácil suponer que los sujetos de mayor capital cultural (Bourdieu, 1988) se interesan menos por estas novelas. Joëlle Bahloul, haciendo un diagnóstico de los lectores franceses, llegaba a la siguiente conclusión:

es sobre todo en los niveles bajos de instrucción donde se identifica la lectura exclusiva o selectiva de novelas sentimentales: la novela sentimental es a las mujeres poco instruidas de clases populares lo que los textos sobre deportes a los hombres con diplomas menores de las mismas clases sociales. (2002: 97)

Sin embargo, esta explicación no parece funcionar con las lectoras de Florencia Bonelli. En este sentido, resultan más pertinentes las observaciones teóricas de Bernard Lahire, quien afirma que los estudios

superiores o universitarios no son elementos demasiado precisos para hacer suposiciones *a priori* sobre hábitos de lectura:

En cuanto se abandona el terreno de la presunta disposición ética y se ingresa en el estudio empírico de las lecturas de los lectores que poseen más diplomas, la decepción teórica es grande. Esos lectores hacen lo mismo que los de extracción popular: se sumergen en las situaciones, se identifican con los personajes, los aman o los odian. (2004: 183)

Precisamente de eso se trata: de evitar encasillar a los lectores (Petit, 2001: 27). Las trayectorias biográficas y las redes familiares, culturales e ideológicas de los lectores son diferentes; a pesar de converger en una obra determinada, recrean y multiplican significados a partir de ella, de maneras alambicadas y opacas, difíciles de predecir. De allí que las relaciones que gestan con los libros sean misteriosas.

## **Las lectoras de (no sólo) Florencia Bonelli**

Un mito quebrado por los hallazgos de campo es que las lectoras del género rosa sólo leen rosa. En el cuestionario vía web les preguntamos “¿qué otros escritores te gustan o acostumbrás leer?”. Las respuestas evidenciaron predilecciones claras: Gabriel García Márquez e Isabel Allende se ubicaron en primer lugar, en el 25% de los casos. El dato corrobora la fuerte penetración que tiene el Nobel de literatura colombiano en diferentes públicos.<sup>94</sup> Lo mismo ocurre con la chilena, cuya obra suele oscilar entre el sistema literario culto y el de la literatura de mercado.

---

94 Aunque Gabriel García Márquez es un autor del sistema literario culto, se ha producido con el correr de las décadas un desplazamiento cada vez mayor hacia el sistema de la cultura de masas.

También aparecen mencionadas, en orden de preferencia decreciente, Cristina Bajo, Cristina Loza y el brasileño Paulo Coelho; además, Paullina Simons, Gloria Casañas, Agatha Christie y Stephenie Meyer, autora de la exitosa saga *Crepúsculo*. Le siguen Gioconda Belli, Diana Gabaldon, John Katzenbach, Norah Roberts y Felipe Pigna, con sus *Mitos de la historia argentina*. Los nombres citados ponen al descubierto que las lectoras del género romántico se mueven por zonas más variadas del campo literario de lo que a veces se piensa. Los géneros favoritos que estas lectoras mencionaron fueron: historia, thriller, suspenso, policial, cuentos, aventuras y clásicos, autoayuda, poesía, filosofía y entrevistas.

Entre los géneros preferidos por este grupo, el de la novela histórica fue el más recurrente, con dieciocho menciones. Este resultado era esperable, ya que la obra de Florencia Bonelli está estrechamente emparentada con el discurso historiográfico. Sin embargo, el único escritor propio del género mencionado fue Felipe Pigna. Es innegable que el interés por la divulgación histórica ha crecido exponencialmente en los últimos años, y no sólo en la literatura, sino también en la televisión. Si bien es cierto que Pigna es un conocido historiador, también es posible afirmar que sus libros más exitosos están escritos de acuerdo con las expectativas de un público que no tiene demasiadas competencias sobre el tema.<sup>95</sup>

El circuito por el que la obra de Florencia Bonelli llega a los lectores marca un rotundo triunfo de la recomendación de un amigo, familiar, pariente (72%), lo que muestra que la modalidad del “boca en boca” fue, en los primeros años de circulación de sus obras, la forma más común de popularización. El *boom* de Bonelli en los medios

---

95 Felipe Pigna deja en claro que los objetivos del libro son, por un lado, dejar de lado la construcción de una historia basada en los grandes héroes y así despojarla de sus mitos; por el otro, acercar la historia al gran público lector. Esto último le valió críticas de las historiadoras Hilda Sabato y Mirta Lobato, quienes lo acusaron de demagogo y de “desalentar la reflexión”. Al respecto, puede consultarse la nota de Diego Manso del día 23 de septiembre de 2006, titulada “¿Hay una historia en serio y otra vulgar?” En revista *N* N° 156, p. 16.

empezó poco después de concluida nuestra investigación. Este dato, entonces, que es anterior a la difusión mediática en gran escala, sirve para mostrar que su alta circulación y reputación es anterior a esta difusión.

Pocas personas se informan a través de los medios, suplementos culturales o librerías. La información sobre las obras no se obtiene de los soportes tradicionales de papel –suplementos y revistas–, sino, sobre todo, de los medios virtuales, como los blogs y las páginas en las redes sociales. Estos foros están generando cambios importantes en la manera de percibir la literatura, ya que el impacto tecnológico –que promueve nuevos creadores, géneros y lectores– descentraliza y le resta rigidez a la idea de canon literario (Romero López y Sanz Cabrerizo, 2008: 18).

El placer es, según las lectoras, el principal motivo por el cual se acercan al libro. Esta opción fue elegida por más del 80% de las encuestadas. En segundo lugar apareció “Porque es un tiempo mío en el que me desconecto” (58%). Vemos entonces que la idea de una lectura que distancia de otras actividades tiene buena aceptación, siendo posible relacionarla con una práctica evasiva. Sin embargo, sólo la exploración etnográfica podría darnos pistas más certeras para pensar de qué se desconecta cada persona: ¿del trabajo?, ¿de la rutina?, ¿de las obligaciones familiares?, ¿de una realidad adversa?

La investigación de Janice Radway es, en este sentido, un importante antecedente. Pero en la etnografía de Radway encontramos un esquema negativo. La idea que se desprende de la mayoría de los casos que analiza esta autora es que las lectoras leen novelas de amor para evadirse de la carcelaria cultura patriarcal, que les impone un constante sacrificio:

Tomando un libro, como ellas nos contaban, rechazan temporalmente la constante demanda de atender las necesidades de los otros miembros de la familia. Entonces

su actividad es compensatoria al permitirles centrarse en sí mismas y conquistar un espacio solitario. (2000: 142)

En nuestra investigación, en cambio, el placer emergió como una motivación recurrente y constituye un valor *positivo* y no una simple operación de resistencia; es una acción, no una reacción.

Con respecto a la frecuencia de la lectura, el 70% de las personas encuestadas declararon que leen al menos una hora todos los días. De hecho, las entrevistas realizadas mostraron que las entrevistadas verdaderamente tienen incorporada la lectura como un hábito fuerte en sus vidas. El lugar de adquisición de los libros manifiesta, como era de esperarse, una clara supremacía de la librería, especialmente las céntricas y las grandes cadenas. La mitad de las encuestadas afirmaron que en el último año fueron, al menos una vez, a una biblioteca popular de alguna institución educativa o fundación. La otra mitad declaró que no suele frecuentarlas. Este dato muestra que, para este grupo, la biblioteca, que en el discurso social aparece como la encarnación institucional del libro, es un lugar que se mantiene como una posibilidad atrayente.

Ante la pregunta “¿Para qué comprás un libro?”, la opción elegida por el 80% de las encuestadas fue “Para leerlos inmediatamente”, lo que indica que las mujeres de este universo adquieren predominantemente los libros para una lectura no diferida. Se entiende, pues, que se compra para realizar una actividad que se desarrolla desde el momento en el que se tiene el libro en las manos, hasta pocos días después, cuando se lo concluye y se lo coloca en la biblioteca como capital cultural objetivado (Bahloul, 2002: 75).

¿Qué percepción tienen de sí mismas estas lectoras? Esta pregunta permitió acercarse a las dimensiones subjetivas de la práctica: la amplia mayoría se considera “una lectora voraz, que lee siempre que puede” (80%). El comentario de Ana lo ilustra perfectamente:



En Buenos Aires *Caballo de fuego*. *Congo* salió un lunes, creo que era 30 de agosto (me acuerdo porque el libro dice que se terminó de imprimir en septiembre, pero en agosto ya muchas lo tenían), y a Mendoza llegaba con diez o quince días de retraso. Entonces lo compré por Internet, con la mala suerte que mi pedido se perdió. Estaba que caminaba por las paredes, no sólo porque era un pedido de varios libros, ¡sino porque quería leer *Congo*! En fin, me fui a Yenny de pasada del médico para comprar algún otro libro porque se venía un fin de semana largo para mí (estoy tan loca que hasta había adelantado trabajo porque si tenía *Congo* ese fin de semana no iba a hacer otra cosa más que leer).

Ante la pregunta de si comentaban el libro con alguien, el resultado fue: “Sí, con una amiga”, elegido por el 65%, quedando a las claras que la novela rosa no sólo es un género literario femenino, sino que crea un espacio de comunicación y socialización fuerte entre las mujeres (Bahloul, 2002: 69). “Escribo mi opinión en un foro de Internet” fue la segunda, y “Con un familiar”, la tercera. La mitad de las mujeres que mantenían una relación de compromiso sentimental al momento de contestar el cuestionario comentan sus lecturas con sus parejas.

## **Finales felices**

La expectativa de un final feliz parece estar menos relacionada con el goce estético o moral de la obra que con la intención de obtener un momento de esparcimiento gozoso en la vida cotidiana. Más de la mitad de las encuestadas señaló que la lectura de Bonelli atrapa porque “son libros que te dejan una sonrisa cuando los terminás”. Casi con el mismo nivel de respuestas, otras contestaron “Porque muchas llevan una vida monótona y la lectura te transporta”. La tercera

elegida fue “Porque muchas sueñan con vivir historias similares a las de los libros”. Hablamos entonces de lectoras que se colocan frente al texto para fusionarse en una perfecta simbiosis de complacencia, para no quedarse “en guerra consigo mismo” (Eco, 1995: 19). Para la tristeza ya basta con la rutina y la vida misma.

El *happyending* es, entonces, menos una exigencia del género que terapia; ensueño y alivio a los problemas que se viven diariamente. Silvia (41) relata:

Paso horas leyendo lo que me gusta, que son historias de amor, un amor donde la entrega es absoluta, hasta te diría que el concepto de ese amor perdura en el tiempo, con una pasión arrolladora. Las novelas de Flor me venden lo que quiero comprar, me dejan una sonrisa, una historia donde el final es feliz y el amor lo trasciende todo.

El género romántico tiene reglas estrictas, que en el caso de Bonelli se traducen en indisimulables similitudes de una novela a otra: iteraciones, reconocimientos, escenas donde el héroe va a ser asesinado y alguien lo salva, intrigas, continuidad episódica... Es decir, todos los ingredientes que provienen del folletín (Eco, 1995: 18). Para alguien que no esté interiorizado en la saga, los héroes podrían parecer todos iguales o sumamente parecidos, pero para las lectoras no están estereotipados; al contrario, observan que cada personaje tiene su personalidad y sus peculiaridades. Muchas dicen que no hay *a priori* que sea deseable en ellos, sino que estos deben adecuarse a lo que ocurre en la trama.

Muchas lectoras observaron que, en el periodo de duración de la lectura, no podían sacarse los personajes de la cabeza. En la recepción de la novela romántica, quizás como en ningún otro género, la historia de los héroes deja una huella afectiva que se graba a fuego en quien lee; terminada la lectura, las emociones movilizadas siguen re-

verberando de distintas maneras.<sup>96</sup> Es un consumo de ficción tan particular que difícilmente se encuentre algo equivalente en otras zonas de la literatura. Son frecuentes los testimonios en los que se manifiesta que los personajes adquieren realidad y que los acontecimientos no parecen leídos, sino que forman parte de la vida. Esto hace que, cuando se cierra el libro, pueda sobrevenir una nostalgia equivalente a la que acontece ante la ausencia de un ser querido.

Johana (20) dice:

llega un punto en el cual estoy tan metida en la lectura que siento que las letras desaparecen y veo las imágenes, las escenas que se describen. Es como si me transportara a ese lugar. Creo que hasta llego a sentir como los personajes, lloro, me río y me enamoro tal y como cada uno de ellos. Cuando termino de leer, es como si la historia fuera parte de mi vida, como si lo hubiese pasado, vivido...

Otro efecto recurrente es que, después de la lectura, los objetos cotidianos se invistan afectivamente en la medida en que se los relacione con las obras. Silvana (24) da cuenta de cómo el lector puede ser arrebatado por la emoción en momentos inesperados, de manera tal que la literatura se convierte en un artefacto “disparador de sueños en la vigilia” (Lahire, 2004: 190).

---

96 En *Pequeña apología de la experiencia estética*, Hans Robert Jauss plantea un esquema del goce artístico que se centra en tres momentos fundamentales: *poiesis* (la actividad productiva), *aisthesis* (la recepción propiamente dicha) y *catharsis* (los efectos orientadores de la recepción). El goce estético o catarsis es y ha sido a lo largo de la historia la experiencia primordial del arte. “Si en otro tiempo el goce, como modo de apropiación del mundo y autoconciencia, legitimó el trato con el arte, hoy la experiencia estética es considerada genuina sólo si deja tras de sí todo placer y se eleva al ámbito de la reflexión estética” (2002: 34). La de Jauss se presenta así como una teoría del efecto estético que prioriza la sensualidad, la contemplación, el goce y el deleite que generan las obras artísticas, pero esto no quiere decir que necesariamente se excluya el factor más cognitivo, intelectual o reflexivo. Más bien se trata de “comprender el disfrute y disfrutar de la comprensión” (Litteau, 2008: 161).

Me acuerdo que estaba en el súper y empezó a sonar la canción de Eliah y Matilde, la de Gloria Gaynor...Se me puso la piel de gallina y tuve una emoción que no pude disimular!! Te juro que podía verlos a ella bailando y a él cantándosela, y me transporté a la magia de *Caballo de fuego*, que es ÚNICA! Y en ese momento miré a mi alrededor y la gente seguía como si nada, y yo necesitaba compartir mi emoción!! LOCAAAA!!!<sup>97</sup>

Más de la mitad de las entrevistadas recuerda haber llorado durante la lectura, confirmando que el género rosa desata reacciones emocionales intensas (Litteau, 2008: 114).

## **Los imaginarios del amor romántico**

En el grupo analizado, un buen número de lectoras –un 40%– no tenían, en ese momento, pareja. Aunque las mujeres leen obras sentimentales tanto experimentando la soledad como estando en compañía, en ninguno de los dos casos están necesariamente “fantaseando” con lo imposible ni tampoco han decidido clausurar su vida amorosa. Preguntamos, pues, a las lectoras virtuales si les gustaría que su vida amorosa se pareciera a lo que ocurre en las novelas. Las respuestas que obtuvimos fueron llamativas. De las 51 encuestadas, 20 dijeron que no (un número mayor de lo que presuponíamos), mientras que 31 se volcaron al sí, pero con reparos.

El abanico de posibilidades puede percibirse mejor si consideramos dos testimonios que funcionan como perfectos polos opuestos. El primero es el de Analía (45), a quien le gusta leer las historias de Florencia Bonelli, pero le parecen demasiado idealizadas como para relacionarlas con su vida:

---

97 En todas las citas mantuvimos los signos de puntuación tal cual los escribieron las encuestadas.

Me gusta mi vida amorosa tal como es. Las historias de amor de Flor son muy perfectas, eso no existe. Siento que mi historia es única e inigualable. No imagino la vejez sin el hombre que hoy tengo a mi lado. Me completa, es la persona que a pesar de los años, los hijos y los problemas cotidianos me sigue sorprendiendo como el primer día. Creo que cada uno debería encontrarle la magia a su propia vida y no esperar que sea como la de los demás, y mucho menos como una historia irreal.

El segundo testimonio es el de Mariana (20), para quien la lectura de las obras sí le proporciona modelos aplicables a su vida:

Quedé tan enamorada que me volví loca por leer la segunda parte. Cuando me compré ambos libros, seguí queriendo leer más de esta autora, y entonces, para una Feria del Libro, me llevé *El cuarto Arcano*. De ahí que me enamoré perdidamente y cometí varias locuras, una de ellas fue querer salir con un chico porque cumplía el 10 de noviembre, el día del cumpleaños de Roger. Obviamente que me llevé un chasco tremendo, porque no era como él.

El amor romántico, concebido como una construcción social y cultural que impacta en la vida de las personas (Corona Berkin y Rodríguez Morales, 2000: 67), hace referencia no sólo al denominado mito de “la media naranja”, sino también al proyecto bioético y endogámico que conllevó el ascenso del orden burgués en el mundo occidental y que implicó la consolidación de instituciones como la familia, el matrimonio, la maternidad, la pasividad sexual de la mujer y los roles de género (Fernández, 1993). Para su socialización, estas representaciones tuvieron como soporte las novelas románticas, en tanto apuntaban a una educación sentimental que conformaba los

papeles socialmente asignados a los géneros y un repertorio de emociones asociado a esas determinaciones.

La tradición romántica y los géneros masivos, no caben dudas, estereotiparon el discurso sobre el amor, lo que trajo aparejada la estigmatización de las lectoras de estas novelas. Angélica Gorodischer, refiriéndose a ellas, dice:

es como los chicos que piden “otra vez” cuando una les cuenta un cuento que les gustó... Con las novelas rosa pasa lo mismo. ¡Otra vez! Háganme sufrir otra vez, pero que yo sepa que voy a tener finalmente el premio de la dicha inmarcesible. (en Rodríguez Ballester, 2006: 7)

Sociólogos e historiadores de la cultura han dado cuenta de los innumerables cambios que se produjeron dentro del llamado “fenómeno amoroso” (Velázquez Becerril, 2008: 235), modificaciones siderales que se agudizaron en sólo un par de décadas, y que abarcaron muchos aspectos de la vida social.

Como sucede con frecuencia cuando se utilizan métodos cualitativos abiertos a la emergencia de campo, la investigación reveló que el criterio analítico más significativo es la situación de pareja. Indagar, cuidadosamente y con los límites que cada entrevistada indicara, en la historia amorosa de cada lectora fue un requerimiento fundamental para comprender el sentido de sus relatos. Precisamente, la cultura se experimenta y se internaliza desde muchas otras dimensiones: la edad, la posición social, las vivencias, el *habitus* sociocultural, configuran valores muy heterogéneos, propiciando que no exista una única manera de experimentar el esquema del amor romántico, ya sea en la vida o en la literatura.

Para Flavia, una de las lectoras entrevistadas, los usos de las obras literarias son otros. Podría decirse que su lectura de novelas se relaciona, sobre todo, con una forma de entretenimiento de la industria cultural (Adorno y Horkheimer, 2006), que ocupa generalmente los

tiempos de ocio, pero que retorna a la vida social convertida en materia de intercambio y contenido de sus interacciones. No obstante esta importancia para la socialización, la lectura puede también proporcionarle un diálogo íntimo: Paulo Coelho le “enseñó” que el tiempo vital es poco y que hay que “salir” a la vida, viajar y conocer el mundo. Como vemos, la lectura refuerza un tipo de práctica socialmente valorada; la legitima y la enfatiza. Su recepción de las obras de Florencia Bonelli incluye dimensiones novedosas, como la sexualidad y el erotismo, destacado como un tema a explorar en la lectura. Dice que la novelística de Bonelli la llevó a sentirse “en vilo todo el tiempo”, experimentando un tipo de emoción no habitual. Pero, por otro lado, el efecto de objetivación –es decir, “materializar” nuestras representaciones inconscientes, dándoles forma, simbolizándolas– de la obra le permitió sopesar sus propias ideas sobre el amor, comparando las relaciones de pareja posibles, reales o deseadas en la realidad y su diferencia con la ficción.

Lo romántico no es apreciado desde la lógica inherente de su “gran relato” ni es algo trascendente, como opinaron otras entrevistadas. Estos valores perennes se resquebrajan en aras de nuevos acuerdos amorosos (Velázquez Becerril, 2008: 235). En dicha transformación, los elementos que tradicionalmente componen la escena amorosa, como “los bombones, las flores y el Día de San Valentín”, aparecen vinculados a lo “cursi” (Peñamarín, 1995: 1). El romanticismo no tiene esa impronta de abarcar todos los aspectos de la vida; al contrario, se descubre en pequeños momentos cotidianos, como caminar junto a su novio bajo la lluvia – aunque aquí, sin dudas, también se ve una marcación cultural influenciada por el cine–.

En el modelo de relación de Flavia, la condición central es “ir a la par”, tanto en el plano emocional como en el económico. Que la pareja sea un espacio de comunicación igualitario se amolda a los valores del sistema democrático (Giddens, 2004: 76). Es recurrente la ponderación de la autonomía; asegura ser capaz de acordar con el otro,

pero también de exigir para sí, ya que tiene en claro que “asfixiarse” mutuamente hace que una relación estable pueda dejar de serlo.

El enemigo del tipo de contrato amoroso que plantea está claramente identificado, es la rutina; la convivencia no es un requisito esencial, pero sí lo es “innovar todo el tiempo”. La manutención del amor se logra así a partir de prácticas y rituales de consumo que consolidan la industria del entretenimiento y ocupan el tiempo ocioso de la pareja: “un día el teatro, otro el cine, otro día ir a tomar algo, otro día escaparse a Carlos Paz”.

De los casos analizados, el de Flavia es el que más se distancia del estereotipo negativo de la lectora de novelas rosa y el que más nítidamente expresa nuevos imaginarios del amor. La lectura de Bonelli es vista como un modelo amatorio demasiado idealizado, al que le opone uno menos apasionado pero más realista e igualitario: “no busco para mi vida fantasías. No busco un hombre perfecto, busco uno real”. No obstante, aun reafirmando su elección, mira con cierta nostalgia el orden romántico: “Yo diría que está bien un poco, no demasiado”.

La novela sentimental pone en escena experiencias amorosas que no sólo le permiten a su público la identificación, sino también la distancia. Son modelos de relaciones idealizadas, quizá excesivamente intensas y dramáticas, e incluso anacrónicas, que justamente pueden reafirmar esas otras maneras de amar en las cuales los y las lectoras puedan reconocer las suyas propias. En los múltiples casos y sus inflexiones, los estudios de recepción podrían ofrecernos repuestas que enriquezcan y agreguen matices a las perspectivas con las que abordamos nuestras prácticas culturales.

## **Bibliografía**

Adorno, T. y M. Horkheimer (2006). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta.



- Bahloul, J. (2002). *Lecturas precarias. Estudio sociológico sobre los poco lectores*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bajtín, M. (1999). *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México: Grijalbo.
- (1997). *Razones prácticas*. Barcelona: Anagrama.
- Corona Berkin, S. y Z. Rodríguez Morales (2000). "El amor como vínculo social, discurso e historia: aproximaciones bibliográficas". En: *Espiral*, N° 17.
- Eco, U. (1995). *El Superhombre de masas. Retórica e ideología en la novela popular*. Barcelona: Lumen.
- Fernández, A. M. (1993). *La mujer de la ilusión. Pactos y contratos entre hombres y mujeres*. Barcelona: Paidós.
- Fish, S. (1976). "Interpreting the 'Variorum'". En: *Critical Inquiry*, 3(2).
- Giddens, A. (2004). *Un mundo desbocado*. Madrid: Taurus.
- Hall, S. (1980). "Encoding/Decoding". En: Hall, S. et al. (ed.). *Culture, Media & Language*. London: Hutchinson.
- Jauss, H. (1987). "El lector como instancia de una nueva historia de la literatura". En: Mayoral, J. A. (ed.). *Estética de la recepción*. Madrid: Arco/Libros S.L.
- (1992). *Experiencia estética y hermenéutica literaria*. Madrid: Taurus.
- Lahire, B. (2004). "Conclusión: del consumo cultural a las formas de la experiencia literaria". En: Lahire, B. (comp.). *Sociología de la lectura*. Barcelona: Gedisa.
- Litteau, K. (2008). *Teorías de la lectura. Libros, cuerpos y bibliomanía*. Buenos Aires: Manantial.
- Ong, W. (1993). *Oralidad y escritura*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Papalini, V. y V. Rizo (2012). "Literatura de circulación masiva, de la producción a la recepción. El caso de los lectores de autoayuda". En: *Cadernos de Linguagem e Sociedade*, 13(2).

- Peñamarín, C. (1995). *Los melodramas televisivos y la cultura sentimental*. Madrid: Instituto de investigaciones feministas de la Universidad Complutense.
- Petit, M. (2006). *Lecturas: del espacio íntimo al espacio público*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Radway, J. (1987). *Reading the Romance*. Londres: Verso.
- (2000). "Reading the Romance". En: *Cuadernos de Información y Comunicación*, N° 5. Traducción parcial de Beatriz Fernández.
- Rama, A. (1984). *Más allá del boom: literatura y mercado*. Buenos Aires: Folios.
- Rama, C. (2003). *La economía de las industrias culturales*. Buenos Aires: Eudeba.
- Rodríguez Ballester, A. (2006). "Apasionadas, románticas y vendedoras". En: *Revista Ñ*, N° 153.
- Romero López, D. y A. Sanz Cabrerizo (2008). "Introducción". En: Romero López, D. y A. Sanz Cabrerizo (eds.). *Literaturas del texto al hipermedia*. Barcelona: Anthropos.
- Rosenblatt, L. (2002). *La literatura como exploración*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Sarlo, B. (1985). *El imperio de los sentimientos*. Buenos Aires: Catálogos.
- Tarde, G. (1986). *La opinión y la multitud*. Madrid: Taurus.
- Varela, M. (1999). "De las culturas populares a las comunidades interpretativas". En: *Diálogos de la comunicación*, N° 56.
- Velázquez Becerril, C. (2008). "La comunidad insostenible del amor". En: *Tramas*, N° 29.
- Williams, R. (1977). *Marxismo y Literatura*. Buenos Aires: Península/Biblos.