

El Discurso Doméstico en la Telenovela Peruana

Mila T.

Pontificia Universidad Católica del Perú

Según la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG, 2018), el 59% de las mujeres laboralmente “inactivas” en el Perú atribuyó su situación a la dedicación a las labores del hogar, frente a un 18% de los hombres inactivos que citaron la misma razón. Esta marcada disparidad refleja una realidad socioeconómica donde la división sexual del trabajo sigue asignando a la mujer un rol primordial en el ámbito doméstico. Las telenovelas, como productos culturales de consumo masivo, no solo entretienen; también construyen y reflejan narrativas poderosas sobre los roles que la sociedad espera que cumplan sus individuos. A lo largo de las últimas dos décadas, personajes como Charito de Al fondo hay sitio se han grabado en el imaginario popular peruano. Ella, una madre abnegada cuya vida transcurre entre las paredes del hogar y cuya subsistencia económica depende de los hombres de su entorno, no es una figura aislada, sino un ejemplo de los discursos de género que estos medios promueven.

Frente a esta influencia cultural, se ha abierto una polémica respecto a si las telenovelas peruanas de los últimos 20 años han promovido una representación de las mujeres jóvenes que las vincula predominantemente al ámbito doméstico, reforzando discursos de desigualdad de género. Por un lado, existen perspectivas que podrían defender que estas narrativas simplemente reflejan una realidad social o que, al centrarse en el drama familiar, priorizan dinámicas interpersonales sobre las profesionales. Por otro lado, se encuentran análisis que argumentan que estas representaciones construyen y perpetúan estereotipos dañinos, al asociar sistemáticamente el valor y la narrativa de las mujeres jóvenes con la dependencia económica y el espacio privado del hogar. Frente a esta polémica, sostengo que las telenovelas peruanas de los últimos 20 años han promovido discursos que presentan a las mujeres jóvenes como dependientes económicas, reforzando su vínculo con el ámbito doméstico y limitando su representación en espacios de independencia profesional y educativa.

En el presente ensayo se desarrollará el argumento de que las telenovelas peruanas representan recurrentemente a las mujeres jóvenes como dependientes económicas de figuras masculinas (padres o esposos). Esta representación refuerza la idea de que su valor social está intrínsecamente ligado al ámbito doméstico y no al profesional, mostrando con frecuencia personajes que permanecen como amas de casa en lugar de desarrollarse en espacios educativos o laborales, contribuyendo a una discriminación arraigada hacia la figura femenina, la cual ha concentrado históricamente su experiencia productiva en tareas en torno al hogar, como la cocina, el aseo, el cuidado de terceros y la administración de recursos (Kohil, 2020, p. 10).

Detrás del drama y el entretenimiento, las telenovelas peruanas han transmitido un mensaje profundamente arraigado sobre lo que significa ser una "mujer correcta". Como señala Rózsa (2022), "la mujer correcta es la protagonista en su concepto maduro acerca del ser-mujer" (p. 15). La "mujer correcta" no es un arquetipo natural, sino una construcción conceptual deliberada, un ideal normativo que se convierte en el eje de una forma específica de entender la feminidad. A lo largo de los años, estas historias nos han presentado una y otra vez el mismo modelo: la mujer que encuentra su realización no en el desarrollo profesional ni en la independencia económica, sino en el sacrificio por la familia y en la entrega al hogar. Este mensaje, repetido hasta hacerse familiar, representa a las protagonistas como dependientes económicas de sus padres o esposos, lo que refuerza la idea de que su valor y realización personal están ligados al ámbito doméstico antes que al profesional. Las historias suelen centrarse en mujeres cuya felicidad se alcanza a través del matrimonio o la maternidad, y no mediante su desarrollo educativo o laboral. Este tipo de representación limita las posibilidades de las mujeres en el imaginario colectivo, ya que normaliza la idea de que su función principal es el cuidado del hogar y la familia, reproduciendo así un discurso de desigualdad de género que desvaloriza su autonomía y su capacidad para construir una identidad independiente.

Las telenovelas peruanas promueven que las audiencias naturalicen la idea de que la mujer "correcta" debe priorizar el matrimonio y la familia antes que la autonomía económica. Esta dependencia económica, entendida como una condición estructural en la que una persona carece de acceso autónomo a los recursos económicos, sea porque su acceso al trabajo remunerado está restringido por normas sociales, familiares o culturales (Kohil, 2020, p. 10), se ve reflejada de manera paradigmática en personajes como Charito de *Al fondo hay sitio*. Charito no es solo un personaje querido; es la encarnación del modelo de madre y mujer abnegada, cuya vida y subsistencia económica giran en torno a las decisiones de los hombres de su entorno y cuyo entorno se reduce exclusivamente a las paredes del hogar. La historia del personaje narra la experiencia productiva concentrada únicamente en tareas en torno al hogar, como la cocina, el aseo, el cuidado de terceros y la administración de recursos, presentándola no como una opción forzada por las circunstancias, sino como una virtud moral. Esta representación lleva a una "discriminación arraigada" (Kohil, 2020, p. 10), al glorificar un rol que, en la vida real, es la principal causa de inactividad laboral femenina y de vulnerabilidad económica (Mascheroni, P. & Riella, A., 2016, p. 58).

Las series peruanas suelen retratar a las mujeres que buscan independencia económica y profesional como "rebeldes" o "problemáticas". Como señala Vázquez (2025, p. 6), la sociedad tiende a etiquetar negativamente a aquellas mujeres que deciden tomar el control de su propio

tiempo, cuerpo y trabajo, porque ese acto de autonomía desafía un sistema que aún depende de su obediencia y conformidad para mantenerse. En otras palabras, no es la mujer quien representa el problema, sino la estructura social que percibe su independencia como una amenaza. Un ejemplo de este fenómeno se observa en el personaje de Grace, quien también proviene de la misma telenovela de Charito. Su aspiración de continuar sus estudios superiores y acceder a un empleo calificado no es presentada como una meta válida, sino como una fuente de tensión constante que altera “la paz familiar”. Su familia cuestiona sus prioridades, tachándola de “ingrata” o “ambiciosa” por querer algo más que el destino tradicional de esposa y madre que ellos visualizan para ella, pues, en su entorno social, esta ambición es frecuentemente ridiculizada o vista con sospecha, como si su deseo de progresar profesionalmente implicara un rechazo a sus raíces. A lo largo de la telenovela se ve como cada escena donde Grace defiende su derecho a estudiar o a trabajar está enmarcada por un conflicto dramático, donde su felicidad individual se posiciona en oposición a la unidad y la “armonía” familiar. Esta narrativa refuerza la percepción de que la independencia femenina constituye un cambio de los roles tradicionalmente asignados, enviando un mensaje claro a la audiencia: la sumisión garantiza la armonía familiar, mientras que la ambición profesional la pone en riesgo.

Los medios de comunicación, al repetir estereotipos de género, influyen en la construcción de aspiraciones juveniles y condicionan la percepción de lo que es “alcanzable” para las mujeres jóvenes. La percepción de la idea de lo “alcanzable” se construye a partir de las imágenes y narrativas que los medios repiten con tanta frecuencia que terminan definiendo lo que se considera normal o deseable para una mujer (Cantera & Blanch, 2010). En este sentido, las jóvenes internalizan una representación mental de sus metas, roles y éxitos condicionada por esos estereotipos, lo que limita su percepción de autonomía y proyección profesional. Si una joven espectadora consume de manera constante historias donde el éxito femenino se mide por la capacidad de mantener un hogar y donde la independencia se castiga narrativamente, internalizará que ese es el horizonte de posibilidades real para su propia vida. Un ejemplo de esta dinámica puede observarse en Fernanda de *Al fondo hay sitio*. A lo largo de la serie, Fernanda enfrenta el conflicto entre sus aspiraciones personales y las expectativas sociales que la empujan a priorizar el amor y la familia sobre su desarrollo profesional. Aunque cuenta con recursos y educación para construir una vida independiente, la trama constantemente vincula su felicidad con la estabilidad sentimental, reforzando la idea de que el verdadero éxito femenino se alcanza a través de la pareja. En consecuencia, las telenovelas cierran el círculo de la desigualdad de género: primero, reflejando una estructura económica que confina a la mujer al espacio doméstico (ENAHU, 2018), y luego reproduciéndola al presentar ese confinamiento como el único destino verdaderamente “alcanzable”, legítimo y deseable para alcanzar la felicidad de las jóvenes (como se citó en Morrison, 2021, p. 7).

Como se señaló anteriormente, el presente ensayo defiende la postura que afirma que las telenovelas peruanas de los últimos 20 años han promovido discursos que refuerzan la dependencia económica de las mujeres y limitan su representación en espacios de independencia, perpetuando así estereotipos de género en el imaginario social. Pese a ello, existe una posición contraria que afirma que las telenovelas peruanas no reproducen mecánicamente estos estereotipos, sino que funcionan como espacios de negociación cultural donde las audiencias femeninas ejercen una recepción activa, reinterpretando críticamente las narrativas y resignificando los roles presentados. Esta postura contraria hace énfasis en la capacidad de la audiencia para subvertir los mensajes, pues consideran que este proceso fomenta la reflexión crítica y la construcción de comunidad.

Esta postura contraria sostiene que las telenovelas deben entenderse como textos culturales abiertos a múltiples lecturas, no como vehículos de transmisión ideológica unidireccional. En primer lugar, quienes piensan de este modo afirman que las audiencias ejercen una interpretación crítica basada en sus propias experiencias, seleccionando qué aspectos de las historias aceptan o rechazan según su realidad, lo que genera lecturas personales que pueden contradecir el mensaje aparente de la narrativa. Asimismo, sostienen que el visionado genera espacios de conversación donde se cuestionan colectivamente los comportamientos de los personajes, permitiendo a las espectadoras criticar actitudes machistas y compartir desacuerdos. Finalmente, plantean que las mujeres utilizan las telenovelas como herramientas de validación emocional y construcción de comunidad, no como manuales de conducta, a través de una identificación selectiva que evidencia una apropiación activa del contenido.

En suma, la postura contraria aclara que la recepción activa de las espectadoras transforma el consumo de telenovelas en un ejercicio de agencia que, lejos de reforzar pasivamente los estereotipos, los somete a un escrutinio colectivo y personal. Sin embargo, esta postura pasa por alto el poder estructurante de la repetición narrativa y los límites socioculturales de dicha "recepción activa". Como señala Prósper Ribes (2013), "El acontecimiento es siempre el mismo en las dos o más apariciones en el discurso, no se produce ninguna transformación sustancial, sino que al modificar el punto de vista se condiciona la información que recibe el espectador" (p. 301). Este principio narrativo se ejemplifica en la telenovela *Al fondo hay sitio* a través del arquetipo estructural de la relación entre Isabella y múltiples personajes: mientras que los conflictos y rupturas ofrecen la ilusión de una evolución en el personaje femenino, el mensaje de fondo se repite incansablemente a lo largo de las temporadas, la estabilidad emocional, la realización personal y la seguridad socioeconómica de Isabella están inexorablemente ligadas a su vínculo con un hombre de clase alta y poder adquisitivo. Si bien se

ha intentado destacar el potencial emancipador de la interpretación audiencial, esta capacidad no logra contrarrestar el efecto normalizador de los arquetipos dominantes, reforzados precisamente por su recurrencia discursiva. Por ello, sostengo que la recepción activa, aunque existente, no anula el poder de los mensajes repetitivos que refuerzan la subordinación femenina, ni compensa el desequilibrio en la producción de narrativas patriarcales.

En primer lugar, es cierto que las audiencias pueden realizar lecturas críticas; sin embargo, esta capacidad no invalida el poder de la repetición narrativa. La teoría de la cultivación sostiene que la exposición constante y masiva a un mismo arquetipo, como el de la mujer abnegada y dependiente, termina normalizándolo en el imaginario social, creando un sesgo perceptivo difícil de contrarrestar con interpretaciones aisladas, por más críticas que estas sean. Este fenómeno es explicado por la teoría del cultivo mediático, la cual García (2019) señala que los contenidos de medios como la televisión moldean la identidad y fomentan una ciudadanía dependiente de los marcos simbólicos que estos difunden, situando al desarrollo humano incluso como un subproducto de los mensajes cultivados (p. 24). En "*Al fondo hay sitio*", podemos observar este cultivo repetitivo a través de personajes femeninos cuyos arcos narrativos suelen orbitar alrededor de la búsqueda de estabilidad económica a través de una relación marital, como el caso de Francesca Maldini, cuya aspiración inicial era asegurar su posición social a través del matrimonio. Si bien eventualmente algunos personajes evolucionan, la premisa constante que vincula la realización femenina con la dependencia económica o emocional de un hombre se repite episódicamente, normalizando este vínculo. La recepción activa opera a nivel individual o de pequeños grupos, mientras que el cultivo de estereotipos es un fenómeno social acumulativo que trasciende las lecturas particulares.

En segundo lugar, no es posible que los espacios de discusión generados alrededor de las telenovelas desafíen estructuralmente los valores patriarcales, pues suelen funcionar más como un escape emocional que como una plataforma de cuestionamiento profundo. La energía discursiva de las audiencias frecuentemente se canaliza hacia el análisis de las decisiones de los personajes dentro de los marcos narrativos establecidos, sin trascender hacia una deconstrucción del sistema de valores que los sustenta. Un caso ilustrativo lo constituye el personaje de Grace en *Al fondo hay sitio*: el debate público se centraba en si debía o no perdonar las infidelidades de Nicolás o cuál de sus pretendientes merecía su elección, reproduciendo así la lógica internalizada que evalúa a la mujer a través de sus vínculos afectivos. No obstante, estas discusiones raramente problematizaban la legitimidad de un orden narrativo que presenta la abnegación y la realización femenina a través del sacrificio y la elección conyugal como ejes centrales. En este sentido, tal como señala Alves (2014), la recepción de productos narrativos suele permitir "un escape a la realidad cotidiana", lo que explica que estos intercambios privilegien la catarsis sobre el análisis estructural (p. 84). Dichos intercambios, pese a su valor

catártico y comunitario, carecen de la profundidad necesaria para cuestionar el andamiaje ideológico que subyace a estas narrativas, reforzando así, de modo indirecto, los esquemas patriarcales que aparentemente se discuten.

En tercer lugar, la postura contraria subestima el efecto del contraste entre la representación televisiva y la realidad social peruana contemporánea. Si bien es cierto que las mujeres jóvenes hoy tienen una participación educativa y laboral más notable, este avance no convierte a las narrativas tradicionales en simple ficción pasada de moda e inofensiva. Por el contrario, esta misma distancia es la que revela la función ideológica de la telenovela: actuar como un anclaje simbólico frente a los cambios sociales. Como se señala en el análisis de la cultura de masas, "las series televisivas generan expectativas idealizadas del amor y le otorgan una carga normativa según los valores de una cultura generalizada" (Illouz, 2009, como se citó en Guevara, 2023, p. 4). Mientras la realidad empuja hacia la autonomía, series como *Al fondo hay sitio* ofrecen un relato que asocia la seguridad y la felicidad femenina con el hogar y la dependencia a padres o pareja. Esta narrativa no refleja la realidad, sino que construye un ideal alternativo que puede operar como una fuerza conservadora, generando una tensión en el imaginario de las espectadoras entre sus aspiraciones autónomas y un modelo romantizado de éxito basado en lo doméstico y lo conyugal. Lejos de ser neutral, esta representación masiva ejerce una presión cultural que romantiza la subordinación, presentándola no como una opción, sino como el destino emocionalmente más gratificante para la mujer.

Por último, esta postura es infundada al celebrar la validación emocional y la cohesión grupal como si estas prácticas fueran inofensivas. El problema reside en que, con frecuencia, este tipo de socialización se sustenta en contenido estereotipado, lo que puede derivar en una internalización del sexismo. En lugar de cuestionar estos estereotipos, se utilizan como un lenguaje común para procesar emociones y fortalecer lazos, apropiándose funcionalmente de una narrativa dañina. Esto se ejemplifica en Teresa en *Al fondo hay sitio*, cuyo personaje, construido sobre el estereotipo de la mujer de clase trabajadora emocionalmente desbordada y confrontacional, era frecuentemente utilizado como referente humorístico en conversaciones cotidianas. Esta dinámica refleja cómo los medios de comunicación no solo reflejan, sino que también participan activamente en la construcción de la identidad y en la consolidación de estereotipos de género que suelen quedarse rezagados respecto a los cambios sociales reales (Velandia & Rincón, 2013, p. 519). Esta apropiación representativa del personaje, si bien fomentaba un sentido de comunidad al compartir códigos comunes, no desmontaba el arquetipo que lo sustentaba, sino que normalizaba la ridiculización de ciertos comportamientos asociados a la mujer. Lejos de alterar el mensaje, este proceso lo refuerza al integrarlo en la dinámica cotidiana y afectiva de las mujeres, aumentando su familiaridad y, por ende, su aceptación tácita. La comunidad se construye, así, utilizando como cemento cultural los mismos

estereotipos que se presume están siendo criticados, lo que perpetúa su presencia y naturalización en la vida social.

En síntesis, el análisis desarrollado demuestra que *Al fondo hay sitio* ha reproducido estereotipos de género, promoviendo discursos que vinculan a las mujeres jóvenes con la dependencia económica y el ámbito doméstico. A lo largo de sus temporadas, la serie ha construido recurrentemente personajes femeninos, como Charito, Grace y Fernanda, cuyas narrativas asocian sistemáticamente su valor y realización personal con el ámbito doméstico y la dependencia económica de figuras masculinas. Frente a la postura que defiende una recepción activa capaz de subvertir estos mensajes, se ha argumentado que el poder de la repetición narrativa, la naturaleza limitada de los espacios de discusión y la apropiación funcional de los estereotipos para la cohesión social terminan por normalizar y consolidar estos arquetipos en el imaginario colectivo.

Sin embargo, más allá del análisis crítico, esta discusión invita a una reflexión más amplia sobre la responsabilidad de los medios en la construcción de referentes femeninos para las nuevas generaciones. Las telenovelas, aun cuando son consumidas como entretenimiento, poseen la capacidad de moldear aspiraciones, normalizar sistemas de valores y definir qué es presentado como deseable, alcanzable o legítimo para las mujeres jóvenes. Reconocer las implicancias de estas representaciones no implica negar la agencia de las audiencias, sino comprender que esta agencia se ejerce dentro de marcos simbólicos que los propios medios producen y reproducen. Por ello, avanzar hacia narrativas más equitativas y diversas no es solo una obligación creativa, sino también un compromiso ético: ofrecer modelos femeninos que reflejen la pluralidad de experiencias, aspiraciones y posibilidades de las mujeres peruanas contemporáneas. En ese sentido, cuestionar los discursos tradicionales no solo permite leer de manera más crítica lo que vemos, sino imaginar y exigir representaciones que acompañen, y no frenen, los procesos reales de autonomía y transformación social.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilar Montes de Oca, Y. P., Valdez Medina, J. L., González-Arratia López-Fuentes, N. I., & González Escobar, S. (2013). *LOS ROLES DE GÉNERO DE LOS HOMBRES Y*

LAS MUJERES EN EL MÉXICO CONTEMPORÁNEO. Enseñanza e Investigación en Psicología, 18(2), 207-224. <https://www.redalyc.org/pdf/292/29228336001.pdf>

Alves, P. (2014). *Pragmática del espectador en las narrativas filmicas*. En L. A. Alves, F. García García y P. Alves (Coords.), *Aprender del cine: narrativa y didáctica* (pp. 69–138). Icono14 Editorial / CITCEM.
<https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/38325288/Aprender-del-cine-narrativa-y-didactica-libre.pdf?1438175670=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3Daprender-del-cine-narrativa-y-didactica-libre.pdf>

Cantera, L. & Blanch, J. (2010). *Percepción Social de la Violencia en la Pareja desde los Estereotipos de Género*. Universidad Autonoma de Barcelona.

Coria, C. (2016). *La influencia de “La brecha” en el discurso feminista de los setentas y ochentas*. The costal Review: An Online Peer-reviewed Journal.
https://digitalcommons.georgiasouthern.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1001&&context=thecostalreview&&sei-redir=1&referer=https%253A%252F%252Fscholar.google.com%252Fscholar%253Fhl%253Des%2526as_sdt%253D0%25252C5%2526q%253Dbrecha%252Bsocial%252Bfeminis%2526btnG%253D#search=%22brecha%20social%20feminis%22

García, C. (2019). *Dimensiones de la teoría del desarrollo humano*. La Revista Internacional de Políticas de Bienestar y Trabajo Social, núm. 11.
<https://www.redalyc.org/pdf/6721/672174444002.pdf>

Guevara, A. (2023). *Tu príncipe azul es un agresor: la idealización del amor romántico y su influencia en la violencia de género dentro del contexto latinoamericano*. La Colmena, (16), 131-150. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/lacolmena/article/view/27720/25780>

Kohli, G. (2020). *(IN)DEPENDENCIA FEMENINA Y VIOLENCIA ECONÓMICA EN ÁRBOL DE FAMILIA, DE MARÍA ROSA LOJO*, Universidad Nacional del Nordeste, Argentina, <http://p3.usal.edu.ar/index.php/gramma/article/view/5327/7133>

Lopez, M. (2020). *La autonomia economica de las mujeres como una apuesta feminista para la superacion de las violencias basadas en el genero*. Sisma Mujer. <https://sismamujer.org/wp-content/uploads/2024/05/La-autonomia-economica-de-las-mujeres-como-una-apuesta-feminista-para-la-superacion-de-las-violencias-basadas-en-genero-2.pdf>

Mascheroni, P. & Riella, A. (2016). *La vulnerabilidad laboral de las mujeres en áreas rurales*. Revista de Ciencias Sociales. <http://www.scielo.edu.uy/pdf/rcs/v29n39/v29n39a04.pdf>

Morrison A. (2021). *La participación laboral de las mujeres en el Perú: 10 mensajes clave y 6 recomendaciones depolítica*. Banco Interamericano del Desarrollo. <https://publications.iadb.org/es/la-participacion-laboral-de-las-mujeres-en-el-peru-10-mensajes-clave-y-6-recomendaciones-de>

Prosper, J. (2012). *Frecuencia y punto de vista: procedimientos narrativos para estructurar el relato*. Icono 14, volumen 11 (1), pp. 281-302. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4237208>

Rózsa, E. (2022). *De Antígona a la mujer correcta. La imagen de la mujer según Hegel en la tensión entre la Fenomenología del espíritu y la Filosofía del derecho de 1820*. Antítesis - Revista Iberoamericana De Estudios Hegelianos, 3, 7
24. <https://revistas.uam.es/index.php/antitesis/article/view/15706>

Vázquez, V. (2025). *FANTASÍAS E INVENCIONES REBELDES ENTRE ARTE Y FEMINISMO*, Instituto de investigación y experimentación en arte y cívica. <http://iieac.criticadeartes.una.edu.ar/wp-content/uploads/2025/03/Cuaderno-IIEAC-nro.-13.pdf>

Velandia-Morales, A., & Rincón, J. C. (2013). Estereotipos y roles de género utilizados en la publicidad transmitida a través de la televisión. *Universitas Psychologica*, 13(2), 517-527. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/view/5854>