



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

**La televisión como consumo cultural en México: el caso de las
Telenovelas**

SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA

PRESENTA

MURILLO ACOSTA LOURDES CECILIA

ASESOR: JOSÉ HUMBERTO RAMOS



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos:

Con infinita gratitud dedico este logro a mi madre Carmen Olivia. Gracias por darme la vida y llenarme de amor. Por la enseñanza y fortaleza que me heredaste para enfrentar cada una de las batallas interminables de la vida. Por ser el ejemplo más grande para continuar hacia adelante y luchar por los sueños. Lamento tanto que no estés aquí, y aun sigues viviendo en mí, todo mi reconocimiento y agradecimiento por siempre...

A mis hermanos Héctor, Ricardo, Rosario y Elsa, y a mis abuelos Carmen y Alfonso. A ustedes mis compañeros y amigos de vida, mis genes, mi fuerza, y empuje. Gracias por su apoyo incondicional, por amarme como me aman, por dejarse sentir a pesar de la distancia, a pesar de mí.

A mis grandes amigos, Sajith, Susana, Carla, Antonia. Que les puedo decir... uno de los mejores regalos que la vida me ha entregado. Gracias por estar siempre a mi lado, por sus consejos, su apoyo, paciencia y amor.

Pablo gracias por estar en este momento tan especial de mi vida, por tu amor, por la alegría, por la compañía y enseñanza que me entregas día a día. Por ser una gran razón de estar de existir.

Mil Gracias a todos aquellos que de una u otra forma hicieron posible este proyecto. Humberto y Fernando, gracias por su enseñanza, asesoría y tiempo invertido en este trabajo. A mi padre José Trinidad que le agradezco la vida.

Para finalizar, mi más grande y eterno agradecimiento a mi amada UNAM, por la oportunidad de darme un crecimiento académico, como ser humano y por el logro de mis ideales.

INDICE

	Pág.
AGRADECIMIENTOS	
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	
PARA EMPEZAR, UNA BASE TEÓRICA	7
1.1. COMUNICACIÓN Y CULTURA	7
1.2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA TELENVELA	10
1.3. LA TELENVELA	13
1.4. CONSUMO	16
1.5. CONSUMO CULTURAL	20
1.6. APROPIACIÓN Y USO	22
1.7. VIDA COTIDIANA	23
1.8. LOS VALORES	26
CAPÍTULO 2	
UN VISTAZO A LA CREACIÓN DE LA TELEVISIÓN, SUS PRODUCTOS Y LA IMPORTANCIA DE LA TELENVELA	32
2.1. LA TELEVISIÓN Y SU DESARROLLO EN EL MUNDO	33
2.2. UNA BREVE HISTORIA DE LA TELEVISIÓN MEXICANA	34
2.3. LA TELENVELA	42
2.3.1. Antecedentes de la telenovela	42
2.3.2. El folletín	43
2.4. LA TELEVISIÓN EN AMÉRICA LATINA Y EN EL MUNDO	45
2.5. LA MUJER Y LA TELENVELA EN MÉXICO	49
2.6. SOBRE LOS CONTENIDOS DE LA TELENVELA	62

CAPÍTULO 3**UNA METODOLOGÍA PARA OBTENER Y DESCRIBIR LOS****RESULTADOS**

	65
3.1. NOCIONES GENERALES	66
3.2. DE LA METODOLOGÍA A LA CONSTRUCCIÓN DE CATEGORÍAS	69
3.3. METODOLOGÍA	74
3.3.1. La construcción del proceso	75
3.4. LAS TÉCNICAS	78
3.4.1. Análisis de contenido	78
3.4.2. Grupo de discusión	84
3.4.3. Construcción del instrumento para el análisis de contenido	88
3.4.4. Segunda técnica de investigación “Grupo de Discusión”	97
3.4.5. Construcción del instrumento para el Grupo de Discusión	97
3.4.6. Primer grupo	100
3.4.7. Segundo grupo	Seg 101
3.5. RESULTADOS	103
3.5.1. Los resultados del Análisis de Contenidos en <i>Destilado Amor</i>	103
3.5.2. Resultados de los dos Grupos de Discusión	117
3.5.3. Estos son los resultados	118
3.5.4. Resultados de apropiación	125

CAPÍTULO 4

PARA CONCLUIR, UN ANÁLISIS GENERAL	128
4.1. LA TELEVISIÓN EN NUESTROS TIEMPOS	128
4.2. LA MUJER Y SU RELACIÓN CON LA TELENVELA	129
4.3. LOS USOS QUE LA MUJER REALIZA DE LA TELENVELA	132
4.4. SOBRE LOS CONTENIDOS ENCONTRAMOS QUE ...	134
4.5. EL JUEGO DE LOS ESTEREOTIPOS	138
	Pág.
4.6. LOS VALORES	140
4.6.1. Valores humanos	142
4.6.2. Valores morales	145
4.6.3. Valores religiosos	149
4.6.4. Valores biológicos	150
4.7. LA MUJER Y LA APROPIACIÓN DE VALORES A TRAVÉS DE LA TELENVELA	152
CONCLUSIONES	155
ANEXOS	164
BIBLIOGRAFIA	195

INTRODUCCIÓN

El mundo en que vivimos experimenta cambios sociales que se viven con una rapidez asombrosa; el hombre, en su eterna búsqueda por tratar de entender quién es y qué necesita para sentirse bien, ha creado una serie de satisfactores, sin embargo también enfrenta, en su devenir diario, aspectos negativos como el egoísmo, la violencia, la indiferencia, la negación al compromiso, el rompimiento de los lazos amorosos, etc., lo que conlleva al derrumbe de la institución matrimonial, y por ende al desmembramiento familiar.

Para lograr vivir en armonía dentro de la sociedad, el hombre ha creado – dentro de su cultura- un conjunto de valores y normas morales que rigen su actuar, recurre a reglas y formas de conducta que, actualmente, son asumidas a través de los medios masivos de comunicación. La presencia de éstos forma parte de nuestra vida diaria y es un hecho que no pueden ser ignorados ya que de una u otra manera se han ido haciendo parte fundamental de nuestra cultura.

La influencia que ejerce la televisión en nuestra sociedad es cada vez mayor, la presencia de este medio en nuestra vida diaria no puede ser ignorada al intentar analizar y explicar el significado de nuestra sociedad, puesto que es un medio de información, entretenimiento y cultura.

Uno de los productos que muestra el medio es la telenovela, mismo que es uno de los de mayor demanda en nuestro país. Es una forma de transmisión televisiva basada en el drama y en los esquemas sociales que forman parte de nuestra cultura y vida diaria, y opera como transmisor de valores y promotor del desarrollo de una ideología controlada por los poderes.

México se ha convertido no sólo en productor de telenovelas, sino también en uno de los países más importantes en la exportación de éstas. Televisa, por citar como parte de nuestro estudio, produce en promedio de ocho a diez

telenovelas al año, de las cuales exporta entre tres y cuatro a otros países, como Italia, Rusia y algunos más de América Latina.

Así, la modernización dentro de la vida cotidiana y el aumento en el consumo de tecnología ha hecho más difícil establecer y mantener relaciones personales, ya que se opta por sustituirlas con entretenimiento televisivo (o computacional) observándose relaciones de identidad con los personajes del género de la telenovela.

La sociedad se ve identificada con los personajes que se desarrollan dentro de las telenovelas que ven por televisión, mismas que crean estereotipos que se proyectan dentro de éstas.

El melodrama fue creado como un programa de entretenimiento dirigido exclusivamente a la mujer, la cual es considerada como la más grande consumidora del género. Ahora bien, por ser ella el pilar de la familia su imagen es apropiada formando parte de la presentación de estereotipos y es utilizada en todo tipo de publicidad y programas televisivos.

Dentro de la telenovela la mujer juega un papel sumamente importante, tanto dentro de ella –como personaje- como fuera de la misma –como consumidora del género- y, a su vez, es la generadora del éxito o el fracaso de ésta, puesto que en la medida en que se siente identificada con los personajes, se engancha en la trama, logrando un incremento en la audiencia.

Ahora bien, debido a la importancia adquirida por la telenovela, y la demanda que de ésta hace la mujer, he considerado necesario realizar el presente estudio, el cual versa sobre el consumo y la apropiación que la mujer realiza de los valores que son mostrados en los contenidos de la telenovela y, cuál es el uso que hace de ellos dentro de su vida cotidiana.

Con base a lo anterior, el objetivo de este estudio es realizar un análisis de la telenovela *Destilando Amor* por ser un melodrama que en su contenido temático muestra valores que son de interés para el desarrollo de nuestra investigación. Es aquí donde conviene señalar que los datos que arroje dicho estudio se mantendrán vigentes (a pesar de haberse transmitido en el 2007) por abordar temas relacionados a nuestras costumbres y cultura, siendo éstas característica del género.

Es así que dentro de nuestro objeto de estudio se podrá observar cuáles son las conductas interpretadas por los personajes, y de éstas cuáles traslada la mujer a su devenir diario transformadas en valores. Del mismo modo, y como objetivo específico, se pretende analizar el consumo y uso que hace la mujer del producto, así como la apropiación de actitudes y conductas que adapta a su vida.

La importancia de esta investigación radica en el hecho de que siendo nuestro país uno de los productores más importantes a nivel mundial de este género, se hace necesario conocer en qué medida la mujer llega a realizar una apropiación –como principal consumidor- respecto a los valores que manejan las telenovelas y cómo estos son representados en su vida diaria.

La muestra que se tomó para realizar este estudio corresponde a un sector de mujeres que residen en la Ciudad de México y Área Metropolitana, debido a que considero que por encontrarse más cercanas a la tecnología son propensas, en mayor grado, a establecer relación con el medio.

La presente investigación se divide en cuatro Capítulos. El primero, denominado “Para empezar, una base teórica”, contiene las conceptualizaciones de cultura y comunicación (Lluís Duch y John B. Thompson), desarrollándose una breve relación entre éstas. Se busca dar precisión a los conceptos sobre la telenovela y se mencionan algunos estudios en relación a ella (Nora Mazziotti y J. Martín-Barbero). Asimismo se ofrece una descripción sobre las teorías planteadas

acerca del consumo y consumo cultural (García Canclini), dejando ver qué se entiende por apropiación, usos y vida cotidiana (John B. Thompson y T. Coelho), para finalmente dar a conocer lo que son los valores (Milton Rokeach).

El segundo Capítulo, “Un vistazo a la creación de la televisión, sus productos y la importancia de la telenovela”, aborda la historia de la televisión a nivel mundial y nacional, de ahí se desprende el surgimiento de la telenovela (1957), describiendo su desarrollo tras 50 años de éxito, hasta llegar a la transmisión de *Destilando Amor* (2007).

En un tercer Capítulo “La metodología para obtener y describir los resultados” es dónde se establecen las bases metodológicas para la obtención de los datos necesarios para realizar la investigación, sustentada en dos técnicas: Análisis de Contenido (Klaus Krippendorff) y Grupo de Discusión (Ibáñez), ofreciendo una descripción de cada técnica para después mostrar su desarrollo y elaboración. El Análisis de Contenido se contempló como una técnica que ayudaría a obtener datos sobre los contenidos de la telenovela *Destilando Amor*, para dar a conocer los valores que en ésta se proyectan. Como complemento se realizaron dos Grupos de Discusión, en mujeres con edades de 25 a 50 años, con el objeto de efectuar un estudio para determinar si el género femenino realiza una apropiación de los contenidos que son consumidos (telenovela), para finalizar con el cruce de las dos técnicas empleadas y dar a conocer los resultados, es decir, determinar si se realiza dicha apropiación.

El último Capítulo, cuarto, “Para concluir un análisis general”, recopila la información más relevante de los Capítulos anteriores, presentando un análisis de los datos arrojados. Aquí se describen los resultados de la investigación realizada.

La lectura del presente trabajo es recomendada para los estudiantes de la carrera de Comunicación, de la Facultad de Estudios Superiores de Acatlán, ya que contiene información que podría ser de interés para quienes se vean

motivados a la observación de los fenómenos que provocan los medios de comunicación masiva, específicamente la televisión, en las audiencias, ya que ofrece algunos temas de importancia para desarrollar estudios futuros o bien para complementar el presente trabajo.

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 1

PARA EMPEZAR, UNA BASE TEÓRICA

En este capítulo se pretende esquematizar los aspectos teóricos empleados dentro del campo de investigación. Se da precisión a diferentes conceptos de comunicación y cultura, así como la relación entre éstos; asimismo, se describen algunas teorías planteadas por expertos en la materia, para determinar conceptualizaciones sobre la televisión y lo que ésta produce, dando importancia a la telenovela, consumo, consumo cultural, apropiación y uso, vida cotidiana, finalizando con un acercamiento sobre los valores.

1.1. COMUNICACIÓN Y CULTURA

El hombre, desde su aparición en la tierra, ha buscado la forma de establecer comunicación con los demás, es así que se ha encargado de elaborar y desarrollar mediaciones de información a través de gestos, señas y movimientos, los cuales se fueron transformando en significados colectivos, lo que le permitió establecer relación con los demás, formándola parte de su realidad.

Sobre el tema, Duch en su texto *Estaciones del laberinto* menciona lo siguiente:

“Fundamentalmente lo humano consiste en una construcción simbólica y social de la realidad que posibilita la instalación del ser humano en su mundo cotidiano; una instalación que comporta constantes procesos de interpretación de su entorno físico y humano o lo que es lo mismo: en continuas contextualizaciones a tenor de los cambios que impone la propia biografía de los seres humanos” (2004, p. 91).

Una vez establecida la construcción simbólica, como el lenguaje (expresado en diversas formas como puede ser a través del cuerpo, gestos, movimientos y la

lengua hablada), el hombre lo fue incorporando a su vida diaria, hasta convertirlo en actos comunicativos logrando el intercambio de información. A partir de dichos actos se empiezan a realizar imitaciones, “presentaciones” y “representaciones”, que caracterizaban las rutinas cotidianas de los diferentes grupos, recibiendo el nombre de “rituales” (Duch, 2004, p. 95). Es así que se empezaron a utilizar dichos rituales como parte de una comunicación ya establecida para dar nacimiento y forma a lo que ahora conocemos como cultura.

Entrando al tema sobre cultura es importante preguntarse ¿cómo la mujer crea su cultura? y ¿cómo ésta la va conformando día a día? Para llegar a una respuesta es necesario precisar lo que se entiende por Cultura. Sobre este punto Duch (2004) señala que es “una acción comunicativa que se da desde el nacimiento hasta la muerte. No sólo en la forma de ‘estar’ sino también en la forma de ‘ser’, tanto en hombres como en mujeres que desarrollan en sus trayectorias existenciales, la cultura es la naturaleza del hombre, ya que para él no existe ninguna posibilidad extracultural” (p. 112).

Continuando con el análisis sobre el término de Cultura, John B. Thompson (1994) hace mención a tres diferentes concepciones de cultura, que son: Concepción Clásica, la cual predominó en los siglos XVIII y XIX y se usaba para referirse a un proceso de desarrollo intelectual o espiritual; la Concepción Descriptiva. en ésta señala un conjunto diverso acerca de valores, creencias, costumbres, hábitos y prácticas, característicos de una sociedad o bien de un determinado periodo histórico; por último, la Concepción Simbólica, en ésta plasma un enfoque dirigido al simbolismo, donde el estudio de la cultura se dirige esencialmente por la interpretación de los símbolos y su acción simbólica (p. 136).

Thompson (1994) afirma que la primera de estas concepciones fue expuesta por filósofos e historiadores a fines del siglo XVII e inicios del XIX y señala que: "la cultura es el proceso de desarrollar y ennoblecer las facultades humanas, proceso que se facilita por la asimilación de obras eruditas y artísticas

relacionadas con el carácter progresista de la era moderna” (p. 139). Se puede observar que hace una exclusión de las acciones cotidianas, dándole peso a la obra humana como lo más excelso del hombre.

En la concepción descriptiva Thompson (1994) menciona: “la cultura de un grupo o sociedad es el conjunto de creencias, costumbres, ideas y valores así como los artefactos, objetos e instrumentos materiales que adquieren los individuos como miembros de ese grupo o esa sociedad” (p. 143). Esta perspectiva describe que la cultura del hombre se manifiesta en todo aquello que es obra suya y como tal, puede servir para describirlo. Ésta se asemeja a la teoría totalizante de Edward B. Tylor (citado por Gilberto Giménez en *Materiales para una teoría de las identidades sociales*), quien señala que toda obra, pensamiento o práctica cotidiana es el resultado de procesos de estructuración al que ha sido expuesto el hombre desde su nacimiento, en su entorno social, lo que conforma su cultura, aspectos que habrán de servir para describirlo (Giménez, 1986, p. 21). Sobre dicha concepción, Gilberto Giménez no niega que todas esas acciones sean parte de la cultura de un pueblo, pero menciona que en la sociedad se desarrollan distintos tipos o niveles de cultura.

Para el desarrollo de la concepción simbólica de cultura, Thompson (1994) recurre a Geertz caracterizándola como:

la cultura es el patrón de significados incorporados a las formas simbólicas (entre las que se incluyen acciones, enunciados y objetos significativos de diversos tipos) en virtud de los cuales los individuos se comunican entre si y comparten sus experiencias, concepciones y creencias (p. 145).

De lo anterior se desprende que la cultura contempla como partes integrantes los componentes simbólicos, los cuales permiten a los individuos comunicarse, vivir en sociedad y participar en todo aquello que tiene una significación.

Sobre estas tres concepciones Thompson (1994) formula la llamada *Concepción Estructural de la Cultura*, en la que señala que los fenómenos culturales son “el estudio de las formas simbólicas en relación con los contextos y procesos históricamente específicos y estructurados socialmente dentro de los cuales y por medio de los cuales se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas” (p. 149).

Ahora bien, para hablar acerca de la relación que existe entre cultura y comunicación, cabe mencionar que existen símbolos culturales tales como la familia, el estado, la educación y la religión, los cuales se encargan de organizar el universo simbólico y las significaciones dentro de los grupos sociales. Es aquí donde los medios de comunicación estructuran las nuevas maneras en que se produce y circula la cultura en la actualidad. De acuerdo con Thompson (1998) los medios de comunicación juegan un papel importante “ya que han dado forma a las maneras en que la información y los contenidos simbólicos son producidos y puestos en circulación en el mundo social” (p. 35). Es así que los medios de comunicación son valorados como una fuente cultural generalizada por la población, ya que a través de su apreciación y forma de uso, se intentará conocer el consumo¹ que la mujer realiza de los medios, específicamente de la televisión.

1.2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA TELENOVELA

Los medios, aparatos y contenidos que ahora se encuentran con una fácil disposición y penetración en nuestra sociedad, forman parte de las prácticas cotidianas, mostrando resultados en aquellos que lo consumen, esto es, llegan a mostrar cierta influencia para modificar formas de pensar. A lo que podemos afirmar que estamos frente a un fenómeno de reemplazo de las formas de interrelación de la tradicional cara a cara para sustituirlos con los medios instrumentales. Thompson (1998) señala que los *media*, han transformado la

¹ El tema de consumo será abordado en la página 16.

naturaleza de la producción simbólica y el intercambio en el mundo social, destacando el papel y función que éste desempeña dentro de su “producción, almacenamiento y circulación de materiales significativos para los individuos que los producen y reciben” (pp. 25-26).

Por otra parte Néstor García Canclini (1998) hace referencia en *El consumo cultural en México*, sobre la capacidad de penetración que tienen los medios para inducir a una competencia desigual entre los bienes culturales simbólicos (como escuelas, cines, etc.) y los medios de comunicación que los lleva a domicilio (radio, televisión, etcétera) para establecer un “desajuste entre el mapa de su distribución poblacional y el de distribución de equipamientos culturales” (p. 47). Esto lo afirman otros autores, como Martín-Barbero y Stevenson, al coincidir con la idea de que los medios masivos como cine, televisión y radio, influyen de tal manera en las formas de pensar de los ciudadanos, que éstos llegan a definir criterios con base a lo que los medios transmiten. Al respecto, el ensamble entre ambos términos -afirma García (1995), en *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*- se altera en todo el mundo debido a cambios económicos, tecnológicos y culturales, por los cuales las identidades se organizan cada vez menos en torno a símbolos nacionales y empiezan a formarse ideas, creencias y juicios con respecto a lo que proponen, por ejemplo, Hollywood, empresas como Televisa y MTV (p. 15).

Son numerosos los autores que han elaborado estudios acerca de la influencia que llegan a establecer los medios sobre las audiencias y la sociedad en general. Es así que Martín-Barbero (1987) en *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*, refiere a la radio, cine y televisión como los nuevos mentores de la sociedad, a lo que podemos señalar que los *media* son las fuentes culturales más generalizadas, tanto por apreciación y modos de uso, como por el consumo y prácticas cotidianas que realizan los individuos en éstos.

De acuerdo con Stevenson (1998), ahora los consumidores tienen posibilidades mucho más amplias de elección y de control sobre los productos culturales que desean comprar. La afirmación anterior nos indica que el bagaje del hombre moderno está supeditado a la producción de su cultura creada por su capacidad de compra y adquisición, lo que indica que la cultura con la que se está relacionando es la que ha adquirido a través de los medios (p. 210).

Asimismo podemos señalar que los medios son generadores de una nueva cultura; sus formas de penetración y generalización que traen consigo ayudan a crear relaciones interpersonales y su ocupación de los tiempos libres.

En relación con lo anterior, encontramos que Martín-Barbero y Sonia Muñoz (1992) señalan que:

los modos de usar la televisión modos de ver, se hacen manifiestos en la organización del tiempo y del espacio cotidiano. Puede establecerse una gama de usos que tiene que ver, no únicamente con la cantidad de tiempo dedicado, sino, con el significado social de ese tiempo y con el tipo de demanda que las diferentes clases le hacen a la televisión (p. 223).

Dicha premisa servirá de apoyo para fundamentar el conocimiento sobre el uso que la mujer realiza del medio. Estos planteamientos ayudarán para lograr comprender cuál es la importancia que tiene la televisión como medio de transmisión cultural, siendo ésta de gran alcance para la población, por su fácil acceso, entendimiento y penetración en los públicos consumidores. Es por ello que en el siguiente punto se abordarán algunas definiciones relacionadas con la telenovela –por ser el producto de mayor demanda dentro de la programación y por ser nuestro objeto de estudio- para así lograr una percepción más amplia acerca de los estudios realizados por especialistas en el tema.

1.3. LA TELENVELA

Para adentrarnos a este tema es necesario mencionar que el género del melodrama² se identifica desde 1790 y tiene su origen en los países de Francia e Inglaterra; está relacionado con espectáculos de ferias así como con temas de relatos de literatura oral, en los que destacan los cuentos, principalmente los de misterio y relatos de terror. Este género nació como un espectáculo imponente y trivial, el cual respira “extravagancia y jocosidad”. Es de aquí donde surgen las radionovelas (radio-teatro), como un medio popular y con la invención del televisor en 1957, se crearon las telenovelas con gran éxito, iniciándose así un nuevo medio masivo cultural.

Ahora bien, para fundamentar lo que entendemos por telenovela recurrimos a Nora Mazziotti al citar de un artículo tomado de Internet:

La telenovela es un género que forma parte de la dinámica cultural de una sociedad y tiene una finalidad mediática porque funciona dentro de un sistema productivo concreto, atiende a las lógicas del consumo y reproduce al mismo tiempo esquemas culturales (Naele en: Mazziotti, 2010).

Por otra parte, Lull (1998) hace referencia a la telenovela como aquella que “a diferencia de otros productos mediáticos como las noticias, la ficción no es una instancia de lo global en lo local, como algunos pretenden verla, sino algo muy local que se dispara en múltiples direcciones y cruza fronteras” (p. 57).

Asimismo podemos señalar que dentro de sus contenidos encontramos expresiones vinculados con la cultura tales como música, teatro, religión y vida cotidiana de sus personajes, llegando a establecer procesos de comunicación y de identidad al espectador. Es aquí donde estos productos muestran lo que las masas producen y consumen, relacionando la cultura popular con diferentes

² Los temas relacionados a la telenovela, como es la radionovela, folletín, melodrama y su desarrollo, se tratarán dentro del segundo capítulo (p.42).

espacios y tiempos, los cuales logran establecer una sociabilización, dándose una mezcla relacionada al parentesco y lazos de amistad dentro de la vida del espectador.

Es así que valdría la pena preguntarnos ¿Por qué la telenovela ocupa un lugar importante entre las producciones televisivas que se difunden en nuestro país? Éstas son las generadoras de uno de los medios culturales más importantes dentro del consumo por nuestra sociedad.

Martín-Barbero y Sonia Muñoz (1992) en su libro titulado *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*, consideran que el melodrama se encuentra vinculado con la cinematografía y fonografía incorporando la radio como uno de los elementos de más importancia como medio de comunicación y partiendo del radio-teatro, donde se da el surgimiento a la telenovela. En cuanto a los contenidos de la telenovela, los mencionados autores la describen de la siguiente forma:

La telenovela muestra una serie de relatos cuya base es el melodrama e instala una nueva estética basada más en los imaginarios populares que en la concepción artística o expresiva de sus productos. La finalidad de estos relatos consiste en el reconocimiento de una identidad que a veces es negada, ocultada o avasallada temporariamente, y que se recupera en el desenlace de los relatos (p. 47).

Otra de las aportaciones realizadas por Martín-Barbero (1987) señala que el género del melodrama consiste en plasmar acciones, formar el sentido de la reparación justiciera y crear pasiones en lugar de palabras; éstos son creados por las industrias culturales con la finalidad de que el hombre relacione su bagaje cultural, para la creación de su propia cultura. Por otra parte, cabe señalar que el medio -al tener la capacidad de llegar a todo tipo de público- cumple con el

proceso de transformación donde deja de pertenecer a lo popular para convertirlo en un medio masivo. Al respecto Martín-Barbero (1987) señala, como

un lugar de llegada de una memoria narrativa y gestual popular, y un lugar de emergencia de una escena de masas esto es, donde lo popular comienza a ser objeto de una operación de borradura de las fronteras que arranca con la constitución de un discurso homogéneo y una imagen unificada de lo popular, primera figura de las masas (p. 125).

De lo anterior podemos desprender que la cultura de masas es un modelo cultural que se encarga en presentar productos como la telenovela para la creación de una cultura, ya que fomenta la comunicación entre lo real e imaginario, y al mismo tiempo permite una reproducción social, al exteriorizar mensajes acerca de lo que el ser humano hace dentro del contexto en el que se encuentra, dando así, lugar a la interacción social, regida por programaciones sígnicas que prescriben roles individuales y grupales.

La finalidad de los contenidos en la telenovela consiste en el reconocimiento de una identidad. Martín-Barbero (1987) y Nora Mazziotti (2010) coinciden al señalar que la telenovela es un género que por medio de sus contenidos y por la forma en que es contada y representada, el espectador logra tener como resultado una identificación, ya que plasma el sueño e ilusión del amor y otros sentimientos en relación a éste. Es así que valdría la pena preguntarnos ¿Cuáles son los elementos de mayor importancia dentro de los contenidos de la telenovela? El género cuenta con una estructura parecida a la de los cuentos, se construyen una serie de situaciones clímax, relacionadas al misterio, duda y problemas secretos, los personajes se ven relacionados a ellas y finalmente los hechos terminan siendo una causa natural donde el castigo y éxito logra que todo se olvide. Siempre existirán historias y personajes bondadosos que poseen la verdad con la finalidad de revelarla al héroe y heroína. El final feliz opera como

una recompensa social de la trama, pero está en función de las expectativas sociales del espectador.

Mazziotti (1996) en su libro *La industria de la telenovela* sostiene que la telenovela es un género de la industria cultural dando importancia a la producción industrial, su textualidad y expectativas de la audiencia. En este sentido, el género determina cómo hacer un producto, qué contar y cómo contarlo.

Eliseo Verón y Lucrecia Escudero (1997) en *Telenovela ficción popular y mutaciones culturales* coinciden con esta expectativa ya que indica que la telenovela pertenece a la categoría “genero-producto”, y lo analizan tomando en cuenta dos perspectivas: por una parte contemplan que la telenovela es una ficción televisiva, pero a su vez, un producto que forma parte de los medios masivos, inserto en la lógica de la producción del medio televisivo, construyendo un particular contrato mediático en relación al espectador (p. 74).

La televisión y la telenovela fomentan la creación de una esfera social dentro del hogar. Los telespectadores comparten sus vivencias, prácticas culturales, usos y costumbres y es así como articulan sus modos de vida. De esta manera García Canclini (1995) señala que se constituye una realidad cultural, la cual es consumida y va formando parte de la vida de la sociedad Latinoamericana. Partiremos de esta premisa para entrar al tema sobre consumo.

1.4. CONSUMO

Para referirnos al concepto de consumo, nos basaremos en los estudios realizados por García Canclini en sus libros *El consumo cultural en México y Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, señala que consumo es “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (García Canclini, 1998, p. 24). Así podemos entender que el autor se refiere al consumo como al resultado de un

proceso sociocultural desechando, con ello la visión conductista, negando que éste se restrinja a la relación estímulo-respuesta. Puede afirmarse que el consumo no es el resultado de una compulsión consumista, al afirmar que viene a ser la consecuencia de un proceso de socialización puesto en juego ante el objeto de consumo. García Canclini (1998, pp. 25-32) hace mención a seis modelos en los que se puede realizar el consumo, a saber:

1. *Modelo. El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital.* En este primer modelo -sobre las formas de consumo- hay dos posturas en juego: la del productor o clase dominante que busca crear o satisfacer una necesidad en el comprador, y la del consumidor que pone en juego su racionalidad y su economía para definir el consumo.

2. *Modelo. El consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social.* Esta visión concibe al consumo con un carácter interactivo en la vida cotidiana de los pueblos que lleva al surgimiento de las agrupaciones de consumidores, quienes a través de la demanda de ciertos bienes, provocan un crecimiento de la producción de algunos bienes y de su circulación en el mercado.

3. *Modelo. El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos.* Para explicar este modelo, García Canclini (1998) expone que las formas de distinción entre las clases sociales se manifiestan, más que en los bienes materiales ligados a la producción (tener una fábrica o un banco), en las maneras de transmutar en signos los objetos consumidos.

4 *Modelo. El consumo como sistema de integración y comunicación.* Se advierte en este modelo, a diferencia del anterior, que algunos bienes culturales pueden vincular y acercar -en lugar de distanciar- a las diferentes clases sociales de una comunidad y favorecer la sociabilidad. “Consumir es también, por lo tanto, intercambiar significados” (García Canclini, 1998, p. 29).

5 Modelo. El consumo como escenario de objetivación de los deseos. De acuerdo con este modelo, los deseos juegan un papel insoslayable en la configuración semiótica de las relaciones sociales y por su carácter simbólico, no obedecen a una necesidad, son el producto de experiencias pasadas, de recuerdos y, más que buscar satisfacer una necesidad fisiológica, esta forma de consumo va dirigida a cubrir aspectos simbólicos presentes en el individuo.

Vale la pena comentar que este modelo formará parte fundamental dentro de la investigación a desarrollar, pues es necesario señalar que la televisión es un claro ejemplo como escenario de objetivación de los deseos -donde la mujer desempeña un papel importante- pues a través de ella percibimos imágenes e información, que nos lleva a los deseos, relacionados a bienes materiales y sobre todo con los sentimentales y emocionales, sin dejar de lado que en las prácticas de consumo el deseo del consumidor es un aspecto a destacar.

6 Modelo. El consumo como proceso ritual. A través de los rituales, “*la sociedad selecciona y fija, mediante acuerdos colectivos, los significados que la regulan*” (García Canclini, 1998, p. 32). Con esto podemos entender que además de satisfacer necesidades o deseos, apropiarse de los objetos es llenarlos de significados.

Cinco de estos seis modelos se refieren al carácter simbólico que guardan los bienes. Cabe mencionar que nos apoyaremos en tres de ellos para realizar nuestra interpretación acerca de ¿cuál es el consumo y la apropiación que la mujer realiza sobre los contenidos de la telenovela? Por otra parte, los modelos establecen que el consumo le da distinción a las personas o grupos sociales, lo integra para establecer comunicación con los demás, objetiva deseos y da origen a rituales. Consumir, concluye García Canclini (1998), “*sirve para pensar*”, entonces todos los actos de consumo son hechos culturales.

Asimismo dicho autor señala que el consumo es un lugar de diferenciación social y distinción simbólica dada entre grupos, esto es que entre las clases sociales se manifiestan los bienes materiales ligados a la producción, en la manera que van transmutando los signos en objetos consumidos. Visto así cada persona transforma sus consumos en prácticas cargadas de signicidad. En este punto se percibe la trascendencia del *“cómo uso lo que adquiero”* y lo que nos lleva a preguntar ¿cómo esas prácticas marcan las distancias entre las clases sociales?

Sin embargo, una corriente actual establece que se está provocando una democratización de los consumos, donde las fuentes culturales se están convirtiendo en los nuevos maestros que -de acuerdo con Martín-Barbero (1987)- son los medios de comunicación los que hacen posible la democratización de la cultura, y afirma que “mientras el libro mantuvo y hasta reforzó la segregación cultural entre las clases, ya el periódico empezó a posibilitar el flujo y el encuentro que la radio, el cine y la televisión intensificarán más adelante” (pp.157-158). A lo que podemos señalar que algunas formas de consumo consiguen favorecer la sociabilidad entre individuos, al igual, que los bienes culturales, así los bienes funcionan para vincular y acercar, en lugar de distanciar a las diferentes clases de una comunidad para favorecer dicha sociabilidad. “Consumir es también, por lo tanto, intercambiar significados” (García Canclini, 1998, p. 29).

Para ampliar dicho tema podemos mencionar que dentro de una comunidad existen productos que cuyo consumo vinculan a todo tipo de público como lo hace la telenovela, siendo éste un producto que favorece un intercambio de significados, logrando crear una sociabilidad entre quienes la consumen sin dar importancia a la clases sociales pertenecientes.

Martín-Barbero y Sonia Muñoz (1992) concuerdan con García (1998) al afirmar que el consumo no es sólo reproducción de fuerzas sino producción de sentido, al señalar que:

lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos pues incluye los usos que les dan forma social y en los cuales se inscriben demandas y dispositivos de acción que materializan las diferentes competencias culturales” (Martín-Barbero y Muñoz, 1992, pp. 22-23).

Es entonces que podemos señalar que consumo es una práctica cultural que permite al hombre satisfacer necesidades y cubrir ciertos requisitos simbólicos que lo ayudan a encontrar una razón de ser y de actuar, pues consume aquello que da sentido a su existencia.

1.5. CONSUMO CULTURAL

El consumo cultural es una práctica social conformada por la unión de diversos factores, consumo y cultura. Dentro de estas prácticas existe gran variedad de fuentes culturales encargadas de transmitirla, entre las que podemos encontrar a la televisión, formando parte de los medios de comunicación, siendo ésta una de las principales fuentes de información, logrando propagar nuevas ideas a aquellos que las consumen.

Al respecto Thompson (1993) y García (1998) han realizado estudios en base al concepto de consumo como actividad simbólica, donde confluyen valores desarrollados por las personas y se relacionan múltiples factores significativos como consumos que obedecen a estilos de vida, gustos personales o de moda, en los cuales se evidencia que muchos de éstos pueden ser innecesarios pero cargados de gran simbolismo.

García Canclini (1998) define al consumo cultural de la siguiente forma: *“El conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”* (p. 24).

Cabe mencionar que el tema es de amplio interés para los objetivos de nuestra investigación, ya que se tiene planeado dilucidar ¿cuándo el consumo se convierte en cultural? y ¿por qué la mujer consume este producto televisivo? Pues bien García Canclini (1998) señala que “los productos denominados culturales tienen valores de uso y de cambio, pero en ellos, los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles” (p. 34).

Por su parte, Marcelino Bisbal (2010) señala que en el consumo cultural se encuentran involucrado no sólo el hecho de la apropiación o el adueñarse de, sino también las variables de los usos sociales, la percepción-recepción, el reconocimiento cultural, por tanto, la concepción sobre el valor simbólico prevalece en la decisión de apropiarse de un producto cultural, los usos que de ellos se hagan, las relaciones que se establezcan con ellos e independientemente del propósito original del bien concebido, resalta el significado que tiene el bien para la persona que lo ha adquirido (Bisbal, 2010).

Debe entenderse entonces, que todas aquellas apropiaciones que el hombre realiza, trátense de bienes materiales o abstractos, en cuyas transacciones y usos, el valor simbólico forma parte, se conoce como consumo cultural. Thompson (1998) hace mención acerca de los valores simbólicos al describirlos como una forma de intercambio de información que va desde la gestualidad, el uso del lenguaje, llegando hasta el desarrollo de los medios técnicos y circulación de información, la cual forma parte de la vida social (p. 25).

El valor simbólico de los bienes culturales, de acuerdo con García Canclini (1998), es un valor otorgado por el individuo a un producto humano; no es pues, un valor intrínseco al objeto, sino derivado de las estructuras simbólicas dentro de la vida social que el hombre ha configurado.

1.6. APROPIACIÓN Y USO

Es necesario volver a citar lo que advierte García Canclini (1998) para hacer referencia al concepto de consumo, quien lo describe como “*el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos*” (p. 24). Es así que partiremos de dos premisas: apropiación de los productos y usos de los mismos. La apropiación de los productos es aquella que remite a la mera acción de su adquisición, de aquí se puede obtener un producto social; por lo tanto, el consumo -desde esta perspectiva- implica realizar dos acciones complementarias, que son: la adquisición y el uso.

Apropiación es cuando uno se adueña de los objetos para cargarlos de significados. Los bienes ayudan a jerarquizar los actos y configurarlos de un sentido, es decir que “*las mercancías sirven para pensar*”, lo que significa que el consumo da distinción a la persona o grupo social, lo integra y comunica con los otros, objetiva deseos y da origen a rituales.

En los procesos de apropiación de los productos sociales, como los denomina García Canclini (1998), no sólo habrá que referirse al consumo de objetos materiales, sino que hay infinidad de productos sociales intangibles como son los conocimientos, las ideas, los mensajes, la música, que también resultan ser objetos de apropiación. Thompson (1998) va más allá de lo que es el simple uso de un bien cultural al hablar de apropiación, señalando que el hombre se conduce a la producción de sentido, de identidad, a la producción de “*quienes somos y dónde estamos*”. Lo asocia con la apropiación de los mensajes, al decir que:

cuando nos apropiamos de un mensaje los adaptamos a nuestras vidas y a los contextos en los que vivimos. Al arraigar un mensaje e incorporarlo a nuestras vidas nos implicamos en la construcción del sentido del yo, de

quienes somos y donde estamos, espacio y tiempo (Thompson, 1998, pp. 66-67).

Partiremos de aquí para dar a conocer cómo se relaciona el consumo a través de los medios de comunicación. Thompson (1998), señala que de manera profunda e irreversible, el desarrollo de los media ha transformado la naturaleza de la producción simbólica y el intercambio en el mundo moderno, destacando el papel y las funciones que la comunicación mediática desempeña en el mundo social señalando: *“La comunicación mediática posee una dimensión simbólica irreductible: se ocupa de la producción, almacenamiento y circulación de materiales significativos para los individuos que los producen y los reciben”* (pp. 25-26).

Coelho (2000) consigna -dentro de una dinámica de la cultura- sobre “uso” como la meta final para evidenciar el valor del producto cultural y no su valor de cambio. El uso, dice Coelho (2000) *“es el momento de la exposición directa del producto cultural a aquellos a quienes se destina y de su apropiación por parte del público”* (p. 451).

De acuerdo con los conceptos de apropiación que hemos visto, vale la pena resaltar que la apropiación es un proceso sociocultural por el cual las personas adquieren productos, es el adueñarse de artículos derivados de la producción social. La apropiación finalmente se puede decir que está relacionada con la producción de sentido, del yo y de la identidad. Concretamente, apropiación en consumo cultural se refiere a la adquisición y uso de un producto social que implica la aprehensión del mismo por parte del receptor o adquirente.

1.7. VIDA COTIDIANA

Existe una serie de elementos constitutivos acerca de la vida cotidiana sin los cuales ésta no pudiera darse, dentro de los que se encuentra la capacidad que

tiene el hombre para interrelacionarse con los demás, para establecer situaciones de interés común, objetivar y crear sistemas de signos, donde sobresale el lenguaje, como principal elemento constitutivo de la vida cotidiana; otros elementos ya mencionados vienen siendo las relevancias que llevan a configurar toda una dimensión simbólica.

El ser humano en su desarrollo se interrelaciona dentro de un ambiente natural determinado y con un orden cultural y social específico mediatizado para él por los otros. Ambos, ambiente natural y orden social, son también elementos de la vida cotidiana. Otras formas de interacción social, y que vienen a formar parte activa y constitutiva de la vida cotidiana, cita Thompson (1998), son aquellas que ocurren entre padres e hijos, entre alumnos y profesores, entre parejas que continúan desempeñando un rol fundamental en este sentido. Las tradiciones, afirma este autor, tenían un carácter primordialmente oral y dependían de un continuo proceso de renovación para su supervivencia, a través de la narración de historias y actividades afines, en contextos de interacción cara a cara. Pues aquí tenemos dos elementos más constitutivos de la vida cotidiana: las tradiciones y narraciones orales (p. 68).

La capacidad del hombre moderno para comunicarse con otros, más allá del espacio físico, más allá del “aquí y ahora”, es posible gracias a los medios electrónicos por los cuales el individuo puede entrar en conexión con otros sin compartir un espacio y un tiempo común. Los medios electrónicos vienen a ser otros elementos que componen la vida cotidiana. En todo tiempo, y en particular actualmente, el hogar se ha convertido en un elemento de suma importancia en la vida cotidiana. Es aquí donde se encuentra uno de los puntos más trascendentes dentro de la investigación.

Indudablemente la mujer es una parte muy importante de la familia, y es la que realiza el mayor tiempo de consumo del medio, destacando el papel que

asume al recibir y hacer uso de la información que pone en práctica dentro de su vida diaria.

Es necesario rescatar lo que García Canclini (1998) menciona sobre la importancia del hogar como sede de las redes de cotidianidad al afirmar, en su estudio sobre consumo cultural realizado en la Ciudad de México que:

Hemos podido comprobar, a través del estudio realizado, la existencia de determinadas regularidades que revisten interés sociológico: la disminución tendencial de ciertas actividades culturales propias de la vida urbana, el repliegue hacia formas privadas de consumo cultural y, en alguna medida, la intensificación de las redes cotidianas de la vida familiar” (p. 77).

Por su parte, Martín-Barbero y Sonia Muñoz (1992) describen al consumo como el espacio en donde tienen lugar las prácticas cotidianas, con lo cual, podemos afirmar que también el consumo es un elemento importante en la configuración de la vida cotidiana. Afirman dichos autores que el espacio de la reflexión sobre el consumo es el espacio de las prácticas cotidianas en cuanto “lugar de interiorización muda de la desigualdad social” desde la relación con el propio cuerpo hasta el uso del tiempo o el hábitat y la conciencia de lo posible, de lo alcanzable y de lo inalcanzable en la vida (p. 22).

Para concluir, podemos decir que los elementos que constituyen la vida cotidiana tienen su origen en: el individuo, la sociedad y los medios, que en último caso, son parte de lo social. Estas tres entidades generan los elementos de la vida cotidiana que vienen a ser: la capacidad del hombre para interrelacionarse con sus semejantes; el lenguaje y la gama de significaciones y relevancias definidas en la cotidianidad; el contexto natural o humano en donde tiene lugar la vida cotidiana; las tradiciones y narraciones orales; los medios, el hogar y el consumo, entre otros.

1.8. LOS VALORES

Los estudios sobre valores se empiezan a realizar durante la segunda mitad del siglo XIX, mismos que despertaron gran interés en las áreas científicas teniendo más peso dentro de la filosofía. En un principio, las investigaciones que se realizaban trataban de encontrar un sentido a los comportamientos morales para distinguir entre lo que era bueno y lo que era malo. Con el paso del tiempo el interés se dirigió a observar como el hombre construía sus propios valores y normas morales de acuerdo a su forma de actuar, lo que tuvo como resultado la creación a una nueva conciencia de interpretar los valores del ser humano, esto conllevó a la creación de procedimientos y métodos que se dedicaran a la medición y promoción de los mismos.

Por un lado los valores se empezaron a construir dentro de los ámbitos sociales con la finalidad de crear una conciencia moral y normas éticas a seguir, lo que llevó al hombre a la búsqueda del sentido de identidad. Cogner (en: Rodríguez, 1996) menciona que:

para que los individuos puedan mantener alguna estabilidad en su concepción del yo, y en sus guías internas para la acción en un mundo cambiante, tienen que ser fieles a algunos principios básicos, aún cuando puedan tener que adoptar nuevas maneras de poner en práctica esos valores, para hacer frente a las circunstancias cambiantes (p. 5).

Es entonces que surge la pregunta acerca de *¿Qué son los valores?* Es evidente que tendremos que entrar de lleno para establecer a qué nos referimos cuando hablamos de valores.

En los brevarios sobre *¿Qué son los valores?* de Risieri Frondizi (2005), el autor realiza una investigación profunda en la cual plasma las aportaciones más relevantes acerca de los valores. Contempla que desde la iniciación de la

axiología –del griego *axíoo*, valorar; estudio de los valores- el economista Adam Smith (1723-1790) fue uno de los primeros en interesarse por el tema de los valores, sin embargo, se considera que el filósofo alemán Max Scheler (1874-1928) es el principal representante de la axiología (pp. 49-52) y fue quien concibió a los valores como cualidades reales, inmutables e independientes del sujeto que los percibe.

Scheler (en: Risieri, 2005) desarrolló cuatro características esenciales acerca de los valores: 1) Bipolaridad: todos los valores se pueden nombrar por pares opuestos, es decir, el valor y el contra valor; 2) Trascendencia: los valores sólo existen en forma perfecta en esencia, y van más allá del sujeto que los posea; 3) Preferencia: el hombre va a tender siempre a alcanzarlos; y, 4) Objetividad: los valores existen independientemente de que se les conozca o no.

Ahora bien, el autor mencionado clasificó a los valores en cuatro categorías a) Infrahumanos: perfeccionan al hombre en sus estratos inferiores tales como salud, fuerza y debilidad física, placer, desagrado, etcétera; b) Inframorales: lo perfecciona en estratos no morales, tales como lo económico, lo estético y lo social; c) Morales: virtudes tales como la bondad, justicia, honradez y fidelidad entre otros; y, d) religiosos: son los más abstractos ya que trascienden la naturaleza humana tales como la fe, esperanza, caridad y humildad. Cabe recordar que los valores presentados tienen sus pares opuestos, es decir cada una de las variables mencionadas tendrán su contraparte.

Los valores descritos en los puntos a, c y d formarán parte de nuestra investigación, y agregaremos una cuarta categoría, que se encuentra en relación al punto b -pero considerándola diferente- a la cual hace referencia a los valores humanos (ver tabla de especificaciones que se encuentra en los anexos).

Así, desde cierta perspectiva el concepto de valor ha sido utilizado tradicionalmente en dos sentidos: 1) los valores inherentes a los objetos o

adjudicados a ellos, que pueden ser poseídos por las personas, y 2) concepción de los medios y fines de acción deseables, utilizada como estándares o criterios de acción (Rokeach y Regan, en: Rodríguez, 1996, p. 7). A lo que áreas como la Economía, Antropología, Historia, Política, Filosofía, Sociología y Psicología, le dan una interpretación diferente. Mencionando sólo las de interés, la Filosofía discute el rol de los valores y los procesos subyacentes a la existencia humana, la sociología lo maneja para explicar las acciones sociales, la Psicología investiga el aprendizaje de los valores y sus efectos sobre la conducta.

Por otra parte, en *Comunicación intercultural*, Eileen Mc Entee (1998), presenta varias teorías que orientan al estudio de los valores socioculturales, encontrando los planteamientos elaborados por el sociólogo estadounidense Milton Rokeach (en: Mc Entee, 1998) quien señala que “los valores son estándares que nos permiten justificar y racionalizar ciertas creencias, actitudes y acciones [...] que provee una base para la autojustificación racionalizada y sirven para mantener y aumentar la autoestima” (p. 485). Entonces, podemos entender que la función de los valores son estándares que sirven para establecer criterios y la forma de conducirnos y al mismo tiempo son importantes para erigir nuestra autoestima. Asimismo Rokeach (en: Mc Entee, 1988) menciona que “los valores, como todas las creencias, tienen componentes cognitivos, afectivos y conductuales” (pp. 487-488). Haciendo alusión a estos últimos tres puntos, el mencionado autor los divide en: valor como cognición, valor como sentido y valor como un componente conductual.

1) Un valor es una cognición acerca de lo deseable. Decir que una persona tiene un valor significa que conoce la forma de comportarse, o también, que conoce el objetivo apropiado al que se debe aspirar.

2) un valor en el sentido de que (una persona) siente emociones positivas acerca de ese valor y negativas acerca de lo que se le opone; y también porque

tiende a aprobar a las personas que manifiestan el valor y a desaprobar a las que no lo manifiestan o a quienes manifiestan un comportamiento a quien lo opone.

3) un valor tiene un componente conductual en el sentido que conduce a la acción (Rokeach, en: Mc Entee, 1988, p. 488).

Es así que el autor señala que el hombre, al aprender los valores, comienza a integrarlos dentro de un sistema organizado –social- es decir, permite definir “los cambios de reestructuración de sus prioridades así como comprender que el sistema total de valores es relativamente estable a través del tiempo [lo que le permite al ser humano desarrollar] una personalidad única y socializada dentro de una cultura y sociedad particular” (Rokeach, en: Entee, 1998, p. 489) sin embargo el individuo sufre inestabilidad al darse una reorganización de los valores, ya que éstos van cambiando cultural y socialmente, dependiendo de sus experiencias personales. Es así que los valores continuamente van modificándose y esto se da por las transformaciones sociales y de los tiempos, lo que provoca que los individuos vayan adaptándolos dentro de una realidad y un contexto.

Rokeach (en: Entee, 1998) habla acerca de siete diferentes aspectos que cumplen los valores, mismos que se mencionan a continuación:

- Nos orientan a tomar determinadas posiciones relacionadas a los asuntos sociales.
- Nos predisponen a favorecer una determinada ideología política o religiosa en oposición a otras.
- Determinan la imagen de nosotros mismos que presentamos a los demás.
- Justifican nuestras evaluaciones que alabamos y culpamos de nosotros mismos y de los demás.
- Sirven como criterios para hacer comparaciones, los usamos para determinar si somos tan morales o competentes como otros.

- Sirven como criterios para justificar nuestros esfuerzos de persuadir e influir sobre los demás.
- Sirven como estándares para justificar y racionalizar ciertas creencias, actitudes y acciones, las que, si no fuera por aquellos valores, no serían aceptables ni personal ni socialmente. En este sentido, son indispensables para el mantenimiento y aumento del auto estima.

Para la realización de esta investigación se considerarán los anteriores puntos para observar cuáles son los valores transmitidos en *Destilando Amor* y cuáles de ellos son los que se apropia la mujer.

En aportaciones más contemporáneas encontramos un artículo de Jaime Elizondo (2006) publicado en *El Economista*, donde señala que los valores “*son cualidades que encontramos en las personas sean físicas, morales o en las realidades*” (p.12) estableciendo dos tipos de valores: 1) los intrínsecos o finales, que van ligados a los criterios del bien y del deber y 2) los extrínsecos o instrumentales que están en relación a los criterios de la utilidad y placer. El mencionado autor señala que los primeros tienen que ver con la conducta ética-moral, como son la justicia, libertad, responsabilidad, solidaridad y bondad; mientras que los segundos se relacionan a las necesidades y preferencias de los individuos, éstos no tienen relación con la conducta ética-moral, siendo algunos ejemplos el conocimiento, la belleza, la piedad y la alegría.

Para concluir cabe mencionar que numerosos autores, entre los que se encuentran John B. Thompson, Néstor García Canclini, Martín-Barbero, Sonia Muñoz, Duch, Gilberto Giménez, Escudero y Nora Mazziotti, han elaborado estudios de suma importancia, y éstos han arrojado ciertos resultados que se encuentran en relación a nuestro objeto de estudio, como es, observar la influencia significativa que tienen los medios de comunicación en el público, resaltando la importancia de la televisión como medio de transmisión cultural y de

consumo. Asimismo, se han puntualizado algunos aspectos sobre el consumo, apropiación y usos de los productos que ofrece el medio.

A lo largo del presente apartado se han expuesto planteamientos relevantes que nos guiarán para entender a lo que nos referimos cuando hablamos de valores y se han contemplado los planteamientos que esgrimen figuras como Rokeach, Max Schelerde, Cogner, Risieri Frondizi y Jaime Elizondo, los cuales plasman teorías de importancia para llegar a entender qué son los valores y cómo el hombre los crea y se guía a través de éstos.

La información plasmada aporta conceptos básicos que serán de gran utilidad para el análisis que se realizará dentro de la investigación; por una parte, ayudará a contestar algunas de las preguntas que forman parte del problema planteado y por otra servirá de apoyo para fundamentar los resultados de la misma, sin olvidar nuestra pregunta de investigación que es: dentro de la televisión, considerando la telenovela como el género de mayor audiencia en México, ¿cuál es el consumo y la apropiación que la mujer realiza sobre los valores que son mostrados dentro de los contenidos de la telenovela *Destilando Amor* (Televisa) y el uso que se les da, dentro de la vida cotidiana en nuestro país? Así, el objetivo de este trabajo será observar el comportamiento de la mujer ante la sociedad y si a través de la telenovela crea o se apropia de los valores que el medio transmite a través de las formas simbólicas que muestra en sus contenidos.

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 2

UN VISTAZO A LA CREACIÓN DE LA TELEVISIÓN, SUS PRODUCTOS Y LA IMPORTANCIA DE LA TELENVELA

En este segundo Capítulo se abordan los temas relacionados a la televisión, desde su creación hasta los productos que hoy en día aparecen en su transmisión, haciendo hincapié en el género de la telenovela, que durante sus 50 años de vida sigue siendo el producto con mayor demanda en nuestro país y en países latinoamericanos, sin hacer de lado todos aquellos conflictos y cambios que se han generado en la historia de la Ciudad de México, estableciéndolos dentro de un contexto social, que nos llevará a observar las transformaciones que ha sufrido la figura femenina hasta nuestros días.

2.1. LA TELEVISIÓN Y SU DESARROLLO EN EL MUNDO

La televisión se considera la creación más importante de los medios de comunicación masiva en el siglo XX. El término como tal *Televisión*, empieza a utilizarse en 1900, teniendo como significado *Transmisión Instantánea de Imágenes*. Este descubrimiento se dio a través de la fototelegrafía a finales del siglo XIX. Esto se debió a que distintos investigadores -entre los que podemos encontrar a Paul Nipkow y John Logie Baird- se dedicaron a experimentar con la transmisión de imágenes vía ondas electromagnéticas; a través de sus estudios constituyeron la fototelegrafía. “Paul Nipkow en 1884 patenta su disco de exploración lumínica, conocido como Disco de Nipkow, y John Logie Baird, escocés que en 1923 desarrolla y perfecciona el disco de Nipkow a base de células de selenio” (Mejía, 1997, p.2).

Estas investigaciones empiezan a tomar importancia en Estados Unidos; Ives y Jekins se basaron en Nipkow; y al ruso inmigrante a U.S.A., Vladimir Sworykin fue el gestor del tubo Iconoscopio. Jenkins fue el primero en realizar transmisiones experimentales en 1928, desde una estación de Washington, en

que se transmitieron imágenes de películas, lo que llamo la atención a la *British Broadcast Corporation* (BBC) de Londres, que había manifestado interés por las investigaciones de Logie Baird, quien realizó en ese mismo año transmisiones de imágenes desde Londres hasta New York, siendo éste el pionero en realizar pruebas de televisión a color, grabaciones para televisión donde se mostraban exteriores con luz natural y la televisión en estéreo. Hacia 1929 la BBC aseguró un servicio regular de transmisión y fue así como se empezaron a dar las transmisiones oficiales a partir del 30 de septiembre.

Las transmisiones comenzaron a ser oficiales a nivel mundial. Estados Unidos empezó con la CBS y NBC en 1930, Inglaterra en 1936, México en 1950 y en España en 1952. Dichas transmisiones fueron interrumpidas durante la II Guerra Mundial, reanudándose a su terminó.

En la década de 1970 surge la televisión a color, hecho que marcó un gran crecimiento en el consumo de aparatos receptores, aunque en esa época éste era un producto de lujo y eran pocas familias que podían contar con un televisor a color en el hogar, sin embargo esto se fue logrando poco a poco, actualmente la televisión es considerado un artículo necesario dentro del hogar.

2.2. UNA BREVE HISTORIA DE LA TELEVISIÓN MEXICANA

Las transmisiones de televisión en México se iniciaron oficialmente –como ya se mencionó- en 1950, pero la historia de este medio, se remonta varios años atrás. En 1934, dos décadas antes de ese comienzo formal, técnicos mexicanos ya experimentaban con la transmisión de imágenes a distancia, a veces con sus propios recursos o con apoyo del gobierno. Se involucraron empresarios como Emilio Azcárraga Vidaurreta, quien destinaría recursos a la experimentación televisiva, y fue en los 40, cuando el nuevo medio de comunicación mostraba ya potencial para convertirse en un gran negocio.

Desde la aparición del televisor en nuestro país, ésta empieza a formar parte importante dentro de las actividades cotidianas individuales y familiares. Comienza a transformarse en una presencia de singular importancia en la vida cultural, política y económica de México. Ocurren entonces, una gran cantidad de acontecimientos que van conformando lo que hasta ahora ha logrado ser el fenómeno de la televisión, mismos que serán plasmados a continuación enfatizando en los hombres que forman parte de la historia televisiva, como son los ingenieros Francisco Javier Stavoli y Guillermo González Camarena.

Entre 1920 y 1928 se realizaron los primeros experimentos de televisión en México, los cuales estuvieron a cargo de los ingenieros Francisco Javier Stavoli y Miguel Fonseca, ambos profesores de la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (ESIME) y del Instituto Técnico Industrial. Stavoli era el encargado técnico de la emisora XEFO del Partido Nacional Revolucionario (PNR), donde se vio beneficiado, ya que dicha organización política le otorgó apoyo económico para viajar a Estados Unidos con la finalidad de que adquiriera equipo de televisión. Fue así como se lograron las primeras transmisiones experimentales en la Ciudad de México en 1931. Después de realizar algunas pruebas de campo, se llevó a cabo la transmisión inicial: el rostro de la señora Amelia Fonseca, esposa del ingeniero Stavoli, siendo la primera imagen que se transmitió en México por televisión (Miro, 1997, p.31).

Hacia 1934 Guillermo González Camarena, quien era alumno del ingeniero Stavoli, comenzó a realizar por su cuenta programas experimentales de televisión, donde presentaba a actrices como Emma Telmo y Rita Rey. González Camarena adquirió piezas de desechos que posteriormente utilizó para construir la primera cámara de televisión completamente electrónica hecha en México. “A pesar de no haberse titulado como ingeniero, sus conocimientos técnicos llegan a ser de primer nivel, a tal grado que en 1957 el Columbia College de Los Ángeles, California, Estados Unidos, le otorga el título de Doctor Honoris Causa en Ciencias” (Mejía, 1997, p.8).

Por disposición del general Lázaro Cárdenas, entonces Presidente de la República, los estudios de la radiodifusora XEFO del Partido Nacional Revolucionario le fueron facilitados al ingeniero González Camarena para que continuara sus experimentos en materia televisiva. Asimismo, la emisora se encargó de traer un equipo de televisión a México.

El ingeniero González Camarena patentó, en agosto de 1940, un sistema de televisión tricromático basado en los colores verde, azul y rojo. Al mismo tiempo, diseñó una cámara con tubo orticón e ingresó a la XEW como operador. Para 1945 patentó, en Estados Unidos, el sistema de televisión tricromático. El 7 de septiembre de 1946 se inauguró la estación experimental XHGC, instalada y operada por el ingeniero González Camarena, quien había logrado ya las primeras transmisiones regulares, llevadas a cabo los sábados desde los estudios de la XEW o de la XEQ, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta. En estas demostraciones se invitaba al público asistente a mirar su imagen en el receptor de televisión, a la vez que se anunciaban diversos productos y servicios. El interés que despertaron estas transmisiones continuó hasta 1950, poco tiempo antes de la inauguración formal de las transmisiones de televisión en México.

El presidente Miguel Alemán Valdés empezó a mostrar su interés por la televisión y comenzó a dar apoyo para mejorar las transmisiones, mediante la investigación para la selección de un sistema de señal, siendo González Camarena quien recomendó que México adoptara el sistema estadounidense, las razones expuestas fueron de índole técnica y económica y hacia 1948 se decidió adoptarla.

González Camarena creó los laboratorios GON-CAM en 1949. En las instalaciones de dicha empresa se fabricaban equipos transmisores de televisión. Entrevistado por la revista *Transmisiones* González Camarena declara que "el dinero invertido en los experimentos (de televisión) es incalculable y el apoyo

económico para costearlos se debe a don Emilio Azcárraga" (Orozco, 2006, p. 21).

Para ese mismo año, se empezaron a autorizar las concesiones televisivas, siendo Rómulo O'Farril uno de los primeros en adquirirlas, para operar comercialmente el canal XHTV, Canal 4, que formaba parte de la empresa Televisión de México, S. A., propiedad de él y del dueño -en esa época- del diario Novedades de la Ciudad de México. Asimismo, se realizó por primera vez en México una transmisión de televisión a color.

Fue González Camarena quien dirigió una transmisión cuya importancia radica en que ya no sólo se trataba de un experimento de laboratorio con TV a colores, sino una transmisión en circuito cerrado para un auditorio integrado por médicos.

Hacia 1950 apareció un nuevo canal televisivo, el canal 5, del que González Camarena obtuvo la concesión para explotarlo comercialmente y se le asignaron las siglas XHGC, cuyas últimas dos letras corresponden a las iniciales de sus apellidos. El equipo técnico con el que operó la emisora se fabricó en los laboratorios GON-CAM. González Camarena falleció en un accidente automovilístico el 18 de abril de 1965.

El 21 de marzo de 1951 se iniciaron las transmisiones regulares del Canal 2, XEW TV, concesionado a la empresa Televimex, S.A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, pero desde octubre de 1950, el canal había llevado a cabo transmisiones de prueba. Sus estudios se encontraban en la Avenida Chapultepec, en un edificio que había comenzado a construirse en 1943 con la idea de llamarlo Radiópolis y diseñado para albergar ahí a las emisoras XEW y XEQ, pero que en 1948, ante la inminencia de la llegada de la televisión, se decidió convertirlo en Televisión. "Las operaciones del canal empiezan sin que el edificio se encuentre terminado. La inauguración oficial de Televisión ocurre

hasta el 12 de enero de 1952 con la transmisión de una función de lucha libre” (Mejía, 1997, p.11).

Las empresas concesionarias de los canales 2, 4 y 5 anunciaron que habían decidido fusionarse en una sola entidad llamada Telesistema Mexicano, la cual se encargaría de administrar y operar esas frecuencias, lo que se realizó en el año 1955. Tres años después Telesistema Mexicano adquirió la primera máquina de video tape que operó en el país.

Esta innovación tecnológica revolucionó la producción televisiva en nuestro país, ya que permitió grabar y editar los programas, reduciendo errores que se tenían al aire. Asimismo, la grabación en cinta de video dio a Telesistema Mexicano la oportunidad de exportar programas, especialmente telenovelas –tema que se aborda más adelante (p. 41). -, a Latinoamérica y Estados Unidos.

En 1959 nació un nuevo concepto para la televisión mexicana, Canal 11 (XEIPN), dependiente del Instituto Politécnico Nacional, con el apoyo de su director Alejo Peralta y del secretario de Comunicaciones y Transportes, Walter Cross Buchanan, la propuesta del canal fue realizar una programación educativa.

En abril de 1965 fue colocado en órbita el Pájaro Madrugador (Early Bird), primer satélite comercial de comunicaciones, gracias al cual pudo verse en México la pelea por el campeonato mundial de peso pluma entre Vicente Saldivar y Howard Winstone (1965), el Campeonato Mundial de Fútbol de Inglaterra (1966) y el célebre programa internacional Nuestro Mundo (1967) en el que la televisión mexicana participó transmitiendo en vivo el nacimiento de un niño y un espectáculo de danza prehispánica. México aún no tenía infraestructura propia para la comunicación vía satélite.

El presidente Díaz Ordaz rindió su IV Informe de Gobierno; su mensaje fue transmitido por dos nuevos canales de televisión: XHTIM, Canal 8, yXHDF, Canal

13. Canal 8 nació como Televisión Independiente de México (TIM), filial del grupo Alfa de Monterrey y el canal 13XHDF pertenecía a la Corporación Mexicana de Radio y Televisión encabezada por Francisco Aguirre Jiménez, dueño de la cadena de radiodifusoras Organización Radio Centro -canal que años más adelante se convertiría en el canal 7-. Estas dos televisoras tuvieron su inauguración oficial con la transmisión del informe presidencial el 1º de septiembre de 1968, y fueron encaminadas a fortalecer al papel del estado como emisor a través de los medios de comunicación. (Mejía, 1986, p.56)

A los 77 años de edad, murió Emilio Azcárraga Vidaurreta en Houston, Texas, el 23 de septiembre de 1972; fue fundador de la XEW y del Canal 2. En adelante su hijo, Emilio Azcárraga Milmo, se hizo cargo de los negocios creados por el empresario.

Después de competir entre sí por un periodo de cuatro años, las empresas Telesistema Mexicano, operadora de los canales 2, 4 y 5, y Televisión Independiente de México, accionista mayoritaria del Canal 8, decidieron -en noviembre de 1972- fusionarse en una sola entidad que habría de operar esas emisoras así como sus repetidoras en el país. Los interesados Bernardo Garza Sada, del grupo Alfa de Monterrey, y Emilio Azcárraga Milmo, de Telesistema Mexicano, firmaron un acuerdo de fusión por el cual surgió Televisa (Televisión Vía Satélite S. A.); el nuevo consorcio inició oficialmente sus actividades en 1973 (Mejía, 1997, p.19).

Actualmente Televisa es el primer conglomerado de medios más grande de América Latina y la mayor productora de contenidos en español en el mundo. Entre sus servicios se encuentran programación de televisión de paga, distribución internacional de programas en español, servicio de televisión por satélite, editoriales de revistas y periódicos, estaciones de radio y producción de películas.

Para 1982 nació el Canal 22 del Distrito Federal e inició sus transmisiones en la frecuencia de UHF, bajo la administración del organismo estatal Televisión de la República Mexicana (TRM). Durante la gestión presidencial de Carlos Salinas de Gortari se anunció que este canal se pondría a venta. El 26 de enero de 1991 un grupo de 800 intelectuales solicitó al presidente que el Canal 22 no sea vendiera y en cambio fuera transformado en una televisora cultural. Salinas respondió afirmativamente el 21 de febrero del mismo año. Para el mes de junio de 1993 salió al aire una nueva televisora cultural, Canal 22, XEIMT, bajo la dirección del escritor José María Pérez Gay.

El 18 de julio de 1993, después de permanecer más de veinte años bajo la administración del estado, el Canal 13 de televisión pasó nuevamente al sector privado. Junto con el Canal 13 se incorporó el Canal 7, ya que el primero contaba con el estatuto de permisión con lo cual impidió formalmente su venta debido a que la legislación de la materia señala que solamente los canales concesionados pueden cederse en operaciones de compraventa (Ramos, 2002, p. 29).

La privatización de los canales del Estado se llevó a cabo después de un largo y complicado proceso de licitación pública, resultando elegido para efectuar la compra el grupo Radio Televisora del Centro, encabezado por Ricardo Salinas Pliego, propietario de la cadena de venta de artículos electrodomésticos Elektra. “El grupo adquirente paga alrededor de 650 millones de dólares por un ‘paquete de medios’ que incluye, además de las cadenas de televisión, la cadena de salas cinematográficas Compañía Operadora de Teatros, S.A. y los Estudios América, ambos de propiedad estatal. En adelante, el sistema de canales que alguna vez fue conocido como Imevisión llevará el nombre de TV Azteca” (Villamil, 2005, p. 54).

El Canal Azteca 7, para el año 2000, sufrió un cambio en su programación en el sentido comercial, plagando de Infomerciales, los cuales se presentaban la mayor parte del día combinándolos con películas de bajo reconocimiento. En el

2005 se realizaron pruebas iniciando un bloque de animación dirigido al público adolescente llamado *Potencia T*, y con la transmisión de series de renombre como *Tan Raven*, *Kim Possible* y *Ángel*, para posteriormente ser retiradas y substituidas por series como *Los Caballeros del Zodiaco* e *Inuyasha*. Actualmente continúa con la transmisión de programas importados tales como: *Esposas Desesperadas*, *Almas perdidas*, *Grey (Grey's Anatomy)*, *Huesos (Bones)*.

Ahora bien, para el 19 de junio de 1995, cuando comenzó sus transmisiones formales el Canal 40 del Distrito Federal. La concesión fue adquirida desde 1991 por la empresa Televisión del Valle de México, S. A. (TEVESCOM), propiedad de Javier Moreno Valle. Operado por la entidad denominada Corporación de Noticias e Información (CNI), filial de TEVESCOM, y con el lema "CNI Canal 40, la realidad en televisión" ofrece al teleauditorio una programación que pone el acento en los temas de tipo periodístico y noticioso. Pero éste se ve envuelto en grandes conflictos, partiendo de la firma de una alianza estratégica planeada entre "TV Azteca" y Javier Moreno Valle, concesionario del CNI Canal 40. A raíz de este acuerdo CNI Canal 40 cambió de nombre a "Azteca 40" el cual inició transmisiones en 1999. Para el año 2005 sus operaciones fueron suspendidas por una huelga de trabajadores a causa de problemas legales que enfrenta Javier Moreno Valle, después de varios fallos fue sentenciado y encarcelado para cumplir su condena. En el primer bimestre de 2006 la frecuencia de Canal 40 volvió al aire bajo el nombre de "Proyecto 40" formando parte de la cadena televisiva Azteca (Mejía, 1997, p.31).

El 28 de Mayo de 2007, Canal 28 fue comprado por Grupo Imagen y transmite su señal principalmente en el valle de México. Después de tener una importante presencia en la radio con 20 estaciones propias en FM, Grupo Imagen entra al mundo de la televisión expandiendo así su incursión en los medios. Pertenece a la división de medios del Grupo Empresarial Ángeles (GEA) que es también propietario del periódico Excélsior (comprado en enero del mismo año),

del Grupo Ángeles Servicios de Salud, de la cadena de hoteles Camino Real y del Grupo Financiero Multivalores.

Con esta nueva adquisición estamos frente a la expansión de nuevos grupos de medios y quizá pueda convertirse el Canal 28 en la tercera opción frente a la competencia de TV Azteca.

2.3. LA TELENVELA

Este apartado pretende describir los antecedentes, desarrollo y formación acerca del melodrama, dando inicios desde el siglo XVIII como un género teatral. Es así que se pretende mostrar sus diferentes formatos e interpretaciones que dieron vida al género de la telenovela.

2.3.1. Antecedentes de la telenovela

Los antecedentes del melodrama se remontan hacia el teatro musical en los siglos XVI y XVII. Surge como una búsqueda del sentimiento y expresión nueva para ser utilizado en el texto cantado. “Era un espectáculo musical poético literario que giraba alrededor de dramas, sentimentales e individuales, rico en momentos de conflicto y sentimientos profundos, en el cual el texto y la música gozaban de la misma importancia” (Covarrubias, Uribe y Bautista, 1994, p. 158).

El melodrama inicia como un género teatral, algunos estudios mencionan que nace en el siglo XVIII, con la novela *Pigmalión*, de Jean Jacques Rousseau (1712-1778) y floreció en el siglo XIX, siendo su máximo exponente Guilbert de Pixérecourt (1773-1844) dramaturgo francés, que ponía gran énfasis en el realismo de sus historias. Las obras eran ofrecidas al pueblo, mismo que encontraba en estas escenificaciones un motivo de entretenimiento, información e iniciación en la puesta en común de sus problemas sociales, ya que el teatro

siempre ha tenido una arista propagandística de las ideas y ha tenido un efecto concientizador indiscutible.

Las autoridades de esa época prohibían la palabra en las obras escenificadas y esto provocó que los actores tuvieran que desarrollar la mímica, haciendo una exaltación exagerada de los sentimientos para poder transmitir las historias sin palabras. Así los actores tuvieron que exagerar su gestualidad para expresar la acción de la obra, iniciándose así la característica de exageración de las expresiones no verbales, lo cual caracteriza al melodrama.

Este tipo de manifestaciones dramáticas, muestra una conciencia colectiva del pueblo, ya que el fin era que estas obras fueran escritas y escenificadas para personas con un bajo nivel de educación, pues se mostraban en pueblos que no habían recibido una cultura clásica. Su éxito se debía a que las personas siempre tenían necesidad de reflexionar sobre sus emociones, y la puesta en escena era una forma de verse reflejados en sus conflictos cotidianos (Ramos, 2002, p.38).

2.3.2. El folletín

A mediados del siglo XIX con las demandas populares y el desarrollo de los medios impresos nace el folletín, primer tipo de texto escrito de comunicación del pueblo y para el pueblo, por medio de éste se da inicio a la expresión de sus inquietudes y sentimientos. Este medio influyó de modo determinante en la evolución del melodrama, permitió la libertad de expresión creativa, difundió contenidos característicos del teatro y creó un público heterogéneo.

La vertiente literaria del folletín y la novela por entregas, insertan al melodrama una de sus principales características, la narración fragmentada. Se empiezan a tomar en cuenta diversos aspectos de la vida cotidiana, en él se presentaban situaciones no resueltas y se añaden durante la historia elementos precisos para solucionar el problema inicial, donde el héroe era un personaje

carismático que buscaba un sueño inalcanzable, la justicia social, esto era ofrecido al público en pequeñas dosis, que lograban mantener su interés por espacio de muchas semanas, incluso meses.

De acuerdo con Herz (1997): “El folletín tiene mucho éxito debido al auge y a la divulgación de la imprenta, que permite el abaratamiento de costos y la posibilidad de imprimir muchos ejemplares, con los que se permite una amplia circulación” (p.18). Por otra parte, se presenta un fenómeno social nuevo, la naciente población alfabetizada, que encuentra en el folletín seriado el inicio de un género que se ha consolidado en el ánimo del público.

El melodrama tuvo gran éxito y se empezó a buscar nuevas formas para seguir expresándolo. Sus argumentos narrativos fundamentados en las emociones humanas y en las vivencias cotidianas, comenzaron a ser presentados en las tarimas, en escenarios burgueses, teatros populares, improvisaciones callejeras, la prensa popular, el radio y en poco tiempo se volvieron un espacio valioso de expresión del sentido de conquista, encuentro y escenificación. Después fue necesario cambiar de espacio y aprovechar la alternativa que brindaba entonces el surgimiento de la televisión en el mundo.

Covarrubias, Uribe y Bautista (1994) consideran que: “Con este medio y su colorido, encanto visual, variedad de movimientos y fácil penetración a públicos cuantitativamente numerosos y cualitativamente heterogéneos, el melodrama encuentra la consagración de su espacio. Ahora la televisión es ya la portadora oficial de las emociones” (p.162). Este género, a través de distintos formatos, que mucho tiene en común con las primeras representaciones, logra conectar a los públicos con otros lugares, con otros momentos, con otras vivencias, con otros mundos, mundos extraños y reconocibles.

Con la presencia primero de las escenificaciones de la radio -radionovelas- y posteriormente, ayudadas de la imagen visual, estelarizadas en televisión

-inicialmente dramas teatrales-, el mismo drama, las representaciones y acciones de los teatros fueron estructuradas en el formato de la telenovela.

2.4. LA TELENOVELA EN AMERICA LATINA Y EN EL MUNDO

Sobre el origen de la telenovela algunos especialistas en el tema, coinciden en ubicarla dentro del género denominado melodrama, el cual tiene características específicas que lo diferencian de otros géneros como la comedia, el teatro de revista, la novela, la poesía, etcétera, aunque las dos fuentes de donde proviene son justamente el teatro y la literatura.

Poco a poco la telenovela va ganando amplio terreno y espacio en la programación televisiva, generando en las audiencias de América Latina un gusto expresado, un goce de sentido y reconocimiento compartido con los nuevos teledramas.

Covarrubias et al. (1994) considera que entre 1920 y 1930, aparecen las *Soap Operas* (óperas de jabón) hechas en Estados Unidos -se les llamó así por ser las industrias de productos de limpieza quienes las patrocinaban, como Palmolive y Colgate- transmitidas primero en radio y después en televisión. Son el antecedente inmediato de las telenovelas de corazón de la región latina. Aunque los dos son teledramas es notoria la diferencia entre las representaciones estadounidenses y las telenovelas, desde la constitución narrativa, hasta el tiempo de duración (p.162). Mientras que la *soap opera* es más larga - puede durar años como es el caso de *Dallas* en los 70 o *La caldera del diablo*- la novela mexicana oscilaba en esos años entre 90 y 120 capítulos, y tenía una narrativa y un final menos abierto. Se trata de narrativas más melodramáticas y finales reivindicativos del sufrimiento de los protagonistas a lo largo de los capítulos.

La telenovela en México y en América Latina, a diferencia de lo que ha sucedido en países de habla inglesa con las *soap operas* e inclusive en Brasil,

prosigue de una narrativa dramática propia de la radionovela. La radionovela surgió en Cuba y luego en el resto del continente Latinoamericano, donde la actuación de los actores es remarcada junto a un mayor protagonismo de la palabra hablada, no de lo visual, esto ha permitido clasificar a las telenovelas como “*radionovelas escuchadas en pantalla*”. Tanto en México como en Colombia o Venezuela, su producción arranca con empresarios de la radio, como Emilio Azcárraga Vidaurreta, que extiende su dominio mediático de radio a la televisión, para lo cual trasladan técnicas, lógicas de producción, géneros y estrategias propias de esa industria.

La telenovela es un texto abierto flexible que cuenta una historia cotidiana, expone una experiencia de otros que puede ser la nuestra. En la narración aparece una combinación de actores que realizan ciertas acciones, en tiempos determinados, en relación con múltiples objetos, pues muestra toda una etnografía del entorno social. “Este género es elaborado por unos pocos, para ser vistos por otros muchos, por amplios públicos ciudades países y continentes enteros” (Covarrubias, Uribe y Bautista, 1994, p.167).

Casi desde el surgimiento del medio audiovisual, la producción y el gusto por la telenovela pasó a formar parte activa dentro del bloque de programación de los países latinoamericanos. En el caso de las telenovelas mexicanas, desde 1951 se empezaron a producir telegramas; en Brasil las novelas se incorporan a la programación en la década de los 50 y adquieren su consolidación en los años 60 gracias a TV-Globo; en Perú desde el surgimiento de la televisión en los años cincuenta, hay intereses por el telegrama, y así sucede con otros países.

Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México, Perú y Venezuela, son grandes productores de este género, manejan presupuestos elevados destinados a su producción que

en 1997, las ventas de Televisa por telenovelas fueron aproximadamente 100 millones de dólares, sólo un poco menos que los ingresos de la British Broadcasting Corporation de la Gran Bretaña (BBC) y comparable a los 500 millones de dólares en ventas de las estadounidenses Warner Brothers, Paramount y Universal (Ramos, 2002, p. 82).

En la mayoría de los canales de los países ya mencionados, las telenovelas son la estructura base para la sobrevivencia de las cadenas televisivas. La telenovela forma parte de las sociedades latinoamericanas, están en la programación diaria de sus canales, y si éstas son exitosas, ayudan a mejorar los niveles de audiencia del resto de la oferta televisiva de la señal. Es por eso que las estaciones televisivas destinan grandes presupuestos en la producción de este tipo de programas (Ramos, 2002, p. 82).

Las telenovelas son un producto de exportación debido al gran éxito que se tiene dentro de los países que las realizan, donde los derechos de transmisión y los derechos de formato para su adaptación local son vendidos a otros países del mundo, generando aún más ganancias. Los países latinoamericanos que más exportan telenovelas al mundo son Colombia, México y Brasil, este último ha logrado posicionarse en el mundo cerca de 84 historias, todas con un rotundo éxito.

La telenovela colombiana *Yo soy Betty la fea*, uno de los éxitos televisivos más grandes de ese país, ha sido exportada a innumerables países en donde igual alcanza ratings de audiencia muy altos. Entre sus muchas adaptaciones se encuentran: "*Ne rodis krasivoy*" en Rusia, "*Lotte*" en Países Bajos, *La fea más bella* en México, *Jassi Jaissi Koi Nahin* en India, *Verliebt in Berlin* en Alemania y *Ugly Betty* producida por Salma Hayek para la ABC de Estados Unidos.

En nuestro país sucedió algo semejante con la telenovela *Café con aroma de mujer*, realizada en 1994. La historia fue comprada primero por Televisión

Azteca con el título de *Cuando seas Mía* en el 2001, posteriormente Televisa la realizó con el nombre de *Destilando Amor*, en el 2007.

Las telenovelas gozan de gran popularidad en América Central y Meridional, Colombia, México, Portugal, España, Italia, Grecia, Europa del Este, Asia Central, Turquía, China, Indonesia y África.

De acuerdo con un reportaje de la UNESCO, en Costa de Marfil muchas mezquitas adelantaron sus horarios de oraciones durante 1999 para permitir a los televidentes disfrutar de la telenovela *Marimar*, protagonizada por la mexicana Thalfá. Dos años antes, la misma actriz fue recibida en Filipinas con honores reservados para jefes de estado. En una población al sur de Serbia, los televidentes solicitaron al gobierno venezolano que se retiraran los cargos contra *Kassandra*, el personaje de la novela del mismo nombre. Una copia de la carta fue enviada al entonces presidente Slobodan Milosevic. *Kassandra* tiene el premio Mundial de Guinness por ser la telenovela vista en más de 128 países (Miró, 1997, p. 69).

En Rusia, hubo planes de solicitar a las actrices mexicanas Verónica Castro y Victoria Ruffo para actuar en comerciales para las elecciones de 1993. Estas dos actrices eran consideradas entonces las más populares de toda la historia de Rusia. En este país, la telenovela *Los ricos también lloran* (quizás la telenovela más exitosa de la historia) atrajo a más de 100 millones de televidentes. En China, la telenovela brasileña *La esclava Isaura* fue vista por más de 450 millones de televidentes. Recientemente la actriz y cantante uruguaya Natalia Oreiro es admirada en Rusia e Israel, por las telenovelas que protagonizó en la década del 90 y las de los últimos años. De hecho es más exitosa en los países de Europa del Este que en la propia Argentina.

Colombia es uno de los mayores exportadores de telenovelas en el mundo, los canales privados Caracol TV y RCN emiten telenovelas (nacionales y

extranjeras) durante la mayor parte del día, lo cual ha conllevado a innumerables críticas hacia esos canales dentro del país, junto a los constantes cambios de horario ocasionados por la guerra por el rating. También han sido fuertemente cuestionados por las alianzas con los canales hispanos Telemundo y Univisión.

En el caso de México Televisa, está entre los primeros lugares de exportación de este género a nivel mundial. Esta empresa produce telenovelas constantemente, mientras se graban en los foros casi cinco telenovelas simultáneamente (considerando las que se graban en Miami), se transmiten al aire cuatro; la producción de las telenovelas es también una actividad permanente y constante, que pertenece a un mundo globalizado.

2.5. LA MUJER Y LA TELENOVELA EN MÉXICO

En México, el melodrama, como en otros países de América Latina, vive su propio proceso de desarrollo, tiene una presencia activa que se da desde la primera mitad del siglo XIX hasta la llegada del medio audiovisual en el siglo XX; a través de varias representaciones el melodrama toca susceptibilidades de su público, sus experiencias de vida inmediata que se relacionan con el contexto social (Covarrubias, Uribe y Bautista, 1994 p.162).

Durante la época porfirista tuvieron gran auge los dramas teatrales, la existencia de los medios impresos (como historietas y folletines) dirigidos a las audiencias populares,

la dramatización en la música romántica y ranchera; el corrido posrevolucionario, la radiodifusión en los treinta con la transmisión de radionovelas y radioteatros de origen estadounidenses, el boom del cine mexicano con la época de oro en los cuarentas y cincuentas, y la presencia activa de los teleteatros también en los cincuenta (Covarrubias, Uribe y Bautista, 1994 p. 163).

Todos éstos antecedentes fueron los que dieron vida a la telenovela mexicana, la cual desde un inicio era patrocinada por fabricantes de productos para la limpieza, por ello –como ya se mencionó- se les conocía como *Soap Operas*. Pero cabe mencionar, que éstas por una parte se crearon para entretener a la mujer ama de casa, y por otra parte para que ésta consumiera los productos de limpieza, electrodomésticos y de belleza que en ese entonces eran publicados por el medio.

Sin embargo para la década de los 50, México se encontraba en una etapa de recuperación económica dada por los conflictos revolucionarios. Es así que el Estado estableció gran vínculo con la burguesía, olvidándose de los sectores populares, siendo a partir de este momento donde se empieza a dar la desigualdad de la riqueza entre los estratos sociales. Asimismo la población con un nivel económico relativamente alto, contaban en ese entonces con un televisor en casa, pero las familias pertenecientes a la clase media, ni mucho menos la baja, lo tenían. Es entonces cuando se piensa en la creación de una barra popular que da pie a la transmisión de la telenovela *Senda Prohibida* (1957) con un formato estándar de lunes a viernes y con un horario vespertino. Ésta es una historia original de Fernando Villeli, primera telenovela mexicana que mostraba la historia de una mujer de provincia que llegaba a la ciudad de México con la aspiración de llegar a ser parte del talento artístico, haciendo uso de su belleza para atraer a un abogado casado y de buena posición, logrando convertirse en su amante con la ilusión de lograr la fama, poseer lujos y comodidades, pero cuyo plan fracasa cuando el abogado decide regresar con su esposa y ella resignada regresa a su pueblo. (Miró, 1997, p. 71).

En sus inicios el género hizo uso de personajes tanto malos como buenos, siendo la protagonista la encargada de representar a la mujer mala, cruel y despiadada, capaz de hacer cualquier cosa con tal de obtener lo deseado, pero que a fin de cuentas muestra su parte sensible y de arrepentimiento por el mal

causado. Por otra parte se representa a la figura masculina como aquel que cae en la tentación provocada por los coqueteos de una mujer, llegando al grado de decidir dejar a su esposa para dedicarse a su amante. La esposa era quien cumplía con el papel de la bondad, una mujer sumisa que sufrió la infidelidad y abandono de su esposo. Es así que el melodrama deja entrever las diferentes posturas de la mujer, la que era buena y mala, esposa y amante, decente e indecente. El público femenino se interesó por la historia al sentirse identificado con los personajes, defendiendo los valores de la esposa y desacreditando los de la amante, que a pesar de su arrepentimiento no logró ser admitida, ni perdonada, por la mujer de esos entonces.

Para esos años el rol más común de la mujer, era el de esposa y madre, así como las que optaban por los hábitos religiosos –monjas-, es así que se marca la importancia de los valores familiares y religiosos; en contraparte se encontraban las mujeres dedicadas a la vida fácil –prostitutas-, quienes rompían con las reglas y los valores morales, por ser las encargadas en provocar a los hombres a caer en el pecado.

La educación de la mujer iba dirigida a los estudios religiosos o a los quehaceres domésticos, como aprender a cocinar, bordar, tejido, etcétera. Sin embargo, después de la época revolucionaria la mujer empezó a querer incursionar en otras áreas, como en la educación. Es así que en la televisión se presentaban figuras como la de Silvia Derbez, Amparo Riveles, María Teresa Rivas, entre otras, representando a la figura femenina abnegada y dedicada a las labores de la casa y de la familia.

Poco después surgieron tres producciones más: *Gutierritos* (1958), una historia innovadora de 40 y 60 capítulos, donde se presenta como protagonista la figura masculina, el cual sufría a causa de los malos tratos de las mujeres, se exaltaba la maldad de la figura femenina. Más tarde surgió *Teresa* (1959) una estudiante de universidad, ambiciosa y fastidiada de vivir en la humildad, una

mujer que se apenaba de su familia por pertenecer a un nivel socioeconómico bajo. Estas representaciones que se encargaron de mostrar los buenos y malos valores, como modelos de conducta a seguir, para que la sociedad acatara aquellos valores como humildad, sencillez y mostrando la ambición como algo malo que los llevaría a ser castigados (Cue, 2003, pág. 11).

Es así como la telenovela empezó a ganar audiencia, pues cada vez la mujer se involucraba más con las historias, convirtiéndose en su pasatiempo favorito. Las temáticas comenzaron a ser más variadas y se contemplaron personajes tanto buenos como malos, lo que implicó la reestructuración del género al definir las acciones que representarían los personajes al abordar como requisito elemental al amor y el sueño por poseer lujos –riqueza-. Es entonces que se da una exaltación por el romanticismo -color rosa- historias que inspirarían a la mujer al consumo de la telenovela.

Con el paso del tiempo la estructura empresarial mexicana modificó la mecánica de producción de las telenovelas. Ya para finales de la década se empezó a utilizar el apuntador electrónico y se trabajó con videotape. En los años 60 se introdujeron nuevas temáticas históricas y de contenido social, donde se vieron nuevas posibilidades de exportación. También se empezó a grabar tanto en foros como en escenarios naturales, logrando con ello una escenografía de calidad.

A principios de los 60, se iniciaron las adaptaciones de historias radiofónicas a la televisión mexicana -la mayoría de ellas cubanas- como es el caso de *Pecado Mortal* y *El otro* (1960), *La mentira* (1964) y *Corazón Salvaje* (1966), con sucesivos *remake* en la televisión mexicana. De otra radionovela surgió *Estafa de Amor* (1967) dirigida y producida por Ernesto Alonso, fue protagonizada por Lorena Velázquez, Enrique Elizalde, Julissa y Jacqueline Andere (Cue, 2003, pág. 16)

Así la telenovela se perfilaba hacia la satisfacción del gusto de su público, puesto que presentaba historias que causaban nuevos intereses y con los que la mujer llegaba a establecer vínculos emocionales. Surge *María Isabel* (1966) escrita por Yolanda Vargas Dulché, quien llegaría a ser una de las escritoras más reconocidas dentro del género. Dulché empleaba la “fórmula cenicienta” para plasmarla constantemente en sus historias, dándole un tono diferente a la mujer abnegada que a fin de cuentas lograba lo deseado, a la par de valores amorosos y de afecto que permitirían su constante lucha contra el mal.

Con esa nueva estructura la mujer seguía dentro de una postura tranquila, colocándose en un papel de abnegación y sufrimiento. Es cuando surge la idea de crear nuevas temáticas dentro del género, al incorporar misterio y ficción con la creación de *Doña Macabra* (1963) de Hugo Argüelles, tema que no fue del completo agrado del público, volviendo, poco tiempo después, a las tramas anteriores.

Pero no solamente se dieron cambios en el género, el país también se encontraba en constantes cambios sociales, siendo los jóvenes los protagonistas en la historia mexicana; aquellos que se hicieron notar a través de una moda que tuvo sus raíces en Norte América, el *rock and roll*, denotando la rebeldía de los jóvenes tanto en la música como en la vestimenta, poniéndose de moda hombres con chamarras de cuero, pantalones de mezclilla ajustados, tenis y playeras, mientras que las mujeres usaban faldas tableadas dejando ver la crinolina debajo, tenis y sudaderas.

En nuestro país surgieron figuras como Angélica María, Cesar Costa, Alberto Vázquez, Enrique Guzmán, Julissa, etcétera, quienes se volvieron íconos del momento. La música se volvió el medio de expresión para los jóvenes, y a la vez, la transformadora de masas, logrando hacerse escuchar de modo más profundo; es cuando surge el movimiento hippie, con la necesidad de expresarse de forma más filosófica para crear conciencia sobre los conflictos que presentaba

el país. Sin embargo, el movimiento se vio agraviado por los acontecimientos sucedidos en Tlatelolco, esto es la muerte de estudiantes pertenecientes al IPN y la UNAM, entre otras universidades. Los jóvenes sufrieron la represión por parte del gobierno de Gustavo Díaz Ordaz, al expresar su desacuerdo a los cambios de la reforma, por los juegos olímpicos y por el derecho a una libre expresión. (Covarrubias, Uribe y Bautista, 1994, p.160).

Bajo ese mandato presidencial, y para hacer de lado los conflictos estudiantiles, se empezó a realizar telenovelas históricas siendo la primera *La Constitución* (1969) con la finalidad de restablecer en el pueblo la confianza en las leyes y en el gobierno. Entre éstas podemos destacar *Senda de Gloria* (1987), *El vuelo del águila* (1994-1995), la última que se realizó fue *La antorcha encendida* (1996).

Los sucesos anteriores originaron un cambio cultural tanto en adultos como en jóvenes “*existiendo aquellos que tienen perspectivas más allá de casarse y tener una familia, como el estudiar y llegar a ‘ser alguien’.* Pero que, también tienen el derecho de divertirse y ser libres” (Reyna, 2004, p. 20). No era sólo la diversión lo que interesaba en ese momento, sino un cambio en formas de pensar y lograr la superación, la mujer empezó a ser valorada en diversos campos, tanto en lo laboral como en lo intelectual.

Entrado a los 70, la telenovela mexicana desarrolla un modelo tradicional, el cual plasma temas y narrativas que manejan una especie de moral cristiana con una perspectiva humana, desde donde se vive el drama y el conflicto. También sobresale la redención de los personajes femeninos que viven en el sufrimiento como en *El amor tiene cara de mujer* (1971) y *Simplemente María* (1970), que fueron transmitidas en un horario vespertino. Esta última abrió las puertas a la internacionalización, drama que llamó la atención en otros países, al mostrar a la mujer como capaz de salir adelante y por su historia de amor con el patrón (Mejía, 1997); por otro lado *Los ricos también lloran* (1980) dio la vuelta al mundo

teniendo gran éxito en Europa, Rusia, China y Medio Oriente. Esta telenovela es un caso prototipo de exportación de un producto cultural, teniendo un elevado éxito en otras culturas muy diferentes entre sí, quizá porque se toca lo “*elementalmente humano*” (Orozco, 2006, p. 23).

Se empezaron a dar los movimientos feministas a nivel mundial, los que poco a poco fueron transformando la visión de la mujer sumisa a las de una mujer capaz de lograrlo todo. Dejaba de verse a la mujer que necesitaba del hombre para salir adelante, por su puesto, sin dejar de lado la necesidad afectiva. Esta innovación en los contenidos fue de gran aceptación por los espectadores, se dejan ver nuevas formas de telenovela, diversificadas en subgéneros, dirigidas a todo tipo de públicos tales como: telenovela infantil y juvenil, telenovela educativa, telenovela histórica y telenovela de drama.

También las telenovelas se han nutrido de series producidas originalmente por televisoras foráneas. Así sucedió con *Muchacha italiana viene a casarse* (1972), basada en una telenovela argentina de la que surge *Mundo de Jugete* (1974), producida y dirigida por Valentín Pimstein, que fue protagonizada por la niña Graciela Mauri, Sara García y otras figuras como Gloria Marín, Evita Muñoz, Irma Lozano y Eduardo Azcaraz. Esto se debió al interés que se tenía por captar la atención de un número mayor de público, los niños son el primer rubro a explorar diferente al adulto, y lo que dio el inicio de *Chispita* (1982) dejando ver las nuevas tendencias, en donde sus protagonistas eran niñas que mostraban su preocupación por los problemas de los adultos. (Reyna, 2004, p. 22).

Los críticos y estudiosos comenzaron a realizar investigaciones acerca de los impactos dados en la sociedad a partir del surgimiento de la televisión, y por supuesto de las reacciones y apropiaciones -por parte del público- sobre los contenidos emitidos en la programación. Los estudios de recepción y audiencia aumentaron su popularidad, situación que originó la creación de Instituciones dedicadas por completo a dichos estudios, pero con tendencias capitalistas, es

decir, que los estudios tienen como finalidad principal dar a conocer los requerimientos y necesidades consumistas del público, para poder atacarlos de manera publicitaria y con la programación. Es así que se crea INRA (International Research Associates), departamento encargado de medir la audiencia.

Durante la década de los 70 y principios de los 80 se experimentó la producción de telenovelas con nuevos contenidos sociales; Miguel Sabido fue su promotor dentro de Televisa y dichas producciones tuvieron gran éxito, estuvieron enfocadas a temas como la planificación familiar, la alfabetización de los adultos y el valor de la familia. Algunas de ellas se hicieron en coproducción con la Secretaría de Educación Pública y otras con el Ministerio de Salud. Estas telenovelas reflejaban la intención pro-social, dentro de las que destacan *Ven Conmigo*, (1976), *Acompáñame* (1977), *Vamos Juntos* (1979), *Caminemos* (1980) y *Nosotras las mujeres* (1981). Esto constituyó una innovación temática ya que tocó un tema importante sobre el contexto cultural machista.

Entrando los 80, el país enfrentó una crisis económica, lo que ocasionó la apertura y el cambio de los mercados consumistas, punto que preocupaba a los dueños de las Industrias Culturales. Sin embargo, 1985 marcó un cambio radical que presentaría la sociedad frente a los nuevos productos comunicativos, ya que el país en el mes de septiembre, enfrentaba a una de las peores catástrofes dadas en la ciudad, un terremoto que dejaría a casi toda la población paralizada. Lamentable hecho exaltó la presencia de los jóvenes, ya que su ayuda y entusiasmo para salir adelante, permitió que se les tomara en cuenta nuevamente.

A lo este hecho Televisa dio gran importancia y se preocupó por crear formatos dirigidos a las generaciones juveniles, lanzando al aire la telenovela *Quinceañera* (1985), con la presencia de un elenco juvenil que presentaba los problemas de aquellos momentos en relación con la drogadicción, el pandillerismo, los embarazos no deseados y la poca comunicación entre padres e hijos. Con ésta se pretendió enfatizar en la necesidad de los jóvenes por

encontrara una identificación que los guiará a una nueva perspectiva (Reyna, 2004, p. 25).

Es así que se imitan figuras públicas y pertenecientes al ámbito musical, dando origen a grupos como *Flans*, *Timbiriche* y *Fandango*, entre otros. De igual manera aparecieron en la pantalla programas como *XETU* y *Cachun-Chachun Ra-Ra*, que marcaron una nueva moda al imitar formas de vestir con faldas, blusas y pantalones aguados, cinturones color fluorescente, se imitaba también la forma de bailar, obteniendo como resultado un alto consumo de estos productos.

Televisa al observar la demanda en los productos y el éxito tanto de telenovelas juveniles como en el área musical, “*decide crear su propia fábrica de talentos, creando el Centro de Educación Artística (CEA), con la finalidad de acrecentar el sueño de poder acceder a este mundo de fantasías así como sus filas de talentos juveniles*” (Reyna, 2004, p. 26).

Una vez consolidada la audiencia femenina, juvenil e infantil, el medio trató de captar al público masculino con la creación de *Cuna de lobos* (1986) siendo, de las telenovelas que a lo largo de la historia ha alcanzado uno de los mayores rating (49.9 puntos), dado el horario en que era transmitida (de 21:00 y 22:00 horas). Esto debido a que las personas en ese horario ya se encontraban en casa después de las labores y se iban sumando al resto de la audiencia.

Entre las realizaciones más ambiciosas de esa década encontramos *El pecado de Oyuki* (1987) una historia de Yolanda Vargas Dulché que muestra a una geisha y la forma de la cultura oriental, la preparación y el sufrimiento que vive para lograr serlo; por otra parte se recurre al sufrimiento del desamor y la lucha por conseguir la felicidad. (Cue, 2003, pár. 25)

Entrando a los 90, la población se caracterizaba por el alto consumo de productos musicales, vestimenta, accesorios de moda, computadoras, que al

mismo tiempo son la entrada de la tecnología acompañada de la Internet; el fácil acceso a la información convierten a los jóvenes en la generación X, por ser una generación donde el obtener cosas materiales se vuelve una necesidad de valor.

En este contexto se produce *María Mercedes* (1992), la cual es el inicio de la trilogía más exitosa de la década, continuando con *Marimar* (1994) y *María la del barrio* (1995-1996), las tres con calidad de exportación y con gran éxito internacional, es entonces cuando se da el fenómeno de Talía. La población admiraba su pequeña cintura y sus curvas, siendo la imagen modelo de muchas mexicanas quienes, apropiándose de su imagen, se teñían el cabello de güero, y se extendió el uso de tops y corssets. Dicha trilogía tuvo gran éxito en nuestro país, y en otros como Japón y Tailandia.

Televisa, por más de treinta años, fue el monopolio de la televisión mexicana como productora de telenovelas, pero con el surgimiento de Televisión Azteca se tuvo que enfrentar a la nueva competencia, pues la propuesta de esta televisora fue crear nuevas temáticas en telenovelas.

En esta década se dieron algunos factores importantes que generaron una mayor cautela en las inversiones para obras no reconocidas por los públicos y Televisa y TV Azteca intensificaron la adaptación de nuevas versiones de historias exitosas en otras televisoras regionales, fundamentalmente las venezolanas y las colombianas de décadas anteriores, valiéndose de que muchos de sus entonces guionistas, como Delia Fiallo y Bernardo Romero, quienes trabajan actualmente en las productoras mexicanas. (Cue, 2003, pág. 38-39)

Televisión Azteca se une con la casa productora ARGOS de Carlos Payan Verver y Epigmenio Ibarra, para crear nuevos fenómenos televisivos de los cuales podemos mencionar *Nada Personal* (1996), *Mirada de Mujer* (1997) *Demasiado Corazón* (1997), *La vida en el espejo* (1999), *Todo por Amor* (2000), *Los Sánchez* (2005) y *Amor en Custodia* (2006).

Pese a sus anteriores intenciones de renovación del género, ante el éxito de *Mirada de Mujer* con la actuación de Angélica Aragón y Ari Telch realizada por TV Azteca asociada con ARGOS, Televisión Azteca reforzó los cambios en los contenidos logrando mantener un alto posicionamiento. Este producto causó gran interés en nuestro país, ya que la temática fue un parteaguas del esquema tradicional en la telenovela, cambiando el papel de la mujer sumisa a una mujer que a pesar de su edad lucha y encuentra el amor en un hombre más joven que ella.

Año con año ha ido aumentando la compra de historias colombianas, venezolanas, brasileñas y argentinas en nuestro país, las cuales han tenido y siguen teniendo gran éxito, a pesar de que ya son historias conocidas; estas adaptaciones siguen resultando de gran éxito en el auditorio mexicano. Tal es el caso de las telenovelas colombianas que para nuestros días son de gran éxito como es el caso de *Yo soy Betty la Fea*, que en México se transmitió en el año 2000 con un gran éxito. Televisión Azteca realizó esta historia bajo el nombre de *El amor no es como lo pintan* (2000) y Televisa lo hizo con el nombre *La fea más bella* (2006-2007).

Al igual que la anterior, *Café con Aroma de Mujer* es una historia colombiana que tuvo gran éxito en su país de origen. Ésta inició sus transmisiones en 1994; la realización del libreto fue hecha por Fernando Gaitán con la actuación de Guy Ecker y Margarita Rosa de Francisco, con la intención de retratar la vida de aquellos que se desenvuelven en torno de la producción del café. Nunca antes se había realizado en televisión una trama que girase alrededor de ese aspecto característico del país sudamericano, elemental para su economía y su cultura.

La historia fue todo un éxito desde las primeras semanas, la gente se sintió identificada con el apasionante universo cafetalero colombiano y los paisajes que conforman este país, desde la zona del Quindío, en Bogotá, Santa Marta, San

Andrés y las Islas del Rosario, alimentando el amor que sienten los colombianos por su patria, pero dando también una esperanza y una ilusión diferente al corazón. Como toda telenovela, debía ser impactante por su historia de amor, en esta ocasión, entre una campesina pobre y un empresario millonario. Aunque para muchos parece trillado el hecho de que las pobres se quedan con los ricos, *Café con Aroma de Mujer* fue diferente, ya que la muchachita pobre jamás fue sumisa, hipócrita, desamparada o tierna. “Gaviota”, interpretada por Margarita Rosa de Francisco, era salvaje, apasionada y sobre todo muy inteligente, con una tremenda sed por aprender y estudiar para salir de la pobreza por sus propios medios.

En el 2001 TV Azteca adquirió la historia y la adaptó al mundo cafetalero mexicano, así nació *Cuando Seas Mía*, con ciertos cambios en la historia como los nombres de los personajes y una serie de capítulos extra que modificaron el final de la historia.

En nuestro país tuvo mucho éxito y las figuras de Silvia Navarro y Sergio Basáñez resultaron cautivadoras para la audiencia. El carácter temperamental del personaje embonaba perfectamente con el estilo de actuación de Silvia, quien se convirtió en “Paloma”; y Sergio dio vida a Diego Sánchez Zambrano, heredero del imperio del café en México.

Cuando llegó a su fin en México, la telenovela había cambiado en algunos aspectos, resultó demasiado larga y el final no fue tan consistente como lo fueron los primeros y mejores capítulos de la producción Azteca.

Televisa, para el año 2006, mostró interés por realizar la misma trama que *Café con Aroma de Mujer*, con la misma intención con que fue creada en Colombia: retratar el universo que se desarrolla en torno a la producción de un producto 100 por ciento nacional, el tequila, bebida de suma importancia en la economía y cultura de nuestro país.

Así como en la idea original, *Destilando Amor* recorre el camino del tequila desde que es plantado hasta que los jimadores llegan a extraer las propiedades que el agave guarda en su interior, para ello Televisa invirtió una fuerte cantidad de dinero en ésta que se asegura fue la producción más cara del año.

La historia es desarrollada en el pueblo de Tequila, Jalisco, donde surge un amor ardiente, puro y fuerte, como el famoso destilado que lleva el nombre de esta región donde se produce el agave. Teresa Hernández, a quien todos llaman “Gaviota”, es una jornalera de campo que recorre el país con su madre, “Clara”, trabajando las cosechas. Cada año, regresan a Tequila para la jima del agave en la hacienda “La Montalveña”, propiedad de don Amador, el patriarca de los Montalvo, una familia de abolengo en la producción de tequila.

La telenovela *Destilando Amor* inició transmisiones el 22 de enero del 2007 y estuvo a cargo del productor Nicandro Díaz. La actriz que dio vida a “Gaviota” fue Angélica Rivera y el joven heredero de la familia Montalvo fue Eduardo Yáñez, con el nombre de “Rodrigo”. Los antagonicos fueron interpretados por Sergio Sendel y Chantal Andere –información que se presenta en el capítulo tres-.

Vale la pena concluir con una cita de Martín-Barbero y Muñoz (1992) quien señala:

Es por ello que, aun en el siglo XXI, si de historias de telenovelas hablamos, podemos decir que, en general, no hay nada nuevo bajo el sol, pese a los vicios de modernidad y postmodernidad y a las nuevas problemáticas que vemos diariamente en las pantallas latinoamericanas. Les aseguro que el mal no es congénito, sino adquirido (p. 22).

2.6. SOBRE LOS CONTENIDOS DE LA TELENVELA

Cuando pensamos en una telenovela, nos viene de inmediato la idea de la “fórmula Cenicienta”, esquema tradicionalista de la telenovela mexicana y otros países latinoamericanos, misma que las televisoras se han encargado de utilizarla por más de 50 años (caso Televisa). Narra la historia típica de la chica pobre que encuentra el amor de su vida, el “príncipe azul”, un hombre guapo, rico, profesionalista de éxito y que a pesar de ser asediado por mujeres hermosas e inteligentes decide quedarse con la pobre e indefensa protagonista.

Pero para el año de 1996, con las producciones realizadas por Televisión Azteca se empezaron a construir nuevos contenidos junto con la casa productora ARGOS, creando un fenómeno poco usual, una historia de amor y pasión, donde la acción era la temática principal y esto fue plasmado en la telenovela *Nada Personal*, después de lograr un gran éxito siguieron con la innovación de temáticas creando *Mirada de Mujer*, una telenovela que revolucionó la audiencia mexicana al trastocar los valores tradicionales del género y de una sociedad acentuadamente machista, su protagonista -una mujer de cincuenta años, poco frecuente en las historias- se muestra atrapada en un matrimonio ya sin motivación, dentro de una monotonía y el engaño de su marido, obteniendo un cambio relevante en los contenidos por mostrar diálogos atractivos que ayudan a inducir a la sociedad en una reflexión, destacando el vacío y la distancia que viven las parejas, lo que refleja la vida de muchas mujeres. (Covarrubias, Uribe y Bautista, 1994, p.168).

Es entonces en los noventa, cuando encontramos cambios relevantes en los contenidos de los melodramas. Televisión Azteca cambió la fórmula mostrando historias que reflejan lo más parecido a la realidad, una verdad más cruda acerca de la sociedad mexicana casi sin censura, para entonces abordar temas sobre política, narcotráfico, homosexualidad, aborto, drogadicción, alcoholismo,

impotencia sexual, corrupción, impunidad y liberación femenina, mostrando a la mujer como ejecutiva.

Es así como los contenidos comienzan a ser más polémicos y a reflejar nuevos conflictos y temáticas de interés para toda clase de públicos -clase baja, media y alta- logrando como resultado una identidad en todo tipo de los campos sociales.

Ahora bien, continuando con el tema sobre los cambios en los contenidos, hablar de villanos y humildes, es parte importante de análisis. El malo siempre lo representaba el rico y el pobre era el bueno que sin hacer el menor esfuerzo y por medio de suplicas a la virgen de Guadalupe (o cualquier otro santo), lograba salir adelante, terminando con riquezas; ahora se muestra a los pobres como personas que ya no se conforman viviendo en malas condiciones, sino que luchan para salir de la situación en la que se encuentran, toman decisiones para lograr obtener un buen trabajo, estudiar y prepararse para salir adelante -sin perder la fe a la religión- y dejar a un lado el camino de la delincuencia. Así, se empiezan a presentar villanos que forman parte de la clase baja. Se proponen personajes con características más reales y humanas, dando la opción de utilizar el libre albedrío.

Partiendo de estas innovaciones, podemos observar claramente una permanencia dentro del género por parte de las dos principales televisoras, pues a partir de la separación de TV Azteca con ARGOS ya no se han realizado grandes cambios del esquema tradicionalista. Llegamos a encontrar algunas diferencias en cuanto a cómo se cuenta o se intenta contar la misma historia pero en distintas formas, lo que es conocido como *refrito*, que en los últimos años han tenido gran éxito en los públicos latinoamericanos. Es una repetición interminable de historias, con nombres diferentes en los personajes, el desamor, el sufrimiento, lucha de poderes y la obviedad de su final victorioso, que como siempre es predecible desde los primeros capítulos que son mostrados al inicio de la transmisión.

La propuesta de ARGOS fue muy buena en su momento, pero también se comenzó con el reciclaje de actores para sus producciones, pues empezó a contratar actores de Televisa; el público retomó el camino hacia la preferencia y la magia del cuanto de la cenicienta.

Por otra parte existe la renovación de actores y actrices. El *star system* de Televisa es una fuerte maquinaria mercantil que engendra y hace obsoletas, a la vez, a todas las figuras que transmiten por su pantalla. Entonces podemos decir que “la renovación existente de este modelo, esta en sus estrellas y al parecer se mantiene en las más recientes producciones. Es por ello que Televisa es el canal de las estrellas” (Orozco, 2006, p.24).

El género se ha transformado en muchos sentidos, desde horarios, rutinas de trabajo, estructura narrativa, políticas industriales, hasta las estrategias de producción, sin embargo todo este proceso de cambio de forma no ha modificado la esencia fundamental de la telenovela que es precisamente la sensibilidad para conquistar a los públicos e involucrarlos cotidianamente en sus relatos. Seguimos viendo y gozando de todo un drama puesto en escena.

Así es que, para concluir este capítulo podemos decir que en México cumplimos cincuenta años de producción en telenovelas y hasta la fecha sigue siendo uno de los géneros con mayor éxito y de mayor preferencia de la población, así es que somos un país que cubrimos -dentro de nuestras tradiciones- el consumo y el gusto por observar este tipo de programas. Los programas de televisión son producidos por los mexicanos y al mismo tiempo se hacen partícipes de nuestra cultura, pues así, la industria televisiva – particularmente en el caso que nos ocupa Televisa- crea y recrea al mismo tiempo el reflejo de la cultura de nuestro país.

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 3

UNA METODOLOGÍA PARA OBTENER Y DESCRIBIR LOS RESULTADOS

Este apartado pretende desarrollar un análisis sobre la importancia que tiene la televisión como portadora de cultura en nuestra sociedad; siendo así, el género de la telenovela como el programa de interés para estudiar las formas simbólicas que son transmitidas por la televisión abierta, por otra parte se pretende observar cómo éstas se producen y transmiten, por parte de quienes las generan. Ahora bien, siendo uno de los principales objetivos de nuestra investigación, se busca realizar un estudio dentro de los actores sociales -la mujer-, para observar cómo se apropia, usa y representa el consumo de dichos productos para llevarlos a su vida cotidiana. Asimismo, y resultado de lo anterior, se observará en qué medida los valores se ven involucrados en esa apropiación de los roles que se manejan dentro de la telenovela. Una vez mencionado el objetivo de esta sección, es necesario formular las técnicas a utilizar y es aquí donde se presentan.

3.1. NOCIONES GENERALES

La mujer siempre ha formado parte importante en la cultura de nuestro país, es por ello que día a día se encuentra relacionada con los diferentes productos culturales como son: creencias, costumbres, tradiciones y prácticas cotidianas, las cuales se mezclan con grupos de poder político, social y económico, siendo las instituciones las encargadas en difundir dicho poder.

En el caso particular de nuestro estudio y como ya se ha mencionado, Televisa -como institución- posee ese gran poder sobre los públicos que la conforman, ya que es un generador de formas simbólicas, las cuales son presentadas dentro de la realización de programas televisivos, que a su vez son interpretados por los sujetos que comprenden los campos. Así, podemos observar que la mujer se encuentra altamente relacionada con la producción, intercambio e

interpretación de formas simbólicas que se presentan en los contenidos de la telenovela -parte de la programación televisiva- generando a su vez el consumo, el uso y la apropiación de éstas, para representarlas en los patrones de conducta diaria.

En primera instancia se deben tomar en cuenta los diversos elementos que forman parte de los contenidos en la telenovela, como puede ser el lenguaje, el manejo de la imagen, las formas narrativas y sobre todo los temas que se abordan dentro de ésta, para así llegar a interpretar el mensaje que es transmitido. En segunda instancia hay que señalar que vivimos en un país altamente consumista de este medio electrónico, es aquí donde valdría la pena observar cómo la mujer hace uso de las formas simbólicas mostradas, cómo son representadas y al mismo tiempo si esto tiene algún impacto ante la sociedad.

La mujer se considera más vulnerable y sensible que el hombre, es por ello que está más expuesta a consumir este tipo de productos, ya que por medio del melodrama trata de encontrar lo que hace falta en su vida diaria, como puede ser la carencia de libertad al dedicarse a su familia, la falta de romanticismo por parte de la pareja llegando a caer en la monotonía, etc. Es así que lo que presenta este medio, son historias llenas de fantasías y sueños para alcanzar la felicidad, una lucha constante por el amor obteniendo una estabilidad emocional y sentimental, el encontrar al hombre ideal, una persona exitosa, preparada y capaz de hacer todo por complacer a la mujer que desea. Estas temáticas hacen del género un éxito, transformando los conflictos emocionales en una realidad, llegando a ser tan influyente que muchas veces se obtiene como resultado un cambio en las formas de pensamiento y por ende en las conductas de los espectadores, es así, que el medio transmite valores que son asumidos por la mujer en su vida.

Partiendo de las anteriores premisas, es necesario conocer el contexto de producción y resignificación, para realizar una estructura que sirva de apoyo a la formulación de los diferentes componentes relacionados a nuestro objeto de

estudio. Sin embargo es necesario ejercer un análisis en ambas posturas, tanto en los productores de las formas simbólicas como en los receptores de las mismas, para dar un sentido y responder a nuestra pregunta de investigación. Ahora bien ¿cómo lograrlo? Es necesario basarnos en un método, mismo que es descrito por Enrique Luengo (1991) en *Problemas metodológicos de la sociología contemporánea*, como

un procedimiento de investigación que se desprende de una postura epistemológica y de una teoría sociológica, y en la que el investigador realiza una serie de operaciones que le permite seleccionar y coordinar ciertas técnicas para alcanzar uno o varios objetivos concretos (p. 92).

He aquí la importancia de elegir un método adecuado que cumpla con las necesidades de nuestro estudio, para la elección de una o varias técnicas que nos ayudarán a facilitar la recolección de datos.

Ahora bien, para la elaboración del análisis de las formas simbólicas nos vemos en la necesidad de emplear una metodología que ayude a la obtención e interpretación de los datos, para conseguirlo es indispensable plasmarlos de manera medible en los dos puntos de interés a investigar. Aquí es donde tenemos la elección de dos diferentes metodologías, la cuantitativa y la cualitativa. Estas dos metodologías forman parte del positivismo que busca un conocimiento sistemático comparable y comprobable, medible y replicable; al mismo tiempo, estos se encargan de que la investigación contribuya a un conocimiento objetivo sobre la realidad basada en el método hipotético-deductivo.

Comparando al método cuantitativo con el cualitativo, se puede pensar que el primero es más objetivo, digamos que es un método basado en la cantidad, es estadístico y por lo mismo menos descriptivo y la interpretación que se puede hacer de la información es limitada. El segundo es un método que permite dar

sentido al estudio, ya que se ve involucrado con la observación de los fenómenos sociales.

Luis González (en Valenzuela y Salles, 1998) define el método cualitativo como

un proceso inductivo, que se realiza por un proceso riguroso de sistematización que posteriormente facilitará el análisis de los datos, permitirá llegar con mayor seguridad a definir las aseveraciones teóricas o conclusiones y ayudará a agilizar la redacción del reporte final de la investigación (p. 157).

En el caso que nos ocupa, el enfoque cualitativo es el método que más se ajusta a las necesidades de la investigación a realizar, ya que deseo describir cuáles son las conductas mostradas en los contenidos de la telenovela y cómo la mujer se apropia de ellas y las lleva a su vida, teniendo como objeto, el estudio de las formas simbólicas, reconocer la existencia de objetos reales, analizar a la mujer en diferentes campos simbólicos, conocimiento de prácticas, la indagación, comprensión de las prácticas, fuentes de información, sistematización de datos, análisis de las representaciones de los individuos que producen y consumen los productos culturales, los puntos de vista y los procesos de los sujetos estudiados.

Por lo expuesto, considero que este método permitirá abordar los puntos más importantes para realizar el estudio, pues el método cualitativo propone diferentes etapas a desarrollar para la obtención de datos verdaderos a través de los siguientes pasos: el proceso inductivo, sistematización de los datos, análisis e interpretación de los mismos y aspectos sobre validez.

3.2. DE LA METODOLOGÍA A LA CONSTRUCCIÓN DE CATEGORÍAS

Ya se han mencionado las diferencias y características existentes entre los métodos cualitativos y cuantitativos, los que permiten la construcción del presente

estudio. A partir de este capítulo comenzaremos a hablar acerca del proceso metodológico, el cual será empleado en la parte práctica de la investigación. Iniciaremos recordando que nuestra investigación se realizará a través de un enfoque cualitativo, ya que se tiene como finalidad la interpretación de los datos de la investigación sobre un fenómeno social ya que la telenovela forma parte de éste, donde los actores sociales se encargan de producir y consumir el género, y, que al mismo tiempo, hacen uso y apropiación de las formas simbólicas.

Habremos de considerar que dentro del ámbito de los estudios de la comunicación se comprenden aquellos que tiene relación con la cultura y las prácticas de consumo, por ser éstos producto de la comunicación humana y en los que se realiza un uso y una apropiación por parte de quienes los consumen. En virtud de que nuestro interés es delinear algunos tipos de conducta que la mujer adopta por el consumo de productos creados por la televisión, nos vemos en la necesidad de indagar su consumo cultural a través de prácticas e intercambio de formas simbólicas que llevan a una apropiación en su vida cotidiana.

Es por ello necesario dar importancia a los puntos centrales que son: a) las formas simbólicas transmitidas en los contenidos de la telenovela b) donde los personajes son los encargados de representar nuestra sociedad c) y ésta se representa por medio de historias, involucrando sentimientos, emociones y conductas que muestran como trasfondo los valores creados por la misma sociedad d) entonces encontramos que la mujer -como actor social- forma parte de un público televisivo y por lo tanto es consumidora del género, es aquí, donde se encuentra el interés por analizar la relación que existe entre la telenovela y la adopción de comportamientos, normas y valores, por otra parte e) cómo los lleva a sus relaciones interpersonales y a su vida diaria. De modo que en este trabajo se pretende ofrecer mayor información respecto a cómo el género femenino participa en la creación de conductas partiendo de lo observado en las telenovelas.

Partiendo del punto de análisis, es necesario tratar con profundidad los diferentes estudios y aportaciones, así como las principales teorías en las que se basa la investigación. Es por ello que abordaremos la definición de actor social, esgrimida por Hernández (2002), quien considera que es “todo sujeto capaz de producir, intercambiar y apropiarse de objetos, artefactos, instrumentos, discursos, prácticas comunicativas, es decir, formas simbólicas que le permiten construir redes sociales” (p. 92), comprendiendo asimismo que en las prácticas se da un consumo cultural, expresión que de entrada requerimos precisar.

De acuerdo con García Canclini (1998), se entiende al consumo como una práctica cultural, que tiene como finalidad lograr satisfacer diversas necesidades, y al mismo tiempo, cubrir ciertos requerimientos dados en la razón del ser humano.

Ahora bien, actualmente la mujer se desenvuelve en diferentes campos como son el familiar, laboral, económico y político. Thompson (1998) los considera como aquellos espacios simbólicos que miden el uso de los capitales como son: el económico, cultural y social. Es entonces donde los individuos se encuentran compitiendo por la apropiación de los productos sociales, que, como lo denomina García (1998), no sólo se hace una apropiación en objetos materiales, sino también en conocimientos, ideas y mensajes, entre otros.

Asimismo, en los estudios realizados por Thompson (1998) encontramos que la apropiación se da por medio de mensajes, los cuales vamos adaptando a nuestra vida y logran ubicarnos dentro de un contexto que nos permite comprender quienes somos y donde estamos. Esto va más allá del simple uso que la mujer hace de los mensajes, lo cual conduce a la producción de sentido, de identidad, de relaciones interpersonales y el cómo debe comportarse la mujer para ejercer un rol ante la sociedad y lograr ser aceptada por ésta.

La mujer construye su cultura dentro de la cotidianidad y es así como ejerce el consumo de diferentes productos sociales, los cuales son creados y

generados por el poder del que gozan las instituciones, recordando que una de ellas es Televisa con productos como la telenovela. Es por medio de ésta, donde el género femenino encuentra el entretenimiento, ya sea después de las actividades laborales o quehaceres domésticos, lo que la observación del melodrama muchas veces es usada como fuga, escape a la realidad, o bien logra satisfacer ciertas necesidades de las que carece -muchas veces relacionadas al amor, romanticismo, el cuento de la cenicienta- o logra encontrar similitud en situaciones que enfrenta, ya que sus contenidos muestra conflictos y cambios que se van dando dentro de una época y en la sociedad, es enfocada a relaciones familiares o de pareja siempre referidas a problemas y acontecimientos actuales. Por otra parte, los personajes muestran características de bondad y maldad, riqueza y pobreza, belleza y fealdad física, inteligencia e ignorancia; es entonces que todos los componentes ya mencionados funcionan capturando a la audiencia, por llegar a identificarse en las temáticas abordadas.

Por otro lado, y siendo parte importante de la presente investigación, se tiene que los valores, al decir del sociólogo estadounidense Milton Rokeach (en Entee, 1998) “son estándares que nos permiten justificar y racionalizar ciertas creencias, actitudes y acciones... proveen una base para la autojustificación racionalizada y sirve para mantener y aumentar la autoestima“(p. 485). Con base en lo anterior podemos entender que los valores funcionan como modelos para guiar las conductas de las personas, los cuales se encuentran relacionados a las acciones, actitudes, juicios y comparaciones. Éstos al ser transmitidos, logran crear una ideología, lo que permite observar algunos factores que son reinterpretados por la mujer que los consume, creando conductas en las cuales muchas veces se muestra falta de seguridad, honestidad y traición, entre otros.

Podemos concluir que todo lo observado en la telenovela forma parte de nuestra cultura, y por lo tanto viene siendo una categoría de análisis debido a que ésta: a) muestra gran cantidad de formas simbólicas en sus contenidos; b) forma parte del principal consumo en nuestra sociedad; c) es portadora de creencias,

emociones, ilusiones e ideales; y, d) muestra un carácter de apropiación en la mujer, lo cual lleva a la práctica.

Pues bien, hasta este momento se han mencionado conceptos y definiciones teóricas que nos permiten sentar las bases del presente estudio, pero es aquí donde comenzaremos a hablar sobre las técnicas empleadas en la parte práctica de la investigación. La metodología aplicada contempla un Análisis de Contenido, se optó por esta técnica por ser un estudio dedicado a los contenidos, a formas narrativas y descriptivas, pues logra crear inferencias a través de las características de los mensajes, es decir, por medio de un grupo de signos se obtienen ciertas categorías que son definidas por quien realiza el estudio. Los resultados del análisis hablarán de la frecuencia en que los signos ocurren, para cada categoría, es entonces donde se realiza una descripción objetiva y sistemática del contenido manifiesto, cuya finalidad es interpretarla.

Considerando la propuesta de Krippendorff (1990), el Análisis de Contenido parte de cuatro puntos centrales para su desarrollo: a) la recolección y registro de algún medio tangible y durable, como notas, transcripciones escritas, en audio o video, de los datos relevantes al estudio; b) el desarrollo de códigos o la definición inductiva de conjuntos de las notas o páginas transcritas; c) la transformación de dichos códigos en temas categóricos; y, d) la clasificación del material recolectado, en categorías, identificando frases, patrones, relaciones, similitudes y diferencias entre cada unidad. A los pasos ya mencionados, este autor, agrega dos pasos más. En primera instancia, es la inferencia, que es el uso del conocimiento o teorías que se relacionen sobre los datos y que los vinculan de un modo contextual, y en segundo lugar, el análisis, el cual debe realizarse sobre los patrones, elementos significantes o descriptivos, resultantes de los pasos anteriores para llegar a las conclusiones.

Encontramos, que por medio de esta técnica es posible contar con los elementos necesarios que permiten detectar qué es lo que se muestra en los

contenidos de la telenovela *Destilando Amor*, ya que nuestro interés radica en observar los siguientes elementos: temáticas, mensajes y conductas representadas por los personajes, con la finalidad de comprender cómo es representada la mujer y cuáles son los valores más relevantes dentro del género.

La segunda técnica empleada es la de grupo de discusión, se recurre a ésta ya que es un medio útil para la recolección de información en un tiempo breve que permite llegar al conocimiento de lo que la mujer consume, usa y se apropia de los contenidos de la telenovela. Pues bien el grupo de discusión se desarrolla a través de un conjunto de personas -como tipo de muestra- que por medio de la conversación crean un intercambio de ideas, opiniones, experiencias y formas de pensar por parte de cada uno de los integrantes. La información obtenida dentro de esta actividad ayuda a la construcción de un análisis que permite establecer la relación existente del individuo entre su archivo de experiencias, su intuición y la información que le brinda el propio mensaje y las actuaciones de los personajes.

El objetivo es lograr que los participantes formen un discurso por medio de ideas individuales que cubran con las características necesarias del objeto de estudio. La ejecución se encuentra a cargo de una persona a la cual se le nombra preceptor, por ser quien controla y dirige al grupo para llegar a crear una discusión y reflexión sobre el tema de interés. Es importante que el grupo este constituido por individuos que no se conocen entre sí, esto es para evitar que dentro del grupo se creen subgrupos o bien, una persona adopte el liderazgo sobre éste, pues si es así, las personas se verán manipuladas por otras y la información no será válida. El siguiente apartado muestra con detalle las técnicas.

3.3. METODOLOGÍA

Dentro de este punto se planteará como bien lo dice su nombre, el método para la obtención de información apropiada a las necesidades de la investigación, las cuales serán realizadas basándonos en dos diferentes metodologías

elaboradas por Boudon, Klaus Krippendorff y Jesús Ibáñez. Del primero utilizaremos la elaboración de Encuestas (cualitativa) a mujeres que viven en el Distrito Federal y Área Metropolitana. Por otra parte nos basaremos en un Análisis de Contenido de realizado por Krippendorff e Ibáñez, esto con la finalidad de lograr desmenuzar los contenidos y temáticas que existen dentro de la telenovela *Destilando Amor*. Asimismo se desarrollará un Grupo de Discusión basándonos en los estudios de Jesús Ibáñez.

3.3.1. La construcción del proceso

Para la elaboración de este apartado recurrimos a las aportaciones elaboradas por Boudon (1978) en *Los métodos de las encuestas cualitativas*, donde indica que a partir de la construcción de la hipótesis, se puede elaborar el plan de observación, pues comenzando con la formulación de ésta, será posible recoger la información apropiada a las necesidades de la investigación.

Ahora bien, una vez elaborada la hipótesis nos enfrentamos ante el problema de la creación de las variables¹, es decir, la traducción de los conceptos a los índices, “se trata de pasar de la definición abstracta o de la connotación intuitiva de las nociones sociológicas a criterios que permitan definir una clasificación sobre la base de esas variables” (Boudon, 1978, p. 55).

Para ello se recurre al proceso de operacionalización que va desde el concepto hasta los indicadores. Es decir, la operacionalización se entiende como el procedimiento que tiende a pasar de las variables generales a las intermedias, y de éstas a los indicadores, con el objeto de transformar las variables en datos observables.

Al respecto, se reconoce a Paul Lazarsfeld (en: Hernández, 2002) como uno de los pioneros en utilizar dentro de sus trabajos sociológicos la sistematización de

¹ Boudon (1978) define variables como “el resultado de la división de conjuntos de objetos según uno o varios criterios específicos, sexo, nivel de clasificación” (p. 54).

datos². Ésta ha sufrido algunos cambios pero siempre se han respetado las siguientes fases: a) definición del concepto o variables generales de la investigación; b) las dimensiones o categorías intermedias que desglosan el concepto; c) definición operacional o de trabajo; y, d) en la mayoría de los casos se culmina con los índices.

El cuadro de sistematización se compone de cuatro columnas base, puede contener más columnas siempre y cuando la investigación lo requiera. Cada una de las columnas forma parte de los puntos ya mencionados y son las que se utilizarán en la tabla de especificaciones, y son, a saber:

- *La representación gráfica del concepto*: éste se relaciona con el análisis y la mediación de la noción de gestión. En otras palabras el término concepto manifiesta la abstracción de ciertos acontecimientos observados.
- *La especificación del concepto*: éste consiste en analizar los componentes de la primera noción, es decir, de la definición se obtienen categorías que ayudan a dar sentido a los aspectos que la construyen. Esta segunda parte es nombrada como Dimensiones.
- *La elección de los indicadores*: es una manera práctica de expresar en forma abstracta un rasgo común de un acto. Los indicadores se pueden obtener por medio de criterios teóricos, logrando explicar una pequeña parte del concepto, por lo mismo son varios los indicadores en relación a éste. Como menciona Boudon (1978) “es indispensable utilizar el mayor número posible de indicadores, asimismo, éstos pueden variar mucho según el medio social” (p. 59).
- *La formación de los índices*: ésta consiste en sintetizar los datos elementales obtenidos durante las etapas precedentes. Se considera como la última fase, ya que es aquí donde se sintetizan todos los datos obtenidos de las etapas anteriores.

² Para obtener más información acerca de Sistematización de Datos, se puede consultar Boudon, Raymond (1978). *Los métodos en sociología*. Argentina, El Ateneo.

Pues bien, estas especificaciones se utilizaron para la elaboración de la Tabla de Especificaciones la cual esta basada en los puntos anteriormente mencionados, aunque se consideró una fase más que son los Tópicos, esto es, las unidades de análisis que integran el instrumento de recolección.

Por lo tanto la tabla de especificaciones contempla 5 fases, que son:

- 1) Concepto
- 2) Dimensiones
- 3) Indicadores
- 4) Índices
- 5) Tópicos

Para la elaboración de los indicadores a los índices nos basamos en la teoría dada por Boudon (1978) y se construyeron según las necesidades de las categorías, siendo nuestro concepto principal el Consumo Cultural, término basado en los estudios realizados por García (1998) vinculado a la mujer (por ser nuestro objeto de estudio), se parte de este concepto para la creación de categorías del cual se abstraen uso y apropiación, siendo éstos la raíz de nuestro concepto y del cual se desprenden los indicadores, índices y tópicos (la tabla de especificaciones).

Ya establecidos los puntos anteriores, continuaremos con la presentación de las referencias metodológicas que fundamentan la creación del instrumento de análisis de la telenovela *Destilando Amor* y su impacto en la mujer, lo que permitirá fragmentar de manera precisa dicho producto, permitiendo conocer su contenido, así como saber si en efecto ésta telenovela es portadora de valores y cuáles son los principales valores que ésta transmite.

Por otra parte, se fundamenta la construcción de éste apartado con la visión de dos autores, los cuales se han dirigido a presentar las técnicas de análisis, éstos son: Klaus Krippendorff (1990) en *Metodología de Análisis de Contenido* y Jesús Ibáñez (2004) en *Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social* (quien realizó estudios en Geysers Margen) donde hace referencia a dos técnicas distintas, las cuales se fusionarán con el fin de complementarse una a la otra y así enriquecer el análisis final, contemplando el Análisis de Contenido y el Grupo de Discusión.

3.4. LAS TÉCNICAS

Anteriormente se ha señalado la metodología a seguir, a continuación se plantearán las técnicas a seguir para la obtención de datos basándonos en el método de investigación. La Encuesta se realizará con la finalidad de obtener más información (económica, estudios, edad, etc.) acerca de las personas que participarán dentro de nuestro grupo de discusión. Sobre el Análisis de Contenido es una técnica que ayuda a describir, ordenar y cuantificar los datos obtenidos, para finalmente ser interpretados dentro de una realidad. Para finalizar el Grupo de Discusión es una técnica que ayudará a plasmar por medio de la conversación y discusión los datos sobre el consumo y apropiación por parte de las mujeres que consumen el producto televisivo.

3.4.1. Análisis de Contenido

El Análisis de Contenido es una técnica utilizada tanto en el método cuantitativo como en el cualitativo, por ser un análisis descriptivo que muestra datos ordenados y cuantificados, que a la hora de ser interpretados por el investigador éste puede apreciar ausencia o presencia de inferencias. El análisis debe ser predictivo de algo observable, para conceptuar la porción de la realidad del contexto en que es analizado.

Varios autores coinciden al señalar que dicha técnica, es utilizada por los investigadores que exploran generalmente la comunicación social, así es definida como “una técnica para hacer inferencias a través de la identificación sistemática y objetiva de las características de los mensajes” (Holsti en Berg, 2001, p. 240). Sin embargo, nuestro estudio estará basado en la propuesta realizada por Krippendorff (1990), quien señala, que “el análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y validas que pueden aplicarse a su contexto” (p. 28). Ya teniendo el primer acercamiento a la técnica nombrada, es importante enfatizar que su finalidad inicial es proporcionar conocimientos, representación de hechos y una guía práctica para la acción.

Este tipo de análisis se caracteriza por ser fiable en la medida que es reproducible, ya que si otro investigador llega a realizar la misma investigación los datos deben ser los mismos. Por otro lado, es una técnica interesada en analizar espacios de la realidad, esto tiene que ver con la realidad de los datos y la realidad de lo que el investigador desea dar a conocer para delimitar el contexto.

Por tales razones, la técnica a explicar se perfila como una receptora de datos, donde se aplican formas no lingüísticas de comunicación, facilita la toma de decisiones o la contribución de conceptualizar la porción de la realidad que suministró el texto analizado; realiza una relación del contexto con los datos y se justifica en función de éste.

La investigación se centra en la necesidad de establecer pasos para extraer los datos necesarios que permitan tener los resultados requeridos, proponiendo un Análisis de Contenido establecido en:

1. Determinación de Unidades.
2. Muestreo
3. Registro
4. Reducción de Datos

- 5. Inferencia
- 6. Análisis
- 7. Validación

Para la Determinación de Unidades tenemos:

1) *Unidades de Muestreo*: éstas proporcionan datos de la realidad observada o pueden ser expresiones de la lengua fuente que se consideran independientes unas de otras; deben ser independientes porque de lo contrario pueden afectar al análisis final, ya que las frecuencias pueden carecer de significado.

Se divide en seis diferentes planes de muestreo:

- a) *Muestra aleatoria*: unidades de muestreo, se elabora un listado de los fenómenos de la investigación y se eligen una unidad al azar.
- b) *Muestra estadística*: dentro de una población de datos existen estratos, donde cada unidad de muestreo pertenece sólo a uno de ellos.
- c) *Muestreo sistemático*: seleccionadas las una unidad se sigue una secuencia.
- d) *Muestreo por conglomerados*: esta muestra utiliza grupos de elementos que presentan designaciones y límites naturales.
- e) *Muestreo de probabilidad variable*: se asignan las posibilidades de inclusión en la muestra de cada unidad de acuerdo con algún criterio a priori.
- f) *Muestreo en etapas múltiples*: es cuando se recurre a más de un procedimiento de muestreo.

2) *Unidades de Registro*: pueden considerarse partes de una unidad de muestreo que es posible analizar de forma aislada. Puede ser desde las palabras

hasta una oración o un texto completo donde se detecta una referencia, tomando en cuenta el contexto.

3) *Unidades de Contexto*: éstas fijan límites a la información contextual que se incorpora a la descripción de una unidad de registro. Demarca la porción del material simbólico que debe examinarse para caracterizar la unidad de registro.

Ésta debe tener presente la realidad que rodea a los datos y lo que se quiere conocer de ellos; para su descripción es necesario abarcar su registro.

Para fijar estas unidades se sugieren los siguientes procedimientos:

- a) *Unidades físicas*: éstas dividen un medio de acuerdo con el tiempo, longitud, tamaño o volumen y no de acuerdo con la información que transmiten.
- b) *Unidades sintácticas*: son naturales en relación con la gramática de un medio de comunicación, no pide emitir juicios sobre el significado.
- c) *Unidades referenciales*: éstas son indispensables y se definen a partir de determinados objetos, sucesos, personas, actos, países o ideas a los que se refiere una expresión.
- d) *Unidades proposicionales*: requieren un grado considerable de familiaridad con la sintaxis, la semántica y la lógica del lenguaje fuente, así como con ciertas transformaciones lingüísticas, reformulación de frases, descontextualización y determinación de los núcleos de significado.
- e) *Unidades temáticas*: se caracterizan por su correspondencia con una definición estructural particular de contenido de los relatos, explicaciones o interpretaciones. Para su elaboración, es necesario construir un instrumento de análisis, ya que en ésta se indica el material a utilizar, el periodo en el que se realizará, asimismo se detallan los

elementos que se van a tomar en cuenta para la ejecución de la investigación.

Por otra parte, es necesario crear un código de análisis, el cual sirve para constatar si se han hecho cambios dentro de los medios estudiados; para ello se crean variables que pueden ser: variables físicas, de identificación, de los personajes del relato, espacio-tiempo y las de selección del acontecer público.

A continuación se detallan los puntos tratados, con la finalidad de realizar más claramente las diferentes unidades correspondientes a la investigación:

Muestra: sirve para representar los elementos a estudiar, ésta se realiza a partir de planes estratégicos de muestreo, lo que quiere decir, obtener una muestra representativa para realizar la investigación con confiabilidad. Una vez obtenida la muestra es importante determinar el tamaño.

Tamaño: podemos encontrar unidades que llegan a ser idénticas, cuando esto pasa, es recomendable dejar sólo una, pues pueden existir casos extraordinarios y significativos donde la muestra será amplia incluyendo una totalidad en la población.

Registro: se encarga en explicar los procedimientos para el desarrollo del procesamiento de datos, destacando cuatro elementos importantes:

1) *Las Características de los Observadores:* Éstos se encuentran familiarizados con el material a analizar, ya que partiendo de su creación, se forman nuevas categorías y términos para conformar el lenguaje de los datos, permitiendo una explicación fácil y fluida.

2) *La Capacitación y Preparación*: Ésta cumple con la función de mostrar el fenómeno a estudiar de manera sencilla, ofreciendo el conocimiento sobre la técnica a utilizar y sus resultados.

3) *La Sintaxis y Semántica de los Datos*: Tanto la sintaxis como la semántica se encuentran incorporadas a las reglas que regulan la asignación de unidades a determinadas categorías o al código. Tales reglas o códigos establecen que los datos son entidades simbólicas. Y dentro de las instrucciones de registro deben ser fiables de manera que expliquen el significado de los datos (Reyna, 2004, p. 45).

En la semántica del lenguaje es necesario dividir las unidades de registro, así es que se presentan los siguientes puntos para delinear dicha semántica:

- a) Designaciones Verbales,
- b) Listas de Extensión,
- c) Esquemas de Decisión,
- d) Magnitudes y Escalas,
- e) Simulación de la Verificación,
- f) Simulación de Entrevistas, y
- g) Construcciones Conceptuales de Cierre e Inferencia.

4) *Administración de las Planillas de Datos*: Éstas contienen la información de los datos en una forma explícita, pueden existir tanto registros separados como unidades de registro, de tal manera que las planillas pueden contener diferentes tipos de información:

- a) Administrativa,
- b) Información sobre la Organización de Datos, y
- c) Datos.

Lenguaje de Datos: Este debe proporcionar como mínimo la información que se estableció previamente en el objetivo de Análisis de Contenido. Además percibe la forma en que se deben registrar los datos y consiste en:

Variables: Son valores representativos de variabilidad de unidades de registro pertenecientes a una dimensión conceptual.

Constantes: con significados operacionales establecidos y especifican las relaciones entre las variables.

Sintaxis: cuyas reglas gobiernen la construcción de registros perfectamente conformados partiendo de constantes y variables.

Lógica: determina qué registro se implica recíprocamente, o pueden considerarse equivalentes, estableciendo dependencias entre variables.

Las variables, como señala Krippendorff (1990) son “símbolos que representa un valor cualquiera, dentro de una serie de dos o más valores mutuamente excluyentes como objetos, estados, categorías, cualidades o elementos” (p. 129). Cuentan con la característica de poder dividir el conjunto de todas las unidades de registro, “la suma de sus frecuencias asociadas con los valores de cada una debe ser igual al tamaño de la muestra” (Reyna, 2004, p. 47). Estas a su vez pueden ser abiertas o cerradas.

Todos los anteriores son los puntos a realizar para el desarrollo del Análisis de Contenido.

3.4.2. Grupo de Discusión

Ahora bien, se eligió el Grupo de Discusión porque es una técnica útil dentro de la investigación social ya que permite observar las formas simbólicas

que los sujetos se apropian al hacer un consumo -en este caso televisivo-. El grupo debe estar compuesto por un conjunto de personas que por medio de la conversación crean una interacción, éste *“adopta un perfil de muestra, de microconjunto representativo del macroconjunto; la forma conversación reviste la particularidad de que, por lo menos y en primera instancia, sólo se habla, se dialoga, pero no se actúa”* (Ibáñez en: Geysler, 2004, p. 202).

En otras palabras, un grupo de discusión nos ayuda a constituir el conocimiento al que va dirigida la investigación, se realiza a través de un grupo de individuos que se encuentran en contacto con la realidad, que por medio de la conversación ayudan a la construcción de la definición del estudio, pues los individuos narran experiencias que son únicas. El grupo debe estar a cargo de un director o preceptor, el cual se encarga de guiar, poner orden e incitar a los sujetos para lograr el objetivo.

Así, el objetivo de la técnica es que los sujetos lleguen a construir un discurso por medio de conductas humanas, para cubrir con los requerimientos del objeto de estudio y de esto se encarga el preceptor, que es quien debe controlar la situación para crear una discusión y una reflexión sobre el tema. Ahora bien, es importante que el grupo se constituya por individuos que no se conocen entre sí, esto es para evitar que se creen grupos dentro del grupo, pues si es así las personas se verán influenciadas por otras y no servirá la información.

Existen dos momentos importantes, el primero es el *Desarrollo de la Discusión* y el segundo es el *Análisis del Discurso* producido.

Desarrollo de la Discusión

Dentro de éste es necesario tomar en cuenta varios elementos, empezando por la *recolección de la información* donde se recomienda que:

- a) el tamaño del grupo debe oscilar entre cinco y diez miembros,
- b) la selección de integrantes debe tener un criterio de equilibrio cualitativo,
- c) es necesario que el criterio del grupo sea heterogéneo para lograr homogeneizar el proceso de intercambio verbal.

Una vez cubiertas las características anteriores, se debe planear el canal de comunicación entre los miembros, este será por medio de la conversación:

- a) el canal de comunicación posibilita el acercamiento entre la instancia de investigación y los participantes,
- b) es necesario tener la forma del canal de comunicación y especialmente el tipo de relación que ésta supone, además de considerar si es jerárquica o igualitaria, y
- c) es recomendable que los participantes conozcan lo menos posible los objetivos del grupo, para que éstos no prefabriquen opiniones y posturas.

Es recomendable reunir al grupo en lugares que reúnan las siguientes características:

- a) tipo técnico, se cuenta con las condiciones de un sitio agradable, sin ruidos, mesa redonda y disposición de asientos,
- b) de carácter simbólico, este remite a las necesidades de no contradecir los valores simbólicos del grupo.

El local debe estar lejos del contexto de la realidad de la vida de los participantes.

Para desarrollar la discusión dentro del grupo, como ya se ha señalado, es necesario contar con un director o preceptor, que es quien tiene el papel central en la guía y el desarrollo de la discusión. El tiempo estimado de la reunión lo fija el

preceptor, así como su inicio y su final, se recomienda entre una hora y hora y media, pues este autor menciona que después de este tiempo deja de ser grupo.

Se establecen algunas recomendaciones para la realización de la técnica:

- a) el preceptor no debe hablar con los participantes antes de comenzar la sesión,
- b) la sesión debe ser grabada y se tiene que explicar a los participantes por qué se hace,
- c) al iniciar y al acabar la grabación, el preceptor debe agradecer la presencia de los asistentes,
- d) el preceptor no debe emitir juicios sobre el tema y debe hacer uso de un lenguaje que vaya con las características del grupo, y
- e) el preceptor debe intervenir sólo si el grupo observa orden, se aleja del tema y cuando un líder espontáneo monopolice la discusión.

Análisis del texto

Terminado el grupo de discusión se debe de transcribir textualmente lo ahí ocurrido, obteniendo un texto que será analizado e interpretado, el objetivo es descodificar las ideologías de los discursos. No hay reglas que lleven a la realización del análisis, esas dependerán del proceso de interpretación y análisis de la propia investigación.

El análisis debe de pasar del enunciado empírico al espacio teórico y viceversa, pero éste puede presentar tres problemas:

- 1) La selección de los datos pertinentes, cuando se busca el significado de los discursos.
- 2) La selección de teorías capaces de acoger y cubrir los datos.

- 3) La evaluación de las condiciones de aplicabilidad de los elementos a la teoría y de la teoría a los elementos.

Ibáñez señala tres formas de establecer dicha relación:

- a) el descubrimiento de teoría a partir de datos vía inductiva, una evaluación de la idoneidad de una teoría para explicar los datos,
- b) el procedimiento de deducción, y
- c) la evaluación de un repertorio de teorías alternativas.

Se debe desentrañar la estructura del discurso para expresar las convenciones sociales que producen las ideologías y para obtener los elementos inconscientes que subyacen de los sujetos.

3.4.3. Construcción del instrumento para el análisis de contenido

Se piensa elaborar un Análisis de Contenido sobre la telenovela *Destilando Amor* por ser una técnica dedicada a estudiar la información con profundidad, lo cual nos permitirá dar un claro conocimiento acerca de los contenidos, como son: mensajes, temas abordados, conductas mostradas, el papel de la mujer, pero sobre todo, permitirá dar a conocer cuales son los valores que muestra este género televisivo y para llegar a ello, es necesario observar todos los elementos ya mencionados.

Para el desarrollo de esta técnica nos basaremos en la teoría de Krippendorff (1990), siendo uno de los portadores más importantes para su elaboración, donde señala que “el análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que pueden aplicarse a su contexto” (p. 28).

La telenovela *Destilando Amor* es nuestro objeto de estudio; cuenta con una variedad de datos asociados a la realidad, donde podemos obtener el número de unidades necesarias a analizar, siempre y cuando recordemos que cada una de éstas debe ser independiente, porque de lo contrario afectaría el análisis final ya que las frecuencias pueden carecer de significado, como lo menciona Krippendorff (1990).

En seguida se mencionan las unidades de análisis que se tomaron en cuenta para la elaboración de la técnica:

- 1) *La Unidad de Muestra*: es la telenovela *Destilando Amor*, por contener datos que reflejan la realidad y al mismo tiempo expresiones de la lengua fuente, siendo éstas donde encontramos las porciones físicas necesarias para su realización.
- 2) *La Unidad de Registro*: Son los diferentes personajes de la telenovela, por ser quienes representan y dan sentido a la historia, creando una realidad a través de redes dramáticas. Por otro lado éstos sirven como guía para observar -por medio de conductas y relatos- los valores que son mostrados. Las unidades de registro cumplen con la función de analizar desde palabras, oraciones o textos completos donde se detecta una referencia.
- 3) *Unidades de Contexto*: Será por secuencias, pues a través de éstas se marcan los límites y duración en los relatos. También presentan la realidad que rodea a los personajes, así como lo que se desea conocer de ellos; para su descripción es necesario caracterizar su registro.

Ahora bien, ya seleccionadas las unidades generales -lo que permite el conocimiento de los elementos a analizar- se procede a especificar las unidades que formarán parte del universo de nuestro estudio.

Unidades Físicas: Es todo aquello que forma parte de la telenovela al momento de ser transmitida, se encuentran determinadas en tiempo (hora) y espacio (de lunes a viernes) así como en cantidades (300).

Unidades Sintácticas: Éstas refieren a la estructura, es aquí donde se toma en cuenta el relato, estableciendo la cantidad de capítulos a analizar, las secuencias y los esquemas narrativos que se utilizan para presentar dichas secuencias.

Unidades Referenciales: El personaje es analizado a partir de características internas y externas, así como actitudes, actos, conductas y desenvolvimiento dentro de diferentes sucesos.

Unidades Proposicionales: Éstas son unidades que se encuentran más en relación a textos escritos, pues hacen referencia a los elementos gramaticales de los enunciados, propios del lenguaje escrito, como: sintaxis, semántica y transformaciones lingüísticas, que no se ve muy afines para nuestro análisis, por lo tanto esto no se contempla dentro del estudio.

Unidades Temáticas: Éstas se encuentra dirigidas hacia los temas tratados e interpretaciones dentro del relato, donde los personajes se encuentran ya definidos, cada uno con ciertas características; se piensa abordar los temas aleatorios a ellos.

Una vez obtenidas las unidades, daremos pie a la construcción del instrumento de análisis empezando por la elección de la muestra por conglomerados.

Se eligió este tipo de muestra por ser la que utiliza unidades muestrales y al mismo tiempo presenta límites establecidos. Las unidades sintácticas serán obtenidas por medio de los capítulos de la telenovela, por ser los que determinan

estas características, mostrando un principio, un fin y cada uno forma parte de un momento narrativo, comprendiendo en su estructura un inicio, un clímax y un desenlace, siendo éstos los límites naturales.

Para el vaciado de la información se utilizó un Código de Análisis, es decir se realizó una lista de categorías a las que se les asignaron variables, teniendo como fin principal, medir las Unidades del Análisis de Contenido.

Teniendo una estructura de vaciado, se le asignó un indicador a cada categoría, en este caso, se les determinó las letras del alfabeto en orden progresivo. Por último, a las diversas opciones extraídas de las categorías, se les clasificó por números, con la finalidad de agilizar el manejo del Código con la finalidad de hacer práctico el análisis de los datos.

I. Unidades Físicas

Las unidades físicas son los capítulos de *Destilando Amor* la cual es una telenovela transmitida de lunes a viernes con un horario de 21:30 a 22:30 con un total de 300 capítulos al aire. Ésta será analizada en sus diferentes categorías que forma parte de la telenovela al momento de ser transmitida.

II. Unidades Sintácticas

Dentro de la muestra por conglomerados se calcula un 95% de confiabilidad y un error de +/- 5, lo cual se determinó con la división del número de secuencias por capítulo (25) entre el número de secuencias totales (500) lo cual equivale a 20 capítulos de la telenovela *Destilando Amor*, y para su ejecución se tomó en cuenta la estructura narrativa dividida en tres partes:

- 1) *Inicio*: informa acerca de la historia y presenta a los personajes.

- 2) *Clímax*: cuando se presenta un problema, una tensión, complicación o se revela una verdad que afecte a los personajes.

- 3) *Desenlace*: este se da cuando en la historia los personajes toman una determinación ante ciertas situaciones, la cual es representada por medio de conductas y acciones demostradas a lo largo del planteamiento.

De esta manera que se ha determinado el instrumento de análisis así como su uso. A continuación se muestran la forma en que serán presentados los resultados más representativos del objeto de estudio colocados en Tablas Porcentuales, categorizadas en variantes, de tal forma que permitan la rápida ubicación.

Capítulos: Secuencia de situaciones en las que se cuenta la historia de la telenovela formando parte del relato. Las secuencias, son las sucesiones que dan una lógica a los núcleos que se van relacionando entre sí, para dar inicio y fin a algo (historia) sin tener y sin dejar antecedentes.

Para el análisis sobre el relato, nuestro desglose se basará en los tres elementos ya mencionados (Inicio, Clímax y Desenlace), por lo consiguiente se consideran los siguientes puntos:

PUNTO DE INICIO	CLIMAX (RUPTURA)	CLIMAX (LUCHA)	DESENLACE
Estable	Por agente externo	Necesaria	Recuperación de situación inicial
Degradado	Por agente interno	Obligada	Pérdida de situación inicial
Ambivalente	Mejoramiento	Voluntaria	Empeoramiento
De prohibición	Milagro	Inducida	Mantenimiento
De confrontación	Empeoramiento		Castigo
	Transgresión		Fin de situación inicial, por triunfo de las partes
	De prohibición		Continuación situación inicial, todas las tragedias que acarrea
	Elección de posibilidades		

III. Categorías Referenciales

Para la obtención de Unidades Referenciales se realizará un análisis a personajes principales y secundarios, a partir de características internas y externas, como edad, constitución física, vestimenta, nivel social, nivel profesional, conductas, roles, temas y valores.

En el primer cuadro se menciona el papel del personaje, nivel social, edad, categoría y aspectos psicológicos, lo cual ayuda a describir la personalidad de cada uno, cumpliendo con la función de dar a conocer tipos de conductas y metas.

El análisis se realizó a personajes principales y segundas partes, debido a la existencia de papeles muy pequeños que no forman parte importante dentro de la trama, y por ser excesiva la cifra de ellos.

El primer cuadro describe a los personajes contemplando las siguientes características:

PERSONAJES

RELATO	NIVEL SOCIAL	ETAPAS DE VIDA O EDADES	CATEGORIAS	SEXO	PSICOLOGICAS
Principal	Alto	Niñez	Héroe	Femenino	
Secundario	Medio	Adolescente	Heroína	Masculino	
	Bajo	Adulta	Villano (a)		
		Madurez	Cómico (a)		

Una vez elaboradas las categorías del personaje, se realizan los siguientes cuadros, en los que se menciona el tipo de vestimenta, emociones, objetivos a perseguir, conductas y roles:

VESTIMENTA

TIPO DE ROPA

Formal
Casual
Sensual
Deportiva
Informal
Vulgar

EMOCIONES

Amor
Felicidad
Sorpresa
Rabia
Tristeza
Miedo

OBJETIVOS

Ideales
Físicos
Materiales
Sociales y secundarios

CONDUCTAS

Obediente
Desobediente
Sumiso
Rebelde
Fiel
Infiel
Solidario
Egoísta
Presumido
Humilde
Agresivo
Pasivo
Tranquilo
Arrogante

ROLES

Escolares
Profesionales
Disfuncionales
Familiares
Institucionales
Relaciones sentimentales

MÓVILES

HEDÓNICO
Competir
Venganza
Coito forzado
Descansar
Divertirse
Violencia
Asistir a fiestas
Drogarse
Amenazar

PRAGMÁTICO

Dinero
Chantajear
Mentir
Matar
Sobornar
Fingir
Causar lástima
Prostitución
Intrigar

ÉTICO

Denunciar a alguien
Confesar la verdad
Servicial
Amparo
Afecto
Redención
Heroísmo
Agradecimiento
Protección
Bienestar del ser querido

LOGRO

Total
Parcial
Fracaso

IV. Categorías Temáticas

Dentro de esta categoría existen diferentes temas que se abordan en el relato, de los cuales se tomarán en cuenta los de más peso, sin olvidar que los personajes son los que interpretan estas situaciones, siendo temas aleatorios a los personajes.

TEMAS

Engaño
Romance
Pasión
Conflicto
Violencia

VALORES

Humanos
Morales
Religiosos
Biológicos

3.4.4. Segunda técnica de investigación “Grupo de Discusión”

Como ya se ha mencionado, se recurre a esta técnica, por ser de gran utilidad, cuando el interés es dar a conocer la perspectiva y representaciones que los individuos tienen acerca de algo, como es el caso de la telenovela, pues ésta contiene elementos que mezclan la realidad con ficción, sentimientos, emociones, ilusiones, aspiraciones y prejuicios. Su riqueza radica en la reconstrucción de sentido grupal, materializado en una conversación, la cual apela a la capacidad de cada individuo narrando experiencias y vivencias.

Esta técnica fue planeada con el objeto de analizar cómo la mujer hace uso y apropiación en la vida diaria, de los valores que son mostrados en la telenovela *Destilando Amor* (Televisa). La temática se abordó por medio de tópicos, tomando en cuenta conductas y situaciones, para así llegar a los valores más representativos.

3.4.5. Construcción del instrumento para el Grupo de Discusión

Para cumplir con nuestros objetivos de investigación se realizaron dos diferentes grupos de discusión, ya que esto se consideró conveniente para el

análisis, pues ayudaría a proporcionar información sobre diferentes creencias, educación e ideas en distintas generaciones, ya que la edad de las participantes osciló entre los 25 a los 50 años. Las participantes de ambos grupos, cubrieron con las características requeridas, que son las siguientes:

- a) ver y seguir la historia de la telenovela *Destilando Amor*,
- b) tener conocimientos acerca de otras telenovelas,
- c) las integrantes tenían que contar con estudios superiores sin importar que éstos fuesen en diferentes áreas, y
- d) sin importar estado civil (casadas o solteras).

Cuadro I
Grupos de Selección Previa

Grupo	Sexo	Edad	Estudios	Estado Civil	Dedicación
I	Femenino	25-35	Profesionales	Solteras- Casadas	Laboral Amas de Casa
II	Femenino	36-50	Profesionales	Casadas	Laboral Amas de Casa

El grupo, como lo menciona Ibáñez (en: Margen, 2004), tiene que ser homogéneo, esto es, que los integrantes deben tener en común los conocimientos o el significado de algún tema en particular, pero al mismo tiempo, éste es heterogéneo porque cada una tiene una forma diferente de pensar y percibir las cosas. Dicho autor se refiere “a las diferencias entre los miembros, diferencias que se homogeneizan en el proceso de intercambio verbal” (p. 205).

Al iniciar la sesión, en cada grupo se realizará una breve presentación con una introducción, mencionando los objetivos de la reunión y por qué será necesaria la grabación. Se invitó a las participantes a contestar un pequeño cuestionario (con duración de 5 min.), el cual constó de dos partes, en la primera se solicitó información general, tal como: fecha de nacimiento, nivel académico y/o

laboral, estado civil; en la segunda parte se menciona el tiempo dedicado a observar la televisión y razón por lo que lo hace. Terminando de responder el cuestionario se pidió a las participantes que se presentaran para que se fueran conociendo, mencionando sólo su nombre y edad, únicamente se dio esta información para evitar criterios acerca de la profesión, ya que se contó con la presencia de dos mujeres que trabajan dentro de Televisa.

Ahora bien para poder desarrollar la discusión en los grupos, se plantearon las mismas detonantes en ambos casos, las cuales se obtuvieron de la tabla de especificaciones, (ya que son los tópicos de interés) siendo las siguientes:

- Hablen acerca de la televisión que se hace en nuestro país.
- Ahora comenten sobre las telenovelas mexicanas.
- Platiquen acerca de las telenovelas que más les han gustado y las que no les han gustado.
- Comenten acerca de la telenovela *Destilando Amor*.
- Hablen sobre lo que les gusta de la historia y lo que no.
- Comenten sobre los personajes que más les gusta de la telenovela.
- Vamos a hablar sobre la relación que ustedes ven en la telenovela *Destilando Amor* con la vida real.
- Hablen acerca de la relación amorosa que existe entre Gaviota y Rodrigo.
- Hablemos acerca de la familia Montalvo.
- Ahora hablemos acerca de los villanos, ¿piensan que las conductas que muestran Aarón y Minerva tiene que ver con la realidad?
- En la historia se muestran conductas relacionadas al amor, hablemos sobre este tema.
- Ahora que opinan sobre la infidelidad.
- Conversen acerca de lo que piensan sobre el matrimonio.
- Comenten si creen que la telenovela aporta algo a la mujer.

La sesión no tendría que durar más de una hora y media, por eso llegando al tiempo estimado, se dio por terminada ésta agradeciendo la participación de las integrantes.

Para el análisis de los datos, se transcribió textualmente el material grabado, el producto final quedó en un texto, en el que se descodificaron las diferentes opiniones de las integrantes -en una tabla-, esto se debe a que en un grupo de discusión se construyen diversos contenidos a partir del punto de vista de cada persona; una vez obtenida esta información las respuestas se agruparon y se analizaron a partir del consenso grupal. La información se vació en una tabla contemplando tres columnas:

- 1) Tema
- 2) Transcripción
- 3) Análisis

3.4.6. Primer grupo

El primer grupo de discusión se conjuntó el día sábado 30 de Junio de 2007, a las 11:00 hrs. en la sala de una casa, ubicada en la Calle Rosario, Colonia Lorenzo Boturini, puesto que se consideró que existía ahí un espacio agradable y sin ruido, donde las integrantes se encontrarán fuera del contexto rutinario y sin distracción alguna.

El primer grupo estuvo conformado por 7 mujeres con edades de 25 a 35 años. Las participantes cubrieron con la característica requerida, de ver y seguir la historia de la telenovela, y al mismo tiempo tener conocimientos acerca de otras telenovelas. Todas cuentan con estudios profesionales en diferentes áreas -aunque dos de ellas no los concluyeron-, dos son casadas, una de ellas tiene un hijo y es ama de casa, las otras cinco participantes son solteras, ejercen diferentes

labores y son económicamente independientes (aunque cuatro de ellas viven en casa de sus padres y se hacen cargo de sus gastos). A continuación se presenta una tabla, mencionando algunas características de cada integrante:

Cuadro II
Primer Grupo-Selección Final

Nombre	Edad	Estudios	Estado Civil	Dedicación
Ayesha Regalado	25	Comunicación (no concluido)	Casada	Ama de casa
Carla Brizuela	25	Lic. en Comunicación	Soltera	Labora en empresa privada
Paola González	28	Lic. en Administración de Empresas	Soltera	Labora en empresa privada
Elsa Murillo	29	Lic. en Administración de Empresas	Soltera	Labora en empresa privada
Claudia Martínez	31	Lic. en Diseño Gráfico	Casada	Labora en empresa privada
Liliana Montes	34	Mercadotecnia (no concluido)	Soltera	Labora en empresa privada
Antonia Camacho	35	Programadora y Analista	Soltera	Labora en empresa privada

* Para más información sobre este apartado consultar el anexo.

3.4.7. Segundo grupo

El segundo grupo de discusión se reunió el día sábado 7 de Julio de 2007, a las 18:00 hrs. en la sala de un departamento, ubicada en Caporal, Andador 10 Depto. 206, Villacoapa. Se eligió este lugar por ser cómodo y con una ubicación céntrica para las participantes.

El grupo estuvo formado por 5 mujeres, con edades que oscilaron entre los 36 y 50 años. Las participantes, al igual que el primer grupo, cubrieron las características de ver y seguir la historia de *Destilando Amor* y tener

conocimientos de otras telenovelas. Este grupo presenta características diferentes a las del primer caso, aquí las participantes son mujeres casadas, algunas profesionistas y otras amas de casa, dos de ellas sin hijos, con diferentes niveles de estudios y en algunos caso cuentan con carreras técnicas.

Cabe mencionar que este grupo se desarrolló con el mismo procedimiento del primero, se empezó con una pequeña presentación, se indicó la razón de la reunión, se aplicó el mismo cuestionario para obtener datos generales sobre las participantes y después se realizó la presentación entre las participantes. Asimismo se utilizaron los mismos detonadores, con el mismo tiempo estimado de una hora y media para su realización. El resultado en cuanto a datos generales fue el siguiente:

Cuadro III
Primer Grupo-Selección Final

Nombre	Edad	Estudios	Estado Civil	Dedicación
Conny Ávila	36	Secretaria	Casada	Ama de casa
Silvia Contreras	38	Maestra	Casada	Labora en escuela pública
Susana Vázquez	47	Secretaria	Casada	Labora en empresa privada
Lilia Huerta	50	Medio	Casada	Ama de casa
Paola Rivera	50	Secretaria	Casada	Ama de casa

* Para más información sobre este apartado consultar el anexo.

La sesión tuvo una duración de una hora con diez minutos, ya que este grupo mostró menos participación que el primero, pues se tuvo que dar mayor motivación a las participantes para lograr una conversación, se abordaron los mismos temas, pero constantemente recurrían a otros que no eran de interés para la investigación, pues se inclinaban hacia temas infantiles, ya que tres de ellas son madres de familia y una es maestra de Primaria. A pesar de las dificultades para

lograr una integración grupal, se mostró interés sobre las temáticas tratadas, logrando así obtener información útil para la realización del análisis.

Por otro lado llegó a ser un grupo homogéneo, mostrando características como: a) semejanza en criterios y opiniones; b) formación de pares afines; c) no se desarrollaron grupos; y, d) mostraron más emociones e identidad en los temas elaborados. Se encontró como dificultades, el que las participantes se salieran de los contenidos centrales, se crearon momentos de silencio donde el preceptor aplicaba las detonantes o motivaba al grupo para profundizar más sobre los temas.

3.5. RESULTADOS

3.5.1. Los resultados del Análisis de Contenido en *Destilando Amor*

Este inciso muestra los resultados del Análisis de Contenido de la telenovela *Destilando Amor*, realizando un desglose completo comprendido en categorías y las variables más recurrentes que aparece en su estructura. Para interpretar los resultados se planeó la elaboración de tablas porcentuales, contemplando en las columnas diferentes variables interpretadas en los personajes distinguiendo solamente los géneros de Mujer y Hombre, los que en ocasiones llegarán a aparecer como (M) mujer y (H) hombre, dentro de la interpretación.

I. Unidades físicas

Se analizaron un total de 20 capítulos, los cuales se eligieron al azar.

II. Unidades sintácticas

Punto Inicial	Mujer	Hombre
Estable	29%	42%
Degradado	20%	12%
Ambivalente	8%	13%
De prohibición	0%	3%
De confrontación	15%	20%

Complicación o Nudo, Ruptura	Mujer	Hombre
Por agente externo	53%	47%
Por agente interno	20%	15%
Mejoramiento	23%	20%
Milagro	0%	0%
Empeoramiento	9%	11%
Transgresión	3%	1%
De prohibición	0%	0%
Elección de una posibilidad	6%	7%

Complicación o nudo, lucha	Mujeres	Hombre
Necesaria	17%	19%
Obligada	22%	11%
Voluntaria	15%	14%
Inducida	10%	12%

Resolución o desenlace	Mujer	Hombre
Recuperación de situación inicial	18%	9%
Pérdida de situación inicial	8%	9%
Empeoramiento	6%	7%
Mantenimiento	2%	0%
Castigo	0%	0%
Fin de situación inicial, por triunfo de las partes	11%	7%
Continuación de situación inicial por todas las tragedias que acarrea	20%	18%

III. Categorías referenciales

LOS PERSONAJES

<p>1. Mariana Franco “Gaviota”: 25 años. Protagonista de la historia. Es una hermosa joven, luchadora incansable, caracterizada por su espontaneidad y gran inteligencia. Es de nobles sentimientos, apasionada y tenaz, carismática, con sentido del humor y en el amor lo entrega todo.</p>	<p>2. Rodrigo Montalvo: 29 años. Protagonista masculino. Un atractivo joven, carismático, sensible, inteligente, noble, fiel e impulsivo. Jamás se ha enamorado, ni sentido atracción física por mujer alguna. Hasta el momento en que conoce a Gaviota y descubre por primera vez el impacto del amor y la pasión por una mujer.</p>
<p>3. Aarón Montalvo: 32 años. Un apuesto y varonil joven perteneciente a una de las familias con mayor prestigio en el ámbito tequilero. De recia personalidad, temperamental, mujeriego, ambicioso, sin escrúpulos y dispuesto a pasar por sobre quien sea necesario para alcanzar sus objetivos.</p>	<p>4. Minerva Olmos: 27 años. Es una mujer bella, sofisticada, con clase, calculadora, astuta, intrigante, rencorosa y vengativa. Es la prometida de Aarón Montalvo; lo ama apasionadamente, aunque sabe que la debilidad de su prometido son las mujeres.</p>
<p>5. Sofía Montalvo: 28 años. Hermana de Daniela y Rodrigo Montalvo, es una joven bonita, pulcra, viste con sobriedad, nada sofisticada. La muerte de sus padres en un aparatoso accidente la transforma en una persona insegura, aprensiva y manipulable.</p>	<p>6. Isadora Duarte: 26 años. Futura esposa de Rodrigo Montalvo. Es una mujer de gélida belleza, voluntariosa, mustia, arrogante, manipuladora, distinguida. Siente una gran atracción por Rodrigo, lo considera el mejor partido y se casa con él aceptando la condición que le impone: no consumir su matrimonio.</p>
<p>7. Bruno Montalvo Gil: 56 años. Padre de Aarón (villano). Es un hombre pulcro, alto, bien parecido, sobrio. Líder nato y apasionado por el negocio del tequila, especialmente en el aspecto financiero. Su entusiasmo y conocimientos ayudaron a forjar el emporio tequilero de la familia Montalvo. Casado con Fedra.</p>	<p>8. Don Amador Montalvo: 75 años. Un hombre de recia personalidad, de origen humilde, amante del campo, trabajador y honesto, de gustos sencillos, leal y comprometido. Sus dos únicos hijos son Felipe y Bruno.</p>
<p>9. Doña Pilar Gil de Montalvo: Esposa de don Amador Montalvo. Una mujer que nació en el seno de una distinguida familia de gran abolengo. Viste con sobriedad, comparte con su esposo el amor por la vida campirana y el orgullo de tener una familia unida. A la muerte de su esposo, preservará los valores morales y éticos que inculcó don Amador a sus hijos, Bruno y Felipe. Ella pugna por mantener unida a la familia antes de que la ambición termine por dividirla.</p>	<p>10. Hilario Quijano: 22 años. Trabaja en la propiedad de los Montalvo. Es un joven varonil, guapo en su estilo, tipo ranchero, alto, fornido, de buen cuerpo, simpático y vacilador. Apasionado, con una fuerte carga erótica, ingenuo, su experiencia de vida ha sido en el campo, es silvestre, no está maleado, es de buenos sentimientos, buen hijo, responsable en el trabajo.</p>

<p>11. Felipe Montalvo Gil: 58 años. Padre de Rodrigo, Sofía y Daniela. Noble, trabajador, honesto, fiel, bien parecido, amante del campo y de su familia. Padre ejemplar, respetuoso de la libertad y de las decisiones de sus hijos a quienes ha educado en el amor, la lealtad y el respeto. Es el heredero de la hacienda, el ganado y propiedades de su padre, Don Amador Montalvo. Su esposa es Constanza.</p>	<p>12. Néstor Videgaray: 58 años. Asesor jurídico de uno de los emporios tequileros más importantes del país. Un hombre de carácter afable, consagrado a su trabajo, intachable e incorruptible. Fue brazo derecho y gran amigo de Don Amador Montalvo.</p>
<p>13. Patricio Iturbe: 28 años. Huérfano de padre y madre desde su niñez. Es delgado, atractivo, de buenos sentimientos y carácter débil. Director de exportaciones de la empresa. Su relación con Aarón es distante porque éste siempre lo ha considerado ajeno a su familia. Patricio siente un gran respeto, simpatía y afecto por Rodrigo.</p>	<p>14. Daniela Montalvo: 24 años. Hermana de Rodrigo. Atractiva, entusiasta, sensata, despegada de los bienes materiales; heredó de su abuela el sentido de la justicia y de su abuelo la fuerza espiritual y emocional que proyecta continuamente. Es la bohemia de la familia, sensible y abierta, le gusta vivir en la liberal. Estudió danza en Nueva York y es muy independiente. A diferencia de otros miembros de la familia, su vida no la rige por la fortuna del emporio tequilero que poseen.</p>
<p>15. Alonso: 38 años. Viudo, basta cultura y sensibilidad, de gran personalidad. Atractivo, noble, muy emotivo, con sentido del humor. Es un hombre honesto, buen amigo, gourmet, su placer es disfrutar de una taza de excelente café, gran conocedor del mismo. Adicto al trabajo. Se enamora de Gaviota.</p>	<p>16. Roberto Avellaneda: 65 años. Presidente de la Asociación Nacional Tequilera y amigo muy cercano de la familia Montalvo. Delgado, viste con elegancia y sobriedad. Un hombre tradicional, de gran rectitud, escrupuloso, diligente, con gran personalidad. Siente gran simpatía por Gaviota, a quien apoya siempre.</p>
<p>17. Constanza Santos de Montalvo: 55 Años. Esposa de Felipe Montalvo, bella, espiritual, sensible, dedicada a la filantropía. Es una buena madre que adora a su esposo y a sus hijos. Es una mujer distinguida de gustos sencillos, lleva una relación de armonía y amor con sus tres hijos Rodrigo, Daniela y Sofía.</p>	<p>18. Clara Hernández: 45 años. Madre de Gaviota. Espontánea, noble y generosa. Curtida por la dureza de la vida que le ha dejado una gran sabiduría, aunque no ha perdido la ingenuidad ni la parte sencilla y soñadora de su espíritu campirano. Ella es hija de campesinos que murieron cuando era adolescente. Adora a su hija, de quien está sumamente orgullosa; la relación de ambas es amorosa, tierna y de gran complicidad.</p>
<p>19. Fedra Iturbe de Montalvo: 52 años. Esposa de Bruno. Guapa, elegante, frívola, calculadora, controladora, intrigante. Siente un amor enfermizo por su hijo. Siempre estará dispuesta a apoyarlo en su carrera por lograr el control de las empresas familiares. Crió como a un hijo a su sobrino huérfano, Patricio.</p>	<p>20. Nuria Toledo de Duarte: 60 años. Madre de Isadora. Nuria es una mujer orgullosa, amante de lujos y excentricidades. De rasgos duros, poco afectiva, narcisista, astuta y convenenciera.</p>
<p>21. Pamela Torreblanca: 30 años. Amante de Aarón, de una belleza poderosamente sensual. Intensa,</p>	<p>22. Ricardo Duarte: 62 años. Padre de Isadora, excéntrico, industrial en bancarrota por ser un jugador</p>

<p>positiva y apasionada. Hija de un importante industrial tequilero, con quien lleva una entrañable relación. Él es su guía y confidente. Su relación con Aníbal es de gran carga erótica y mutua dependencia.</p>	<p>Empedernido. Ha derrochado su fortuna en los juegos de azar, un hombre sin palabra, no enfrenta su realidad, se caracteriza por refugiarse en la cobardía.</p>
<p>23. James O'Brien: 32 años. Un sibarita de origen inglés, catador de vinos y licores. Su flema inglesa se ve trastocada al conocer el pueblo de Tequila, su folklore, su colorido, sus fiestas y sus mujeres. James decide quedarse a vivir en la hacienda la Montalveña y experimentar intensamente la alegría de los jaliscienses. James es el mejor amigo de Rodrigo Montalvo, será su confidente y principal apoyo para acercarse a Gaviota.</p>	<p>24. Francisco de la Vega Chávez: 34 años. Apañado, de muy buen cuerpo, alto, bronceado, impecable, esmerado en su arreglo, vanidoso, superficial, oportunista, arrivista, seductor, vividor. Conquista mujeres ricas y vive de ellas un tiempo y las abandona para conseguirse una nueva. Odiando su origen humilde, desde muy temprana edad, empezó a explotar su atractivo, apoyado por su buena percha y por la única herencia de su padre.</p>
<p>25. Doña Josefina "José": 55 años. Madre de Francisco de la Vega. Mujer de extracción humilde y muy trabajadora, sufrida, abnegada. Pachita siente admiración por su "Panchito" quien siempre la ha despreciado, pero por su gran amor le justifica sus desplantes y majaderías. Es amiga de Clarita la madre de Gaviota por lo que las apoyará incondicionalmente.</p>	<p>26. Ofelia: 48 años. Esposa de Román, cocinera en la hacienda de la familia Montalvo. Es una buena mujer de principios morales, de complexión robusta, carácter afable, bonachona, servicial, mar de abnegación y amorosa esposa, tiene gran simpatía por Gaviota y Clara. Se preocupa por su hijo Hilario quien se mete en problemas con la familia Montalvo.</p>
<p>27. Román: Administrador de la Montalveña, empleado fiel de la familia Montalvo. Nació y se crió ahí. Fue hombre de confianza de Don Amador Montalvo, conociendo los secretos del viejo patriarca y su relación con Clarita. Leal a Rodrigo. Gran amigo de Clarita y Gaviota. Está casado con Ofelia, la cocinera de la hacienda. Se lleva bien con su esposa y tienen un hijo llamado Hilario.</p>	<p>28. Erica Robledo: Es una mujer segura de sí misma, inteligente, profesional en su trabajo y comprometida. En el ámbito personal es una joven divertida, con buen sentido del humor. Es positiva, no solemne pero mantiene un sentido conservador ya que es mesurada en sus emociones. Erica no va a cantinas ni discos, más bien es romántica, sonríe bastante pero sin perder el control de la cosas, es ligera pero respetuosa.</p>

<p>29. Elvira: Secretaria de Aarón, lleva años en el corporativo Montalvo, es una mujer amargada debido a la soledad, envidiosa, de carácter agrio, hipócrita, servil ante la familia de Aarón. Se convierte en cómplice de Minerva informándole todo lo que sabe acerca de los movimientos que hace su marido.</p>	<p>30. Acacia: 17 años. Vive en un rancho cercano a la hacienda de los Montalvo, se dedica a las labores domésticas y a atender a su tío político Melitón quien ha abusado sexualmente de ella desde que era una niña y a quien odia. Es una joven introvertida, resentida y con una carga de agresividad muy fuerte; de pocas palabras. Se entrega y se aferra al cariño de James, a quien trata de usar como instrumento de venganza.</p>
<p>31. Melitón Esparza: 48 años. Tío político de Acacia. Viudo desde hace diez años. Moreno, mediana estatura, varonil, de aspecto rudo, tosco, autoritario, mirada torva, seco, dueño de un rancho donde se cultiva el agave por lo que es un hombre curtido por el campo, es de carácter duro y de pocas palabras. A su cargo tiene el cuidado de su sobrina política Acacia, de quien abusa sexualmente además de someterla y maltratarla físicamente.</p>	<p>32. Sanjuana: 24 años. Mujer humilde, tipo provinciano, metiche, respondona, entrometida, igualada y bonachona. Se aferra al amor de Hilario y es capaz de dar todo por permanecer a su lado.</p>
<p>33. Bárbara Cortina: 48 años. Madre de Pamela, muy atractiva y con impactante personalidad. Lleva una intensa vida social. De carácter chispeante, buena relación con su esposo que la consiente y la trata muy bien. Desea que su hija finalmente encuentre al compañero ideal.</p>	<p>34. Gaspar Torreblanca: 60 años. De porte distinguido, fino en su trato, empresario exitoso en el ámbito tequilero. Casado con Bárbara Cortina. Para él, su hija Pamela es la niña de sus ojos.</p>
<p>35. Oñate: Personaje negativo. Hombre de confianza para los negocios turbios de Aníbal. Es un hombre ambicioso, pusilánime, sin escrúpulos, hipócrita, doble cara. Él se encargó de enredar y comprometer a Gaviota en los malos negocios de la empresa tequilera de los Montalvo.</p>	<p>36. Crispín Castaño: 45 años. Tipo provinciano, se auto-proclama cronista del pueblo de Tequila. Investigador nato, dueño de una cultura popular, dicharachero, simpático, gracioso, ocurrente, amigüero, conoce vida y obra de todo el pueblo. Buen amigo de Rodrigo</p>
<p>37. Margarita: 28 años Secretaria de la dirección del corporativo. Una mujer fiel, trabajadora, profesa una gran estima a Gaviota.</p>	<p>38. Nancy: 29 años, Secretaria del CRT trabajadora, honesta y fiel a la amistad de Gaviota.</p>

VESTIMENTA

En general la ropa que utilizan los actores varía; en lo formal, en mujeres se presenta un resultado del 30% y en hombres un 45%, mientras que en el estilo casual las mujeres lo presentan con un 40% y los hombres en un 30% , siendo

pocos los que llegan a utilizar prendas que vayan fuera de las características de los personajes. Los hombres por lo regular visten con camisa y pantalón de vestir lo cual los hace ver casual, otros, como es el caso de Rodrigo, Aarón y Alfonso Avellaneda entre otros, visten de traje, al igual que Alonso y Francisco, pero éstos lo hacen más casual por no usar corbata, la diferencia entre estos personajes lo hacen los colores y tonos que utilizan. Por otra parte están los que utilizan ropa poco común, como es el caso de James con su estilo campirano, o bien aquellos que usan ropa más informal -10%- como Elvis, con camisas de vestir y pantalones de mezclilla, y otros con ropa más moderna como Hilario, con playeras pegadas al cuerpo y pantalón de mezclilla, algunos utilizan prendas más sencillas y de campo como es el caso de Román, camisa a cuadros, pantalón de mezclilla, sombrero y paliacate en cabeza o cuello.

En cuanto a las mujeres se puede observar gran variedad en estilos de vestir, desde lo más elegantes (10%) hasta lo más informal (7%). Mariana “Gaviota” luce dos tipos diferentes de vestir, tipo campirano con faldas y blusas ligeras en tonos suaves (en el campo), una vez ingresando a la empresa su estilo cambió a tipo secretarial, luciendo trajes sastres en colores claros y pasteles. La que luce algo diferente es Isadora con blusas pegadas, escotadas y provocativas combinadas con pantalones de diferentes tipos, que al estar en la hacienda sale de contexto por tanta sensualidad. Ahora bien, hablando de mujeres con prendas sensuales con un 4% aparece Pamela, con prendas escotadas y provocativas luciendo su figura y atributos.

Mujeres que lucen su elegancia son Fedra y Doña Pilar, siempre con trajes sastre en tonos discretos que van de acuerdo a la imagen de mujer fina y de edad, al igual Minerva, de gusto elegante; algo similar sucede con Erica, psicóloga elegante y con buen gusto para vestir. Otros estilos son los de Sofía, con ropa casual, o Daniela con gustos joviales y con un look que va de acuerdo a su edad y personaje. Con respecto a Clarita y Doña José -mujeres humildes- usan prendas

sencillas como faldas y blusas en diferentes estilos y colores que van de acuerdo a su edad y nivel económico.

EMOCIONES

Destilando Amor es una historia que involucra todo tipo de emociones en los personajes, sin embargo, el más recurrente es el del afecto con un 35% en mujeres y un 25% en hombres, es el sentimiento al que todos los seres humanos estamos expuestos y el que genera la mayoría de otras emociones como es la angustia con un 20% e incertidumbre con un 30%, provocada por la falta de confianza y de comunicación en la pareja o familiares. Ahora bien, la tristeza es una de las emociones más recurrentes en la trama que se presenta en mujeres con un 24% y en hombres con un 10% constantemente, vemos a Gaviota y Rodrigo recordando momentos de felicidad que pasaron juntos, lo que provoca el llanto y la desesperación en estos personajes. Por otra parte la tristeza se presenta en situaciones de muerte, separación, soledad o ruptura con la pareja, teniendo como consecuencias el miedo a la pérdida del ser amado.

El anhelo es el motor en todos los personajes, emoción que se presenta en mujeres en un 40% y en hombres con un 35% representado en sus diferentes situaciones e intereses, por ejemplo: el caso de Gaviota con Rodrigo su anhelo es volver a estar juntos, el de Aarón es quedarse con la empresa y la herencia, el de mujeres como Isadora y Minerva es obtener la herencia. Doña Pilar es mantener en alto el apellido de los Montalvo conservando a la familia unida, Alonso añora el amor de Gaviota.

La rivalidad entre Rodrigo y Aarón son las más frecuentes con un 35%, este rubro se presenta en otros personajes pero es más común entre ellos, siendo entre mujeres el más recurrente en Isadora, Minerva y Fedra contra Gaviota con un 20%, se observan resultados muy parecidos dentro de la categoría de rabia con un 30% en mujeres y un 35% en hombres.

El miedo representa un 15% en mujeres y 10% en hombres, la angustia 30% mujeres y 20% en hombres, por último la incertidumbre aparece con un 35% en mujeres y un 15% en hombres, todas estas emociones se presentan constantemente en cada personaje siendo distintos los motivos y las situaciones.

OBJETIVOS

Uno de los *Objetivos Ideales* centrales en *Destilando Amor*, es amar y ser amado, sobre todo en las mujeres, es así que se contempla un porcentaje de amar con un 60% y ser amada con un 55%, mientras que en hombres el amar es de 45% al igual que ser amado 45%. Esta categoría se presenta como una búsqueda interminable en los protagónicos, todo con la finalidad de lograr ser felices (65% mujeres y 60% hombres), lo que al mismo tiempo los llevará a una estabilidad tanto emocional como económica, en la mujer se presenta 60% y en hombres 55%, donde este último pone más interés en lo económico.

Sobre el objetivo de casarse, es más frecuente el deseo de la mujer con un 15% y en hombres es poco común con un 5%, lo que se muestra en una promesa entre Rodrigo y Gaviota, ya que al hablar sobre matrimonio, es más recurrido en el caso de la mujer. Por otra parte en el contenido se observan a pocas personas solteras o bien, se desconoce el estado civil. El divorcio es un tema común entre Rodrigo e Isadora y es con un 3% en mujeres y un 5% en hombres.

La ayuda y el apoyo son característicos en el personaje de Daniela, quien vive preocupada por el bienestar de la familia apoyando incondicionalmente a sus hermanos Rodrigo y Sofía, existiendo otras personalidades como Gaviota y Clarita entre otras, que realizan la misma acción, dando un porcentaje de 30% en ambos rubros presentados en el sexo femenino, mientras en el masculino encontramos a Rodrigo y Alonso con dichas características y con un porcentaje de 15% en ayudar y un 20% en apoyar. Cuando uno sufre el desamor o cruza por situaciones difíciles

el mejor alivio es el olvido, en mujeres se presenta con un 25% y en hombres con un 20%.

El amor es constantemente mostrado en la familia, amistades y sobre todo en la pareja, sin embargo aparte de formar parte de los objetivos es mostrado más con los actos. Es así que este sentimiento es interpretado por los personajes y por medio de *flash backs*. Los personajes lo demuestran por medio de besos con un 10% (M), 7% (H), caricias 5% (M) y 10% (H), abrazos 8% (M) y 10% (H), el deseo en un 15% (M) y 25% (H) y el cortejo por parte de hombres 20% y mujeres 10%. Los personajes más amorosos son Rodrigo, Gaviota, Clarita, Elvis y Daniela. Los que más complacen 5% (M) y 10% (H) encontrando a Rodrigo, Alonso y Elvis. En todos los personajes se puede observar cierta tolerancia dependiendo de la situación, pero es poco común y se da más en mujeres (10%) que en hombres (5%). El perdón es más frecuente en las mujeres con un 5% mientras en hombres es poco mostrado y más si se trata entre personajes del mismo sexo 2%.

Con respecto a los bienes materiales, el dinero es uno de los temas principales en la *Destilando Amor*, es por ello la lucha constante por obtener como herencia la empresa y se da tanto en hombres (60%) como en mujeres (40%). Sin embargo la mayoría de los personajes forman parte de un nivel económico alto, en el que poseen lujos como casas, autos y ropa fina.

Los eventos sobre el tequila aparecen continuamente motivados por la presentación de nuevos productos o por conmemoración a alguna personalidad – el abuelo- o bien se da en la presentación de alguna figura que tomará posesión de algún cargo importante. Celebraciones que se realizan en fiestas con un 5%, reuniones 20% (M) y 35% (H). Los eventos deportivos son inexistentes en esta trama.

CONDUCTAS

Los personajes presentan estereotipos con características definidas y por las cuales rigen sus acciones, es así que encontramos gran variedad de conductas, entre las que destacan la fidelidad con un 75% en mujeres y un 60% en hombres, siendo la contraparte la infidelidad de 15% (M) y 20% (H). Por otra parte el egoísmo es una de las características más comunes con 15% (M) y 22% (H), al igual que lo es la arrogancia 10% (M y H). La mayoría de las mujeres presentan varias características como puede ser sumisión 15%, obediencia 5%, rebeldía 15% mientras que en los hombres estas características se presentan con porcentajes de 5% y 20% respectivamente.

ROLES

Los *roles profesionales* que se presentan en la historia son en su mayoría hombres empresarios con un 35% y directores con un 15%, como ejecutivos 9% y gente que trabaja en los sembradíos de agave con un 10%. Como se puede observar el rol que juega la figura masculina es de poder, siendo una persona preparada y en su mayoría exitosa.

Mientras que el papel de la mujer sigue surgiendo poco en áreas profesionales siendo la Gaviota –protagonista- la que aparece como ejecutiva 5% y por otra parte Erica como psicóloga 5%, mientras que las otras mujeres aparecen como amas de casa con un 65%. Por otra parte se presenta a mujeres representando el rol de secretarias con un 10% y de servidumbre 5%. Otros roles, como vendedores, doctores y abogados aparecen muy esporádicamente.

Entre los *roles disfuncionales* encontramos un gran número de escenas en las que tanto mujeres (65%) como hombres (25%) realizan el consumo de alcohol, siendo muy poca la diferencia entre sexos, pues de pronto tomaban más las de sexo femenino, pero ningún de los personajes lo presenta como un problema, sino

como una parte de la vida cotidiana y de costumbres mexicanas. Otro de los roles más recurrentes es el de cómplice con 10% en mujeres y en hombres con un 15%, existiendo personajes como Aarón, Orñate, Bruno y Patricio.

La familia es una institución muy importante dentro de la cultura mexicana, en la telenovela que se analiza existen todos y cada uno de los elementos que la conforman, es decir, aparecen figuras desde el abuelo, abuela, hasta los bisnietos, quienes aparecen al final de la telenovela, siendo un engaño el hijo que Rodrigo tuvo con Isadora.

En los *roles institucionales* encontramos que existe un bajo nivel en empleadas con un 35%, siendo los hombres quienes cumplen más el papel de empleados con un 70%. El papel de dueño sólo aparece en hombres con el 15% y como socios, 10%. El tema sobre el desempleo no se trata en forma general, sólo se aborda cuando despiden a la Gaviota del corporativo, siendo un capítulo que no entró en el análisis de contenido.

Las relaciones sentimentales más comunes son las de matrimonio con un 55%, al respecto encontramos a personajes como Rodrigo e Isadora, Francisco y Sofía, Aarón y Minerva, Bruno y Fedra, por nombrar algunos. Mientras la relación de noviazgo es representada con un porcentaje de 3%, siendo Daniela y Elvis la pareja representativa.

Por otra parte relaciones como amantes tenemos la relación de Isadora con Francisco, Aarón con Pamela y Rodrigo con Gaviota, con un 9%. La amistad es una relación poco representada, existiendo con estas características la relación de Gaviota con Daniela, Hilario con Gaviota, Rodrigo con Erica, siendo un poco más representativa en mujeres con un 20% y entre hombres con un 15%.

AMBIENTALES

Los *Ambientes* principales de la historia ocurren en lugares como oficinas (40%), casas –hacienda- (35%) y departamentos 35% (M) y 28% (H). Mientras los otros se realizan en cafeterías 5% (M) y 8%(H), bares 10% (M) y 15% (H), hoteles 5% (H) y 5% (M), cárcel 3% (H), los lugares públicos representa un 15% (M) y 22% (H) y hospitales sólo mujeres 8%.

MÓVILES

Entre los *hedónicos* encontramos que la *competencia* se da entre mujeres con un 20%, representada más en las esposas de los Montalvo contra la Gaviota y un 35% en hombres, la cual se refleja en Aarón al querer poseer la empresa; lo que lleva a una *venganza* presentada en un 5% (M) y un 15% (H), los cuales constantemente viven *amenazando* 12% (M) y 19% (H). En la categoría de violencia aparece con un 1% (M) y un 4% (H). Mientras la diversión es poco común 4% (M) y 6% (H), se manejan pocas fiestas 4% (H y M) y los descansos son de un 5% (h) y 2% (M).

Como *pragmáticos* tenemos que la mentira es muy usual entre los personajes con un 15% en mujeres y un 20% en hombres, sin embargo las intrigas son continuas en un 8% (M) y un 4% (H), dándose al mismo tiempo el chantaje con un 8% en mujeres y un 5% en hombres. Por otra parte dentro de la categoría de soborno encontramos un bajo porcentaje de 2% (M) y un 4%(H), en fingir es 3% (M) y 7% (H), mientras que en causar lástima se contempla un 2% (M) y un 1%(H).

En la categoría *ética* se obtuvieron como resultados: confesar la verdad aparece en un 7% en mujeres mientras que en los hombres se da con un 3%, denunciar a alguien se da casi al final de la historia con un 1% en mujeres y un 4% en hombres, sin embrago en la variable de servicial tenemos un resultado de 2% en mujeres y un 1% en hombres y en agradecimiento es con un 2% (M) y un 3%

(H), en protección aparece con el 3% (M) y 5%(H) y en bienestar 1% (M) y 3% (H). Mientras que en redención y heroísmo no aparece.

En *logro* encontramos que el logro total se revela al finalizar la historia con un 45% en mujeres y un 36% en hombres, en parcial un 11% (M) y un 23% (H), el fracaso 15% (M) y un 21% (H).

VALORES

A continuación se mencionan los porcentajes obtenidos acerca de los valores, sin embargo daremos una ligera descripción de cada uno de ellos, ya que continuamente se mencionan en la interpretación en forma profunda, con la finalidad de no hacer tan redundante la información.

Vemos que los *valores humanos* comprenden aquellos que tiene que ver con a libertad 100% (M) y 98% siendo que Rodrigo fue encarcelado por un tiempo y al final Aarón (condenado a muerte en la cárcel), Patricio por los fraudes, también fue privado de su libertad. La represión aparece con un 9% en hombres, mientras que en mujeres se ejerce otro tipo de represión con un 3%. La alegría es presentada en un 18% (M) y 20% (H), estando en nivel más alto la tristeza 30% (M) y un 25% (H), la riqueza es una variable importante siendo que la historia gira en torno a una familia con buen nivel económico 46% (M) y un 70% (H), mientras que la pobreza aparece en un 10% (M) y un 8% (H), el amor se da entre el 80% (M) y 65% (H), el odio 15% (M) y 21% (H), la verdad 11% (M) y un 7% (H). Con respecto a la mentira tenemos un 15% (M) y un 20% (H). Ahora bien, en cuanto a variables como la paz 65% (H) y un 44% (M), la guerra entre personajes 25% (M) y un 36% (h), la piedad 5% (M) y 3% (H), la crueldad 8% (M) y 13% (H).

Dentro de los *valores morales* se contemplan la bondad con un 45% (H) y un 37% (M), la maldad 13% (H) y 24% (M); encontramos que la mayoría de los personajes se encuentran en matrimonio 30% (M) y 30% (H), unión libre sólo entre

Sanjuana e Hilario (3%). La fidelidad se da con un 88% en mujeres y un 67% en hombres, mientras y la infidelidad se da en un 15% y 33% respectivamente. La sinceridad se da con 43% (H) y un 38% (M), asimismo la hipocresía se da 13% (H) y 21% (M), la justicia 10% (H) y 13% (M) y la injusticia se da en un 5% (M) y 10% (H), la honradez 67% (M) y 54% (H), en cuanto a la deslealtad se da con un 20% (M) y un 43% (H), la benevolencia se da 7% (M) y un 3% (H) y por último la severidad se da en un 14% en mujeres y un 25% en hombres.

Con respecto a los *valores religiosos* la fe es más representada en las mujeres con un 20% y en hombres con un 5%, la incredulidad se da 35% (M) y 5% (H), la esperanza 10% (M) y 5% (H), la desconfianza en mujeres con un 23% mientras que en los hombres se 30%, la caridad es poco presente con un 7% (M) y un 3% (H), el egoísmo es más representado en la parte masculina con un 25% y en la femenina con un 17%, la humildad con un 21% (M) y 14% (H), y la soberbia en la mujer aparece con un 11% y en hombres 23%.

Los *valores biológicos*, esto es los que tienen que ver con la salud, se observan en 95% (H) y 93% (M), con la enfermedad 5% (M) y 1% (H), la belleza 80% (M) y 70% (H), fealdad 3% (M) y un 7% (H), el placer 8% (H) y 10% (M) y el desagrado 15% 8 (M) y 20% (H).

3.5.2. Resultados de los dos Grupos de Discusión

Para entender la información obtenida en los dos diferentes grupos de discusión, es importante volver a señalar que el *“análisis esta supeditado a la interpretación”* (Ibáñez en Geysler, 2004, p. 109), pues una vez emanada la información se presenta una reinterpretación de los datos obtenidos por las participantes, ya que la interpretación esta hecha por ellas, sin dejar de lado que la investigación se en una técnica cualitativa, por lo que no hay reglas para la reinterpretación de los datos.

Los grupos de discusión, como ya se sabe, estuvieron divididos en dos, tomando en cuenta las diferentes edades, con la finalidad de elaborar un análisis acerca de los diferentes valores dados por generación, puesto que la educación entre las participantes varía dentro de la familia, creencias, escuela, educación de los padres y cambios en la tecnología, entre otras causas. Se puede observar que a partir de los puntos ya mencionados, no existen grandes diferencias en formas de pensar, aunque habrá puntos relevantes que valdrá la pena comentarlos, pero en realidad son mínimos.

Es conveniente mencionar que los temas abordados fueron de lo general a lo particular, empezando por hablar de la televisión en general tomando en cuenta todo tipo de programas que las mujeres suelen consumir. Después se tocaron temas relacionados a la telenovela, abordando más tarde nuestro objeto de estudio *Destilando Amor*, donde poco a poco se fue profundizando en ella para llegar a temas que conducirían a los valores³. Es así, que a continuación mostramos los resultados obtenidos en los grupos de mujeres que consumen los productos televisivos. Cabe mencionar que las palabras y frases que aparecen en cursiva fueron tomadas de la discusión y dicha información aparece en el anexo.

3.5.3. Estos son los resultados

La televisión

Ambos grupos intercambiaron ideas y crearon discusiones en los diferentes puntos abordados. Al hablar sobre la televisión llegaron a condensar, que lo que se transmite ya no gusta a la gente, argumentando que los programas en general son malos por sus contenidos ya que no dejan nada culturalmente y las empresas encargadas deberían realizar una renovación. Aluden a canales culturales como

³ Es importante mencionar que no se toca directamente el tema sobre los valores, es decir, no hay puntos que determinen valores como odio, honestidad, engaño, etc., sino que dentro de las temáticas se mencionarán los que nos interesa tratar.

son el 11 y 22 como aquellos que sirven para educar, obteniendo una formación cultural, ya que en sus contenidos se muestran lugares del país que poca gente tiene la oportunidad de conocer. Por otra parte, cumplen la función de ser informativos y formativos por los diferentes temas abordados sobre ciencia, tecnología, cultura, etc. pero por desgracia carentes de audiencia.

En relación a canales comerciales como Televisa y Televisión Azteca, el segundo grupo –mujeres mayores- hizo énfasis en cuanto a la forma de expresión tanto lingüística como visual, señalando que los personajes y conductores ya no saben hablar, manejan continuamente un lenguaje en doble sentido y malas palabras, así como burlas al público, *“las mujeres son exageradas físicamente”* y cada vez salen con menos ropa mostrando sus atributos corporales, lo que consideran como una falta de respeto hacia el auditorio.

Los grupos estuvieron de acuerdo en considerar que la televisión forma parte de nuestra cultura y, por lo tanto, los televidentes llegan a adoptar diferentes patrones de conductas que ahí son mostrados. *“La gente sigue los patrones que tú ves en la televisión [...] por eso debe servir para educar”*. A lo que las participantes del primer grupo estuvieron de acuerdo, al tomarlo como un medio de educación y por ello mismo, las televisoras nacionales deberían estar más pendiente de los contenidos para lograr una evolución positiva de éstos, ofreciendo a las nuevas generaciones una renovación de ideas y al mismo tiempo valores de responsabilidad. Sin embargo el segundo grupo se mostró en desacuerdo al indicar que el medio no sirve para educar, pues ellas relacionan más a los productos que ésta ofrece y en particular a la telenovela, como una fuente de idealización que la mujer utiliza para plasmar deseos, anhelos e ilusiones.

Las telenovelas

Ahora bien, al hablar sobre la relación que tiene la telenovela con la vida real, manifestaron que no hay ningún parecido, sin embargo aceptaron que hay quienes si atraviesan situaciones similares o quienes desean vivir algo parecido a lo que se observa en la pantalla. Liliana afirma *“Si yo veo una telenovela, mi vida no se parece en absolutamente nada a ella”* pues asegura que las vidas de los personajes son exagerados y no tiene mucho que ver con la realidad, pero es aquí donde las participantes se contradicen. Ayesha asegura haber tenido gran identificación con el personaje principal de *Bety la Fea*, ya que cuando ésta salió al aire, se sentía igual de fea y pasaba una situación parecida con respecto al amor *“cuando yo veía Bety la fea, me sentía igual, porque estaba toda gordita y barrosa, y el niño que me gustaba no me hacía caso y por eso me gustaba verla”*. Éste es un claro ejemplo de apropiación, ya que se involucró emocionalmente con la protagonista para sentirse y vivir la misma experiencia.

Una de las participante habló sobre la telenovela *Mientras haya vida* del canal 13, considerando que ésta, se acerca más a la realidad por abordar temas comunes, *“en Mientras haya Vida, si quieres que estén copiando un estereotipo o que copien algún patrón o algún tipo de personaje, es gente que conviven tanto de bajo nivel y alto nivel”*. En ésta los personajes desarrollan roles profesionales, lucha por un bien estar, construcción de la familia y el amor de los padres, mostrando que no importa la clase social a la que pertenezcas, los sentimientos y preocupaciones siempre serán los mismos.

Sobre *Café con aroma de mujer*, hicieron énfasis en que fue una trama que gusto mucho por la historia de amor entre Gaviota y Sebastián, siendo ésta muy apasionada, con gran entrega entre los protagonistas, un sueño que al menos a las mujeres les gustaría vivir. Comparándola con *Destilando Amor* comentan que los actores no tienen la misma fuerza: *“la telenovela gustaba por la fuerza que existía entre los protagonistas”* y que al hacerla de nuevo, *“la compra el dos y le*

da en la torre con su mercadotecnia. No es la mercadotecnia es la modificación que se esta haciendo a la historia". A pesar de conocer la historia, no deja de entusiasmarlas, mostrando emociones relacionadas al amor, pues todas desean tener a un hombre fiel y entregado como Rodrigo, mas, saben que sólo es ficción, al señalar que ese tipo de hombres no existen en la vida real.

El papel de la mujer en las telenovelas

Podemos observa que en varios temas se habló sobre la representación de la mujer en los contenidos, observando una percepción desde diferentes telenovelas, haciendo diferencias entre protagonistas y antagonistas. Donde por lo regular la antagonista la pasa bien mientras transcurre la historia, logrando lo que quiere y ejecutando planes malévolos que la llevan al éxito a pesar de que siempre termina derrotada, sin embargo, la protagónica sufre constantemente, se la pasa llorando y sufriendo casi todo el tiempo. *"Gaviota nada más anda atrás del hombre sufre que sufre"*. Por otra parte, se muestran personajes que caen en la burla, *"las telenovelas Bety la Fea y La Fea más bella, me parecía maravillosa porque los feitos [...] los hacían estúpidos y eso me divertía"*. Aquí se puede observar que la mujer hace un uso de entretenimiento –tema abordado en Capítulo 4- sobre el producto, ya que muestra estereotipos de burla y discriminación de gente que carece de belleza física y que los expone como seres tontos, con falta de inteligencia y sentido común. En gran parte de las telenovelas existen mujeres bonitas que suelen ser las tontas y hasta ignorantes o manipulables, las feas casi siempre son inteligentes pero desafortunadas en el amor, o bien, aparecen mujeres que utilizan su belleza y su inteligencia para hacer el mal, *"La antagonista generalmente son mujeres guapas y muy inteligentes, pero entonces, si eres guapa e inteligente eres mala"*.

La belleza física

El tema sobre la belleza esta relacionada con la creación de estereotipos, causando influencia en las televidentes y es tomada como un requisito para poder formar parte en el mundo de la televisión. Muchas veces esto llega a crear un sentimiento de menosprecio al ver figuras atractivas, pues el público empieza a imitar, deseando tener algún parecido a su estrella favorita, *“Todo mundo quiere estar como los que aparecen en la televisión, te haces mil cosas, que te operas el busto, te tiñes el cabello”*. Ahora se ha puesto de moda los cuerpos musculosos tanto en mujeres como en hombres, teniendo la idea de que gente así no la encuentras en la calle, *“si te encuentras a hombres así, pero si no son gay”*. Este tema es de gran importancia dentro de la investigación y se retomará en el Capítulo 4, ya que es una de las principales apropiaciones que desarrolla el televidente.

El amor

En cuanto al tema del amor, aseguran que éste es el tópico principal en las telenovelas y el que llegan a relacionar más en sus vidas, ya que han experimentado situaciones afines a la de los personajes, como puede ser: la lucha constante por lograr una estabilidad sentimental, tener una pareja, el sufrimiento por la ruptura con el ser amado y la infidelidad, entre otras, pues la telenovela funciona como generador de sentimientos y emociones, *“antes veíamos las telenovelas porque te hacían llorar, y te emocionabas con las cosas que vivían los protagonistas”*. Desean y admiran el amor que Rodrigo tiene por Gaviota, consideran que en la actualidad ya no existe la lucha por estar con una persona, asegurando que eso ya no se ve, *“ya no hay esa devoción hacia la pareja y antes así era, había hombres o mujeres que perdían un amor y ni se casaban, se quedaban ahí”*.

Los tiempos han cambiado y con ellos la idea del matrimonio. Ahora existe una falta de compromiso y la fácil decisión de vivir en unión libre, también el divorcio es visto como una manera fácil de decidir y hacer, pues mencionan que hay relaciones que duran hasta tres meses y la separación es como si fuera algo cotidiano, *“Ya en esta época es muy difícil creer en el matrimonio”*. La mayoría ha optado en ver a la pareja como una relación sin compromiso, lo cual se refleja en vivir un tiempo juntos y después tomar la decisión del matrimonio, *“duré dos años primero viviendo juntos y luego nos casamos pero creí en la idea de casarme porque me di cuenta que es el hombre de mi vida”*. Aunque difieren algunos puntos de vista, hay quienes ven a la unión libre como falta de compromiso, *“yo jamás lo haría, porque yo creo que cuando te estableces con una pareja no puedes pensar en a ver que pasa”*. Esto implica una gran falta de compromiso y responsabilidad, lo que quiere decir, que cualquier problema o inconformidad llega a solucionarse con el divorcio, es entonces que se ha perdido la visión de una pareja.

Se mencionaron diferentes tipos de amor, entre los que se encuentra la familia y la amistad. Hicieron gran énfasis en el amor hacia la madre, pues éste es parte elemental de la telenovela para fomentar el respeto y el valor que ésta tiene. Una de las participantes se siente tan identificada con este tema, que mencionó lo siguiente: *“En verdad, yo la estaba viendo y dije somos mi madre y yo”*. En este punto podemos observar que se realiza la apropiación relación madre-hija, que en la mayoría de las participantes es evidente. Por otra parte comentan lo necesario que es para sus vidas este tipo de relación, *“A mi edad sigo pegada a mi madre y no creo dejarla”*.

En relación a la familia, las participantes consideran que es bien representada, siendo ésta un reflejo de la sociedad mexicana, por la existencia de los diferentes elementos que la componen. Relacionan a la familia con la lucha de poder, existiendo así envidias y constantes pleitos por obtenerlo, o bien, son envidias que pueden surgir por otras razones como: cuestiones de belleza, dinero,

bienestar, egoísmo, etc., *“eso sí se ve muy reflejado en la familia mexicana”*, existiendo cierta parte de realidad en cuanto a los roles presentados en las estructuras familiares.

Infidelidad y villanos

La mayoría de las participantes han cruzado situaciones similares a las de la infidelidad, lo cual ven como algo que se vive día a día y que es parte del amor, *“Esto va de la mano con el amor, de cuánto luchas por tu pareja, en la vida real no creo que haya alguien fiel”*. Sin embargo muestran cierto escepticismo al considerar como exagerado el papel de Rodrigo ya que no creen que pueda existir en la vida real hombre tan fiel, aunque dos de las integrantes discutieron al defender la fidelidad, *“llega a haber gente súper fiel, yo conozco a un hombre que dice que va a ser virgen hasta el matrimonio”*.

Los villanos muestran ciertos comportamientos que las mujeres aceptan haber adoptado, *“Cuando estas molesta con una persona tienes reacciones parecidas a la que los villanos”*. Situaciones en donde la relación de pareja llega a ser enfermiza, mencionando el caso de una conocida que dejó a Liliana sorprendida, *“cuando me enteré, pensé eso sólo pasa en las telenovelas”*. Este tipo de actitudes se encuentran a menudo relacionadas a los celos, *“se pelean, porque él ya estaba arto de ella por sus celos [...] entran dos tipos y lo golpearon adentro de la casa de ella [...] él fue a levantar una acta y resulta que él ya tenía una demanda y terminó en el bote”*. Cuestionándose si eso es amor y al mismo tiempo comparándolo con la relación de los personajes de la telenovela, señalaron que *“es algo parecido entre el amor que se tienen Minerva y Aarón, es un amor enfermizo”*, muchas veces uno es el que provoca este tipo de acciones, creando celos en la pareja, *“eso la mayoría de las mujeres lo hacen, mi hermana me decía que le inventaba cualquier cosa para darle celos a su novio [...] ahora él es un celoso insoportable y le dije tu tuviste la culpa”* y recuerdan como Gaviota le da celos a Rodrigo con el Lic. Alonso, tomándolo como un acto de inseguridad.

Violencia

Las mujeres mayores consideran que las telenovelas, han tenido cambios en las historias -aunque son repeticiones-, mostrando cada vez más violencia, “*Anteriormente la telenovela era romance y de repente lo hacen a un lado para meter violencia*”; esto provoca cierta desilusión ya que la vida esta rodeada de imágenes donde se ven asaltos, violaciones, asesinatos, secuestros. Es entonces que conciben a la televisión como creadora de malas ideas para llevarlas a cabo, donde la sociedad tiene facilidad para observar este tipo de acciones.

3.5.4. Resultados de apropiación

Para concluir podemos señalar, a través de los resultados, que la mujer se apropia más de los valores relacionados al amor, ya que por su sensibilidad y romanticismo tiende a relacionarse más con ellos, al recurrir a la ilusión de encontrar al hombre que cubra con las expectativas de vida deseada, y por otra parte, porque la mujer vive en un constante sufrimiento al tratar de encontrar a esa persona ideal y es en la novela donde se refleja esa motivación de algún día encontrarlo. Relación semejante se da en cuanto a la relación de amor entre madre e hija, siendo una categoría de gran apropiación en las mujeres de los grupos al observarlo en la telenovela.

Por otra parte, se llegan a apropiarse de algún personaje al encontrar cualidades o similitudes físicas con ellos, como fue el caso de una de las participantes al sentirse como *Bety la fea* en su adolescencia, que al mismo tiempo compartía su sufrimiento al encontrarse enamorada y no ser correspondida.

Siguiendo en los ámbitos del amor, también las mujeres establecen gran identidad con la familia, al aceptar que es bien representada y que cada uno de los roles familiares que se muestran como modelos de la familia si se cumplen en la

vida real, existiendo aquellas personas que buscan obtener el poder y quedarse al mando de él y las envidias entre hermanos, porque hay a algunos que les va mejor que a otros.

Por otra parte, la infidelidad es otro de los valores más apropiados, al establecer identidad al relacionarse con situaciones similares vividas, por haber sido engañadas, estando de acuerdo en que dicho sentimiento provoca reacciones de rabia, odio y coraje contra aquellas personas que las han dañado, pero sin llegar a los extremos que alcanzan los personajes.

El valor de la belleza entra dentro del rubro de los que son apropiados. Este valor es difícil de manejar, por lo tanto encontramos que las mujeres admiran la belleza estética de algunas figuras públicas y aunque no se deja ver claramente, algunos comentarios lo denotan al señalar que quisieran estar igual que Isadora o Ninel Conde.

Sobre fidelidad, matrimonio y virginidad las mujeres de los grupos no muestran una apropiación, dejándose ver cierto escepticismo hacia ellos, siendo sólo dos de ellas quienes dieron importancia al matrimonio, mientras las demás no lo consideran como algo necesario.

Por último, se puede observar que los grupos cubrieron con la expectativa deseada, pues llegan a realizar un consumo, un uso y una apropiación la telenovela, como producto ofrecido por las televisoras.

A continuación se realizará un análisis profundo relacionando los resultados obtenidos en ambas técnicas junto con el marco teórico e histórico.

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 4

PARA CONCLUIR, UN ANÁLISIS GENERAL

En este apartado se presenta la interpretación de los datos para colocarlos en sus contextos respectivos (hermenéutica). Bajo éste esquema se pretende expresar un análisis profundo relacionando los capítulos anteriores, es decir partiendo de lo teórico e histórico hasta llegar a lo metodológico y los datos arrojados en las técnicas de investigación¹, para ofrecer un estudio completo y actualizado dentro del contexto en el que vivimos -siglo XXI-, y cumplir con el objetivo de esta investigación, al responder sobre cuáles son los valores que la mujer apropia por medio del consumo de la telenovela y cómo los lleva dentro de su vida diaria.

4.1. LA TELEVISIÓN EN NUESTROS TIEMPOS

La televisión por más de un siglo sigue colocándose como uno de los principales medios de comunicación en la actualidad, a pesar de los cambios que se han dado en la tecnología. Es así que para el siglo XXI la audiencia la sigue contemplando como parte de la cultura, siendo ésta un instrumento de información y entretenimiento. Como ya se ha mencionado, la televisión se encarga de producir y transmitir formas simbólicas que forman parte de nuestra estructura social y de nuestro contexto, como lo menciona Thompson (1998) nos ubica en quiénes somos y dónde estamos, constituye la forma de “estar” y de “ser” tanto en mujeres como hombres (Duch, 2004, p. 91) para entender nuestra existencia en un tiempo y espacio determinado.

Este medio ha logrado integrarse dentro del ámbito familiar -ya que no hay hogar que no cuente con un televisor- pues el ver televisión se ha convertido en una práctica diaria que ha funcionado como punto de reunión y convivencia para la

¹ Los datos que se presentan sobre *Destilando Amor*, fueron obtenidos por medio del análisis de contenido (es así que cada vez que se aborden temáticas relacionadas a ésta, es porque se fundamenta bajo dicha técnica). Como se menciona en el capítulo anterior las palabras y frases que se presentan en cursivas son citas dadas por el grupo de discusión.

familia. García (1998) plantea en uno de sus seis modelos sobre las motivaciones del consumo -ver primer Capítulo-, que éste funciona como un sistema de integración y comunicación, así la unión familiar se incrementa a través del consumo del medio, se ha convertido en una tradición de convivencia dentro de las diferentes esferas sociales, estableciendo una comunicación que fortalece las relaciones entre individuos.

La televisión, a pesar de mostrar poca innovación en sus productos, ofrece gran variedad de programas, contemplando diferentes contenidos que van dirigidos a todo tipo de público y edades, pueden ir desde lo cultural e informativo, hasta los de entretenimiento, siendo estos últimos los de mayor consumo. Cabe mencionar que dicho consumo se encuentra relacionado a la producción de telenovelas, a lo que el público muestra gran gusto -especialmente la audiencia femenina-, encontrando un repliegue del individuo sobre sí mismo, que como lo menciona Breton (1997) a través del consumo de las nuevas tecnologías de la comunicación, llega a existir la adaptación en formas de comportamiento y de normas, creando un gusto uniforme dentro de las audiencias (p. 155), lo cual se encuentra relacionado a la apropiación de valores. Por un lado se logra una homogeneización al consumo del género observada en las mayorías, y por el otro, se dan cambios afines, en relación a los comportamientos que se transmiten por el medio.

Es en la telenovela donde más surge éste tipo de respuesta por parte de la audiencia, siendo importante dar conocer el por qué la mujer encuentra un motivo por observar el género.

4.2. LA MUJER Y SU RELACIÓN CON LA TELENOVELA

Empezaremos por señalar que las telenovelas son un género que presenta la vida diaria de las ciudades. Su estructura consiste en plasmar historias que tienen como finalidad mostrar y reforzar los esquemas culturales de la sociedad,

con lo que van de acuerdo los estudios realizados por Nora Mazziotti (1996). Los melodramas desde su inicio fueron creados y dirigidos a la mujer por ser el pilar de la familia. Independientemente de que los tiempos han cambiado, a partir del siglo XX la mujer se ha incorporado dentro de los ámbitos educativos, políticos y sociales de nuestro país, lo cual la ha llevado a cumplir con los papeles de ama de casa y profesionista a la vez, que a diferencia de los años 50 -creación del género- cuando la mujer sólo se dedicaba a las cuestiones del hogar y cuidado de la familia.

La estructura de la telenovela se caracteriza por tener un inicio y un final definidos, dentro del cual se desarrolla una historia central y otras periféricas relacionada a ésta, manteniendo una secuencia lógica de eventos relacionada a la principal, pues siempre girarán en torno a los personajes estelares. Otra de sus características es que en la mayoría de los casos lleva un ritmo lento, se emplean escenas retrospectivas (*flash back*), diálogos repetitivos y continuamente muestran la misma información día con día.

El melodrama llega a cubrir necesidades que la mujer va relacionando con sus deseos, emociones e ilusiones, a través de la identificación con los personajes de las historias, relacionando y satisfaciendo carencias personales que son observadas en la pantalla. Por otra parte se desarrollan valores que son tomados como pautas para la conducción y apropiación en el público; este punto tiene relación con el cuarto modelo sobre consumo de García (1998), pues con base en éste, podemos señalar que el consumo del producto forma parte de la vida cotidiana de nuestra sociedad, estandarizando formas de actuar y de pensar con la finalidad de establecer comunicación con los demás para lograr pertenecer a un grupo social.

Los contenidos de la telenovela ofrecen componentes conductuales tanto positivos como negativos representados en los personajes, que mediante

expresiones verbales denotan sentimientos y emociones, así como expresiones amorosas, de elogio y positividad evidente, pero sin un mensaje abiertamente útil.

En cuanto a los argumentos, se muestran temas relacionados a triángulos amorosos, relación entre hijos y padres, hijos desaparecidos o desconocidos, amor, pasión, sufrimiento, rencor, odio y lucha por obtener lo deseado, conductas en los personajes que muestran los diferentes valores, como pueden ser: magnánimamente buenos, pasivos y sufridos, donde los buenos pasan capítulos enteros sufriendo o llorando a causa de personajes extremadamente malos, crueles, intrigantes y mezquinos que les hacen la vida imposible, pero que al final terminan siendo derrocados por el bien y el amor.

Destilando Amor ofrece a la mujer una amplia variedad de situaciones para la apropiación de modelos que de otro modo serían menos alcanzables. Al mismo tiempo sugiere valores e ideales para posiciones sociales y sobre todo, juega un papel importante en el proceso de socialización -al que desde la infancia se está expuesto- por ser un medio de distracción, colocando a la mujer como gran consumidora del producto, teniendo el gusto de ser observada por ofrecer una visión mitificada de la vida diaria. Lo que ocurre en la telenovela es usualmente narrado a través de historias que se encuentran en relación a nuestra realidad, pero es importante tomar en cuenta las actitudes y conductas que muestran los personajes, pues son en sí, los que se encargan de mostrar aquellos valores que tanto a instituciones como poderes les interesa mostrar para que sean adaptados.

Por otra parte, cabe mencionar que como características encontramos que los personajes presentan un mundo exagerado y al mismo tiempo desviado de la realidad. Por una parte se muestra una vida llena de problemas y conflictos, personas que en su mayoría son profesionistas sean solteros, casados o divorciados, y en términos generales, el tipo de muerte más frecuente son: asesinatos, accidentes, choques automovilísticos planeados, envenenamiento y pocas veces llega a ser por muerte natural. El género no llega a dar características

demográficas sobre la población, o por lo menos se considera que no van de acuerdo a la realidad, ya que aproximadamente la mitad de los personajes principales son hombres, cuando en nuestro país son más las mujeres. El estatus marital del hombre en gran parte es casi desconocido, mientras que el de la mujer es casi siempre conocido.

Para finalizar este punto, es necesario señalar que alrededor del melodrama existen factores tales como: un modo de producción, un auditorio y un contenido diferente a lo que otros programas pueden ofrecer, pero es en este tipo de producciones donde los televidentes se involucran más, por tener gran semejanza a la vida de cualquier persona que la observa, así como los resultados también deben ser diferentes. La telenovela ha formado parte de nuestra cultura por muchísimos años, en ella se involucra a millones de espectadores, tanto femeninos como masculinos.

4.3. LOS USOS QUE LA MUJER REALIZA DE LA TELENOVELA

La audiencia busca en su vida cotidiana satisfacer y resolver sus necesidades básicas y aspiracionales, lo cual lleva a una práctica de consumo, donde el individuo aplica su libre albedrío sobre lo que consume, es decir, tiene la opción de elegir qué observar dentro de la programación televisiva. Suceso donde el individuo implica diversas funciones de lo que llega a adquirir, es decir realiza un uso –Capítulo 1- del producto, lo que se encuentra en relación con lo que plantea De Certeau (1996): *“al desplazar la atención del consumo pasivo de productos recibidos... nacida de la práctica de la desviación en el uso de estos productos”* (p. XVII). Es decir cuando la mujer realiza el acto de consumir productos como la telenovela, se tiene como resultado no sólo lo que busca la empresa al transmitirlo, sino que el género femenino aparte de obtener entretenimiento termina dándole otros usos, mismos que a continuación se mencionan.

Una vez establecido lo anterior, podemos señalar que la mujer –grupo de discusión- le da diferentes usos al producto, entre los que podemos encontrar que se recurre a la telenovela *-Destilando Amor-* como compañía, cuando se encuentra sola o aburrida, como una forma de entretenimiento, o bien, mientras realiza otras actividades funciona como ruido de fondo, lo que la hace sentirse acompañada.

Otro factor importante es cuando espera que ésta le acompañe para cubrir carencias existentes dentro de su vida, al crear expectativas que se encuentran relacionadas a las historias que son transmitidas, es decir, la mujer busca un desahogo a las rutinas y al estrés de su vida diaria. Podemos decir, que el medio funciona como motivador para que la audiencia tengan una mejor actitud o logre alcanzar algunas de sus necesidades, llegando a convertir la tristeza en alegría y viceversa, ya que llegan a involucrarse tanto con los personajes que suelen vivir y sufrir a la par de ellos.

El observar telenovelas se relaciona muchas veces con la hora del día en que son transmitidas, contemplando dos opciones: qué ver y cuánto ver. Ya que los tiempos han cambiado y ahora no sólo la mujer es ama de casa, sino que también se desenvuelve en cuestiones laborales, es sólo en sus tiempos libres o después de las labores cuando dedica tiempo para pasarla frente al televisor, en el cual, la mujer encuentra el placer pasivo de ser entretenida, consiguiendo alejarse de los problemas cotidianos y satisfaciendo una descarga emocional, liberación de tensión, o bien, una fuga al aburrimiento, tedio y estrés.

Por otra parte, en los grupos de discusión las mujeres señalaron que consumen el producto por ser un medio de entretenimiento, asegurando que *"Yo las veo porque me entretienen mucho"*, pero no podemos dejar de lado que también son observadas por otras razones, *"me gusta lo de color rosa porque realmente si estamos viviendo en la violencia todos los días, yo creo que la novela sirve para entretener, y sacar todo eso"*, es entonces que se le da un uso como

fuga o escape a los problemas, sustituyendo el estrés y la angustia por el sueño, la ilusión y el deseo que viven en el momento de observar las historias *"todas quisiéramos ser la cenicienta y ser la princesa"*.

La telenovela posibilita el contacto social, ya que muchas veces las personas realizan conversaciones y crean amistades en común por abordar los diferentes temas que en ésta aparecen. Por otra parte, llegan a hacer diferentes usos del género, como puede ser: diversión, entretenimiento, aprendizaje, estimulación, hábito, evasión, aburrimiento, soledad y para formar relaciones sociales, dependiendo de las preferencias que se tenga por los diferentes temas relacionados a una serie de factores sociales y psicológicos de cada individuo.

La telenovela lleva al espectador a un mundo fuera de su experiencia diaria, que puede satisfacer ampliamente sentimientos de importancia, por ello es conveniente observar qué se muestra en los contenidos para que éste sea un producto de gran éxito.

4.4. SOBRE LOS CONTENIDOS ENCONTRAMOS QUÉ...

Cuando aparecieron los antecesores del melodrama –véase Capítulo 2-, las radionovelas eran exclusivamente dirigidas al público femenino. Se dirigieron a espectadores con características muy particulares, como eran amas de casa, con un rango intelectual bajo y en busca de entretenimiento.

Los contenidos que se trataron en los años 50 se encontraban relacionados al matrimonio, a la ilusión por formar una familia, donde la mujer se hiciera cargo del marido y los hijos, problemas de enfermedad y casi no se centraban en problemas sociales, sin embargo a partir de los 70 y principio de los 80, se integraron temas relacionados a la planificación familiar, a la alfabetización de los adultos y a los valores familiares. Dentro de las telenovelas que funcionaron para la alfabetización de la población se encuentran las históricas y otros géneros

donde se proyectaba a la mujer seguridad, considerándola capaz de incorporarse a los ámbitos educativos y sociales.

Cabe mencionar que el género ha realizado cambios tanto en la manera en que se representa a la mujer como al hombre, así como en su modo de interactuar. Por otra parte se han introducido nuevas ideas relacionadas a los ámbitos laborales en el género femenino, cada vez es más común observar a la mujer como autosuficiente y preparada, formando parte importante dentro de una empresa o siendo representante de ésta, tal es el caso del personaje de Gaviota, una mujer emprendedora que llega hasta los puestos más altos del CRT (Consejo Regulador del Tequila), o el caso de Erica, una psicóloga que además de ser exitosa es guapa e inteligente. Constantemente la televisión recurre a crear un estereotipo de la figura femenina con dichas características, pues dentro de sus contenido es frecuente observar a los protagónicos como aquellas personas que ejercen un papel importante dentro de alguna empresa, como estar al mando o ser dueño de ella –es decir Rodrigo, Gaviota y personajes masculinos-. Más, el papel de las otras mujeres es dedicarse al hogar, a la familia y asistir a las reuniones sociales.

Como se ha mencionado –en el Capítulo 2- es a partir de los años 90 cuando se diseñaron telenovelas para todo tipo de público, dando auge los temas relacionados con política, drogas, alcoholismo, sexo, homosexualidad, aborto, crímenes y conflictos matrimonio-carrera.

Esta década es de gran importancia dentro de la historia de la telenovela en nuestro país y para su auditorio, ya que con el surgimiento de Televisión Azteca y su asociación con ARGOS –Capítulo 2- fue cuando se empiezan a reforzar los cambios en los contenidos con producciones como *Mirada de mujer*, lo que causó gran polémica en las televidentes por ser la primera vez que se presentaba a la mujer que lucha por mantener su relación con un hombre más joven que ella, a pesar de haber fracasado en su matrimonio.

Se abordan temas que estimulan y satisfacen las fantasías de los espectadores, lo que se encuentra en relación con el quinto modelo que plantea García (1998) quien señala consumo como escenario de objetivación de los deseos, -Capítulo 1- pues la telenovela es creadora de sueños, ilusiones y deseos que pueden ser significativos en una mujer “*me gusta más las de color rosa, [...] todas quisiéramos ser la cenicienta*”. El romanticismo que viven los personajes y los conflictos por los que atraviesan son un escenario de motivación para lograr alcanzar el objetivo final de la felicidad, que es estar al lado de ese amor imposible.

La historia en *Destilando Amor* recurre al modelo de la cenicienta, donde personajes como Rodrigo, hombre rico y de poder, se enamora de Mariana Franco “Gaviota” una jimadora de bajo nivel, pero claro, sin faltar aquellos personajes como Minerva, Aarón, Francisco e Isadora, que tienen como objetivo hacer hasta lo imposible por intervenir en la realización de ese amor prohibido entre los protagonistas. Esto tiene relación con los estudios realizados por Martín-Barbero (1992) donde menciona que se recurre a los imaginarios populares para lograr el reconocimiento de una identidad que a veces es negada u oculta en el receptor.

Otros cambios importantes se dan en relación al sexo, las telenovelas comienzan a mostrar imágenes cada vez más explícitas, como partes del cuerpo, que nunca se habían visto, donde la pareja casi llega al orgasmo frente a la pantalla “*lo que se esta vendiendo es sexo, violencia, cuerpos encuerados, la morbosidad a la gente*”. Cabe mencionar que *Destilando Amor* mostró en los resultados del análisis de contenido –Capítulo 3- un 5% en contenidos de ésta índole, el cual en realidad es bajo si se llega a comparar con otras telenovelas, como por ejemplo *La verdad oculta*. Aun así, podemos señalar con respecto al tema, que hasta la fecha es presentado sólo por medio de insinuaciones, caricias, besos y mostrando partes del cuerpo desnudas o bien se presenta como un acto

ya terminado o parte de las consecuencias, tales como crímenes pasionales, adulterio, embarazos y abortos.

Por otra parte, es fácil observar el manejo de la violencia, *“debemos de estar cuestionando qué tanto es ficción y qué tanto es realidad,”* pues cada vez es más frecuente verla en la pantalla, haciendo un uso tanto en lo verbal como en lo físico. Continuamente encontramos frases de humillación y baja autoestima, desconfianza y maltrato psicológico entre parejas, amistades y familia, pero no sólo ese tipo de violencia es mostrada, sino que las mujeres del grupo de discusión toman a la violencia física como portadora de ideas, *“sufres viendo una telenovela donde ya lo mataron, lo secuestraron y sólo genera incertidumbre”*. Por otra parte ésta es evidente en los accidentes, enfermedades, violaciones, intentos de asesinatos y suicidios, las telenovelas muchas veces muestran a la muerte como un juego de circunstancias sin graves consecuencias.

Es importante indicar dentro del tema, que la postura presentada frente a la violencia, enfermedad y la muerte, no muestra las consecuencias reales de los actos, sino que son expresadas de forma intrascendente y superable; tienden a fomentar indiferencia ante el dolor y muestran actitudes enfermizas ante situaciones de la vida que requieren temor y duelo.

La telenovela ha cambiado conforme a las necesidades de la audiencia y los cambios sociales, evolucionando dentro un contexto determinado en que éstas se producen, sin embargo se puede observar constantemente la realización de *remakes* mejor conocidos como “refritos” que se presentan constantemente sin tener grandes cambios o innovación. La estructura sigue siendo la misma – Capítulo 2- haciendo uso de esquemas como la cenicienta y blancanieves -pocas son las que muestran situaciones diferentes-, donde los personajes se caracterizan por tener mismos intereses y objetivos a seguir, es decir, se manejan bajo estereotipos que siempre son representativos de cada personaje.

4.5. EL JUEGO DE LOS ESTEREOTIPOS

Los estereotipos aparecen como la imagen o idea adoptada por un grupo, una concepción estrecha sobre alguien. Éstos se determinan por factores que sugieren a “la estandarización de formas de actuar estímulos, anhelos, gustos, deseos e incluso necesidades, transmitidas a partir del producto comunicativo” (Reyna, 2004, p. 88), que en el caso de los melodramas, es la adquisición del rango de verdad que se da de manera automática entre los valores, las creencias y su representación humana en el personaje que la cadena desea transmitir, hasta lograr la creencia de ésta relación como verdadera.

Es una línea perfectamente bien definida por su implicación como modelos a seguir, sobre todo por los logros que a través de la telenovela se obtienen como parámetros de felicidad, bienestar y satisfacción, encubiertos bajo la denominación de un mundo libre, enmarcado en un estilo de vida cómodo que atrae principalmente a las capas sociales que no tienen acceso a él, debido a la automatización cotidiana que no implica esfuerzo alguno para la consecución de satisfactores materiales necesarios, e incluso innecesarios.

En relación a la audiencia –grupo de discusión-, los estereotipos son sumamente importantes, *“los patrones y estereotipos que tenemos en la cabeza [...] son estereotipos que en todas las culturas existen por eso mueven a la gente porque las traes adentro”*, pues es en ellos donde se realiza una apropiación debida a los logros e ideales que muestra cada uno de los personajes, logrando establecer lazos de identificación, *“la gente sigue los patrones que tu ves en la televisión, una actriz empieza a hablar de x manera y mucha gente la empieza a imitar”*.

En cuanto a los personajes que son presentados dentro de las diferentes telenovelas, podemos observar que los espectadores los adoptan inconscientemente y los van adecuando a su realidad, *“cuando yo veía Bety la*

fea, me sentía igual, porque estaba toda gordita y barrosa, y el niño que me gustaba no me hacía caso y por eso me gustaba verla”, encontrando relación con lo que señala García (1998) en su quinto modelo, donde los deseos no obedecen a una necesidad, sino que son el producto de creencias pasadas o de recuerdos. También se encuentra vinculado con las aportaciones de Thompson (1998) al señalar como apropiación, incorporar un mensaje a nuestras vidas, llegando a implicarnos en la construcción del sentido del yo -como se puede observar en el caso anterior-. A lo que podemos señalar que la apropiación se realiza por el consumo del producto para realizar los más grandes anhelos y frustraciones de cada individuo, al identificarse con alguno de los personajes o situaciones que van de acuerdo a sus necesidades personales.

La aceptación o rechazo del prototipo se da con base a los personajes representados en *Destilando Amor*; hay personajes buenos y malos que las pautas conductuales de la historia los convierten en modelos a imitar, *“Gaviota es una mujer luchona que enfrenta la vida como viene, que lucha por sus ideales, por su amor, que muestra muchos valores que uno puede seguir”*, debido a su sencillez y cotidianeidad, así como propios para reprobarnos debido a su crueldad, falsedad y demás características encontrados en los antagonistas, según el parámetro moral y psico-social que aparezca en la historia. Los estereotipos cambian según el contexto en el que se encuentran y la coyuntura histórico-social en la que se dé la historia.

Dentro de la telenovela los datos arrojados por el análisis de contenido, respecto a los estereotipos, muestran dos diferentes categorías: aquellos que se caracterizan por ser buenos como Gaviota, Rodrigo, Daniela, Elvis y Alonso entre otros, los cuales manifiestan conductas de humildad y desinterés, honestidad hacia los demás y hacia la persona amada, muestran angustia y sufrimiento cuando alguno de sus seres queridos pasan por malos momentos, no dan gran importancia a los bienes materiales y uno de sus objetivos principales es el amor; y se muestran como malos, a aquellos que tienen interés por obtener lujos como

un mejor carro, una casa nueva, ropa fina, viajes, etcétera, como son Isadora, Francisco, Aarón y Minerva, quienes se rigen bajo estos esquemas, teniendo como objetivo principal el bienestar económico y los lujos.

Los estereotipos –malos- llegan a formular un juego interesante en el momento en que éstos terminan con los patrones de conducta por los que se han regido durante toda la historia, es decir, los que desempeñaban la maldad rompen con aquellas conductas y patrones para cambiarlos por los buenos, arrepintiéndose de todo el mal que han hecho a la hora que son castigados.

Ahora bien, no sólo se muestran estereotipos relacionados a las conductas y actitudes, sino también en relación a la imagen física y corporal, *“todo el mundo quiere estar como los que aparecen en la televisión”*, las mujeres jóvenes son esbeltas y en su mayoría gozan de un cuerpo estético; sucede algo similar con la figura masculina, hombres fornidos y musculosos que son admirados tanto por el público femenino como por el masculino, siendo uno de los modelos que más son apropiados.

Destilando Amor presenta a personajes donde cada uno se encarga de cumplir un rol y una función determinada, ejemplos acerca de lo que es bueno y lo que es malo -esto se hace evidente en todas las telenovelas-. Cada uno de los actos marca pautas relacionadas a los valores, es por ello que se analizan en el siguiente punto de esta investigación.

4.6. LOS VALORES

La vida monótona que se muestra en sembradíos de agave y en las ciudades de Jalisco y México, es la base de la creación de un modo de pensar y de vivir en la actualidad, representada por medio de *Destilando Amor*. Es la creación de una ideología que refleja los valores y apreciaciones que realizan los personajes en las escenas, las cuales crean hábitos mentales en los espectadores

proponiendo ficticiamente soluciones a través de modelos y estereotipos, como un parámetro a seguir.

Los modelos de vida presentados perteneciente a un grupo social, hace sentir al televidente como parte de una trama y de una manera particular de ver el mundo que debiera vivir, *“hay muchos que si quisieran esa vida”*, encaminado al logro de la alteración de los deseos y aspiraciones con el fin de orientarlos a la creación de metas determinadas por las formas de vida que difunde *Destilando Amor*, *“la mujer adopta las cosas como el esfuerzo, las ganas de salir adelante que viene de abajo y le echa las ganas para superarse”*, lo que generalmente llega a involucrar a las personas dentro de un entorno social y cultural, logrando ser el constructor de enseñanza para discernir entre lo bueno y lo malo, dando herramientas para sentirse aceptado, fomentando la superación personal y siendo ésta una de las necesidades más importantes de la audiencia, lo que percibe que la telenovela le ayuda y razón por la cual se realiza una apropiación.

Por otra parte, los valores que son mostrados en pantalla suelen ser reprensados bajo conductas cotidianas que se realizan día con día en nuestra sociedad, es decir se encuentran relacionadas a una combinación entre actitudes y toma de decisiones que rigen nuestra vida. Constantemente el ser humano se mueve en relación a los deseos, al amor e ilusiones para lograr un bienestar y la felicidad. La historia de *Destilando Amor*, junto con otras telenovelas, son las que *“van directo al corazón”*, mostrando personajes como Rodrigo y Gaviota, con la existencia de un amor puro y fiel que se vuelve el motor para lograr subsistir a las pruebas que deben enfrentar y que están creadas para impedir su felicidad. El tema del amor y todas las peripecias por las que atraviesan los personajes es lo que provoca que la mujer vea las telenovelas, ya que éstas presentan un modelo ideal de vida, el sueño de todo hombre y mujer, donde los valores y símbolos representan la meta para alcanzar la felicidad.

4.6.1. Valores humanos

Al hablar de valores humanos², nos referimos a aquellos que son parte de los derechos del hombre -en cualquier parte del mundo- y se encuentran relacionados con la libertad, represión, riqueza, pobreza, alegría, tristeza, amor, odio, paz y guerra, entre otros.

Todos estos valores son presentados dentro de los contenidos de *Destilando Amor* y se menciona cómo éstos son representados, dando importancia al amor y a la riqueza por ser los valores más definidos dentro del análisis de contenido.

El Amor

Desde el primer Capítulo se da a conocer la relación amorosa entre los protagonistas, como un amor a primera vista, un encuentro en la catedral del pueblo de Tequila, donde Rodrigo -un hombre apuesto, cuerpo fornido, fiel, inteligente, preparado, exitoso, atento, romántico y con buena posición económica- se fija en Gaviota -una mujer amante de los sembradíos de agave, entregada, dedicada a su profesión, amorosa y siempre fiel- ellos son quienes se encargan de hacer un amor puro y resistente a toda prueba contra aquellos que se encargan de hacerles la vida imposible, para finalmente terminar juntos y felices, olvidando todo el pasado y terminando con el mal.

El amor es un tema que conmueve constantemente a la mujer, siendo una de las principales razones por la cual es consumido, *“si no hay amor, no va a existir una telenovela”*, sintiendo que éste si tiene que ver con la realidad, *“lo que uno ve si pasa, es por ello que las telenovelas funcionan [...] nos han pasado situaciones similares”*, aunque el grupo no definió situaciones afines. Podemos

² Para obtener más información sobre los valores (humanos, morales, religiosos y biológicos) que se consideraron dentro de esta investigación, véase la tabla de especificaciones que se encuentra en el anexo.

observar que hay apropiación al señalar que han cruzado situaciones similares, pues quien no se ha enamorado alguna vez y vive en la constante lucha por ser tomado en cuenta y valorado por esa persona, al igual el amor lleva al sufrimiento cuando se presentan diferentes situaciones como la separación, las discusiones, los engaños, etcétera.

El amor en la telenovela es representado en diferentes ámbitos, dentro de los que se encuentra la familia y la amistad, pero ninguno se compara con el amor existente entre madre –Clarita- e hija –Gaviota-, conmoviendo a la audiencia femenina al mostrar ese amor puro e incondicional, *“en verdad yo la estaba viendo y dije somos mi madre y yo”*. Es así que los grupos de discusión nos dan como resultado una apropiación en este valor, considerándolo como un factor importante para el consumo de la telenovela, por cumplir con la función de fomentar el respeto hacia los padres y la gente adulta, como pilar de la unión familiar (es el caso de la abuela Doña Pilar).

La Riqueza

La riqueza es un tema que no puede faltar dentro de la trama, siendo el factor de discordia y el que lleva a las malas acciones –en el caso que nos ocupa ésta se encuentra representada por Aarón y Francisco, quienes muestran ambición, egoísmo, individualidad y una ansia desmedida por su satisfacción personal; para ellos lo más importante es obtener el poder que los llevará a la felicidad, sin importar nada y haciendo de lado aquellos valores que les fueron inculcados por la familia, mismos que se mencionarán más adelante. Sin embargo es un punto ambicionado por la mayoría de la audiencia, que sueña con esa casa de interiores lujosos, grandes jardines y servidumbre, que harán todo lo que ellas odian hacer, *“lo mejor es que al tener tanto dinero, uno ya se desentiende de las labores domésticas”*, idealizando obtener esa estabilidad económica y al mismo tiempo conciben al hombre rico como el hombre perfecto, *“me gustaría conseguirme a un hombre rico para tener esos lujos”*, es así que se

recurre a plasmar un deseo creado por el medio formando parte del esquema de la cenicienta.

Alegría y Tristeza

Éstos se consideran valores aunque son reconocidos como emociones. Se consideran valores por ser sentimientos que llevan a la toma de decisiones sobre actitudes y conductas que uno debe tomar en diferentes situaciones y posturas. La tristeza y la alegría son emociones que continuamente viven las personas dentro de su vida cotidiana, la telenovela es un programa que juega continuamente con las sensaciones del espectador llegando a establecer un contacto cercano con los personajes que, como ya se ha mencionado, llegan a vivir y sufrir a la par de ellos, es aquí donde encuentran cierto gusto y los motivos –siendo parte de los usos– que la llevan a su consumo y apropiación.

Destilando Amor recurre constantemente al manejo de dichos valores, siendo más común la tristeza que la alegría -análisis de contenido-. La tristeza es lo que conmueve más a las mujeres por asociarse al sufrimiento, “*la Gaviota se la pasa sufre que sufre [...] porque realmente lo ama*”, “*ya ven, como si soy Gaviota*”, pues asocian el sufrimiento con la vida real y se apropian de las situaciones que plasma la historia al compartir tal sentimiento. Por otra parte las mujeres establecen una idealización al dar importancia al desconsuelo del protagonista, “*el ver la forma en que llora Rodrigo, te conmueve todo el corazón, jamás he visto en la pantalla a un hombre llorar así y por una mujer*”, una acción poco común en nuestra televisión que causa conmoción por romper con los patrones de nuestra cultura machista, pero que poco a poco, se ha ido modificando, con cambios como éste se presenta al hombre sensible y con derecho de llorar por una mujer.

4.6.2. Valores morales

Los valores morales son aquellos relacionados a la bondad, maldad, matrimonio, fidelidad, infidelidad, sinceridad, hipocresía, virginidad, impureza, justicia, injusticia, etcétera. Por una parte, son de los más importantes dentro de una sociedad como la mexicana, y por otra es aquí donde se cataloga a las personas al mostrar actos reprobables o aceptados y los que permiten pertenecer a los diferentes grupos y estratos sociales.

Podemos observar dentro del género dramático un manejo de relaciones morales de manera convencional, donde la bondad siempre triunfa sobre la maldad, y aquellos que rompen con las normas son castigados. Sin embargo se ha visto que el odio, el engaño, la infidelidad, la injusticia, la soberbia, así como la violencia y demás temas controversiales utilizados en las distintas historias, logran los mayores niveles de audiencia y causan, hasta cierto punto, un impacto negativo en los televidentes, debido a que se da una lucha entre el bien y el mal y entre lo que se debe y no se debe de hacer, marcando así los diferentes parámetros sobre la vida, pero de un modo ambivalente, ya que por un lado se les brinda una gran importancia -por ser parte de la historia- y por otro lado muestran la consigna de rechazo para ser aceptados por la sociedad.

La Familia

La familia no es un valor, sin embargo es de donde el hombre los va adquiriendo desde su niñez, éstos son enseñados por los padres y abuelos. Es por ello que se recurre a la familia para hablar acerca de los valores morales. Por una parte las mujeres la ven bien representada, considerándola como un buen modelo a seguir porque en la telenovela se muestra a una familia unida y se observa el respeto a los mayores, como es el caso de Doña Pilar, *“en la telenovela te enseñan algo muy importante que los viejos por ser viejos no son estorbo la abuela está grande, pero es el pilar y le tienen mucho respeto”*. Las

televidentes consideran que la familia Montalvo es un reflejo de la familia mexicana, por la existencia de los diferentes elementos que la componen, considerando que refleja cierta realidad en cuanto a los roles presentados en las estructuras familiares.

La Bondad (protagónicos)

La bondad es interpretada por los protagonistas de la historia, siendo éstos quienes padecen constantemente los problemas causados por los villanos. Se caracterizan por ser personas honestas, humildes y por ayudar a todas las personas que les sea posible y mas, si se trata de las que son amadas. Al igual, son incapaces de hacerle daño, hasta al peor de sus enemigos, lo que es criticable, *“yo creo que la subestiman en todos los sentidos porque la exageran, la que es sumisa es de plano pendeja”*, llega a ser tan buena que todos abusan de su nobleza y de su buen corazón.

Los protagonistas –los buenos- tienden a caer en las trampas de los que pretende impedir su felicidad; toman actitudes de sacrificio para que la persona a la que ama logre su felicidad, por ejemplo, cuando Rodrigo se hace responsable del fraude sólo para que Gaviota continúe con su carrera en Inglaterra y quede en libertad. *“Al final los malos se van a morir pero lo disfrutaron, pero la buena también se va a morir algún día y lo disfruto poco”*, a pesar de ser quienes sufren en la mayor parte de la trama, son quienes terminan victoriosos, gozando del amor, libertad y bienestar.

Se puede observar una estandarización protagonista (bondad) - antagonista (maldad), de los personajes, con base a los roles y papeles que desempeñan. Es decir, la heroína se guía bajo un régimen de valores morales, éticos y del sentir, con la finalidad de afianzar los comportamientos establecidos bajo aceptaciones sociales, exaltando sus virtudes.

La Maldad (los villanos)

El mal es mostrado a través de los villanos, como Minerva, Aarón, Francisco e Isadora, creando modelos que se dirigen bajo los sistemas de valores gustosos, pragmáticos y materiales, engrandeciendo su maldad y su tendencia hacia conductas fuera de lo moral. Ésto llega a ser peligrosos cuando el espectador los asume como propios, al observar la hipocresía, infidelidad, deslealtad y soberbia, lo que permite al consumidor comportarse de acuerdo a ellos, llevándolos a la práctica en su vida diaria. Las acciones que los antagonistas realizan son tomadas como *“ideas para quienes lo hacen en la vida real”*, al referirnos al maltrato físico, secuestros, violaciones, etcétera, lo que provoca una percepción generalizada en la mujer con respecto a temáticas dedicadas a la inseguridad y violencia, lo cual se traduce en inquietud e incertidumbre de una sociedad atiborrada de éste tipo de información, pues no basta con vivirlo, sino ser mostrada en todo tipo de programas.

Los villanos exhiben comportamientos que, en ocasiones, son adoptados por la mujer a su vida diaria, *“cuando estás molesta con una persona tienes reacciones parecidas a la de los villanos”*, entonces, podemos entender que el tener conductas o actitudes de molestia, coraje, odio e ira es malo, ya que estos son representados con mayor frecuencia en los villanos, y pueden llegar a ser consideradas como acciones reprobables. Las consumidoras aceptan tener este tipo de conductas cuando cruzan por situaciones relacionadas con los celos, desarrollando acciones caóticas y fuera de lo normal, *“se pelean porque él ya estaba harto de ella por sus celos [...] entran dos tipos y lo golpearon adentro de la casa de ella [...] él fue a levantar una acta y resulta que él ya tenía una demanda y terminó en el bote”*, *“cuando me enteré, pensé... eso sólo pasa en las telenovelas”*. Celos enfermizos que hacen perder la razón a las personas, sin medir daños ni consecuencias, estas conductas son similares a las que aparecen en *Destilando Amor*, *“es algo parecido entre el amor que se tienen Minerva y*

Aarón, es un amor enfermizo". Las entrevistadas aceptan que muchas veces, la mujer es quien provoca este tipo de acciones, creando celos en la pareja, *"eso la mayoría de las mujeres lo hacen, mi hermana me decía que le inventaba cualquier cosa para darle celos a su novio [...] ahora él es un celoso insoportable y le dije tu tuviste la culpa"*, y recuerdan cómo Gaviota le da celos a Rodrigo con el Lic. Alonso, *"eso se llama inseguridad, y hay veces que exageramos tanto hombres como mujeres"*, esto lo es considerado como una forma de medir el amor que tiene la pareja hacia ellas.

Sexo (virginidad e impureza)

Este tema en particular provocó gran controversia entre las mujeres adultas que conformaron el segundo grupo de discusión –Capítulo 3-, observándose poco interés al consumo en relación al sexo, ya que hacen crítica de cómo es presentado, *"las escenas se ven vulgares, ahora muestran a los actores encuerados, por todas partes se andan encuerando"*, lo que es considerado como un acto de impureza, libertinaje y perversión al señalar que *"ahora la mujer se acuesta con uno y con otro, sin importar quien sea"*. Las entrevistadas consideran que hace algunos años no se transmitían este tipo de escenas, *"antes la mujer salía con una batita elegante, por eso me gustaban las telenovelas. [...] te quedabas sólo hasta la cama ya no veías nada más, y eso era más bonito porque te quedabas con esa emoción"*, pues éste era sólo insinuado y sugerido en formas sensuales y finas.

Existe un consenso entre las mujeres que formaron los grupos acerca de que la virginidad ya no existe. El sexo prematrimonial y el adulterio en la telenovela se presentan como actos comunes, y ocurren tanto en los personajes que están casados y los que no, como es el caso de Gaviota con Rodrigo, mientras que esos mismos actos llegan a ocurrir con mayor frecuencia entre los casados, Minerva y Francisco. Aunque no existe evidencia del coito en la pantalla, éste sólo es sugerido por escenas en la recámara y desvanecimientos o

insinuaciones que son aclaradas en escenas de la mañana siguiente o en conversaciones. Así, podemos indicar que las relaciones sexuales están permitidas fuera y dentro del matrimonio, ya que es común.

4.6.3. Valores religiosos

Los valores religiosos no se encuentran tan relacionados a la religión en sí o con la iglesia, como uno suele imaginar, sino más bien con acciones y conductas relacionadas a la fe, incredulidad, esperanza, desconfianza, caridad, egoísmo, humildad y soberbia.

En la estructura de la telenovela mexicana continuamente se observan escenas que hacen referencia a la devoción y fe que se tiene a la religión católica. Los personajes de *Destilando Amor* acuden asiduamente a imágenes sagradas como a la virgen de Guadalupe, Jesucristo, San Judas Tadeo o San Martín de Porres, siendo éstas las más recurrentes. Clarita es una fiel devota a la Guadalupana, encomendándose día con día, al igual que lo hace por su hija, acudiendo a su ayuda en situaciones difíciles, sufrimiento y angustia. Por otra parte hay que recordar –como ya se mencionó- que Rodrigo y Gaviota se conocen en la iglesia, dando un significado importante a los actos religiosos. Esto provoca un gusto en las mujeres mayores, considerándolo como *“un buen valor para que la juventud no pierda el interés por la religión”*. Sin embargo, generaciones más jóvenes muestran cierto desinterés al hablar sobre la iglesia católica, planteándolo como una falta de responsabilidad por parte de la población al indicar que se acude a las imágenes religiosas como pretexto para deslindarse de problemas y situaciones difíciles, *“uno debe ser responsable de su vida y de sus actos, no dejárselos a los santos olvidándose de ellos”*.

Siguiendo dentro del tema, cabe mencionar que los finales del melodrama siempre se caracterizan por terminar en boda –estructura mexicana-, lo que es predecible desde el inicio de la historia, como la consagración de un amor puro y

eterno; en *Café con Aroma de Mujer* la historia no muestra una boda, sólo se interpreta a través de los años con al formación de una familia –hijos- y por permanecer juntos con la misma entrega y amor. Este es un punto importante a considerar, ya que en Latinoamérica se maneja una estructura muy semejante para la producción del género, sin embargo otros países no manejan en sus contenidos las creencias religiosas como se hace en México. Esto a su vez tiene que ver con las tradiciones a las que estamos impuestos, donde los protagonistas se encargan de representarlas a nivel mundial, pero internamente, es expresado como un acto necesario para ser aceptados y aprobados bajo reglas morales, religiosas y sociales.

En la actualidad el matrimonio es entendido como un acto de responsabilidad, algunas entrevistadas están a favor de esta idea, *“yo siempre he dicho que si me voy a casar”*, otras optan por la unión libre antes de tomar una decisión, *“vivir primero un tiempo con él y después decidir si te casas o no”*, y las que están en desacuerdo expresan que *“a mi que no me digan vamos a vivir juntos y luego vemos a ver que pasa [...] yo veo ahí una falta de compromiso, además el papel es el papel”*, son personas que no están dispuestas a esa falta de compromiso en la pareja, dándole un valor importante al matrimonio.

4.6.4. Valores biológicos

Los valores biológicos son poco tomados en cuenta, pero se consideraron dentro de esta investigación por ser aquellos que tiene relación con la salud, enfermedad, belleza, fealdad, placer, desagrado, etcétera. Así tenemos:

La belleza

La belleza, aunque no suele parecerlo, es uno de los valores más importantes que hay que contemplar en nuestros días, ya que en los últimos años ha tomado gran fuerza dentro de nuestra sociedad y a nivel mundial, formando

parte de una moda impuesta por los medios de comunicación, entre los que encontramos a Televisa como escuela creadora de estándares de belleza, al exponer en su programación figuras femeninas y masculinas que gozan de cierta belleza estética. Los estereotipos implican al auditorio mexicano al consumo y la apropiación del producto televisivo.

La belleza es constantemente mostrada como una necesidad para ser tomada en cuenta y formar parte de algún grupo o núcleo. Muchas veces esto llega a crear un sentimiento de menosprecio al ver figuras atractivas y rostros hermosos, pues el público empieza a imitar a quien admira, deseando así tener algún parecido a su estrella favorita para apropiarse de actitudes y apariencia, *“todo mundo quiere estar como los que aparecen en la televisión, te haces mil cosas, te operas el busto, te tiñes el cabello”*, y todo con la finalidad de lucir lo más parecido a esa figura pública.

Por otra parte, los grupos la consideran como un medio de adquisición, *“logras seducir, logras triunfar, logras engañar y que muestra entonces; que para lograr los sueños una mujer debe ser bella”*, frase que muestra el valor y la necesidad por poseerla para lograr ser alguien o tener un valor, si no es así nunca conseguirás lo deseado, *“porque el mensaje final es, si no estás igual de buena, no vales, opératelas para que por medio del cuerpo encuentres la felicidad”*. Esta característica, para algunas mujeres puede ser un dolor de cabeza, *“eso de la belleza en la tele es una pesadilla, siempre se mantienen intactas”*, aunque algunas desean tener atributos físicos como las actrices, *“ya quisiera estar como Isadora”*.

En *Destilando Amor* aparecen hombres y mujeres casi perfectos, ya que se han puesto de moda los cuerpos esculturales, *“si te encuentras a hombres así,”* al referirse que ahora el cuidado físico no sólo se da en el género femenino, sino que también ya forma parte del género masculino, *“parece que traen las sandias debajo del brazo,”* esto llega a crear diferentes visiones acerca de aquellos que se

preocupan por su apariencia, *“pero si no son gay, están de hueva. Se creen tanto que dices yo con este taradote jamás”*. El valor del cuerpo se puede traducir a un descuido de las cosas que realmente para otras generaciones son importantes como puede ser el lado intelectual.

4.7. LA MUJER Y LA APROPIACIÓN DE VALORES A TRAVÉS DE LA TELENOVELA

Por último, se ha logrado observar que la telenovela aparece como un maestro del comportamiento adecuado en una variedad de situaciones y circunstancias, presentador de modelos de conductas como proveedores de información, que se extiende más allá de la experiencia inmediata de cada uno, para inculcar valores a los que está sujetos la sociedad. Por lo tanto ofrece estándares que permiten la justificación de actitudes y acciones que funcionan para crear una personalidad y al mismo tiempo la autoestima de cada individuo.

Por medio de los valores formamos creencias e ideas que nos permiten observar aquellas que están dentro y fuera de nuestro juicio, es así que, como resultado, podemos observar que las mujeres emiten esos juicios al consumir el producto televisivo, optando por apropiarse los que consideran como buenos y criticar aquellos que son malos. Entre los más apropiados se encuentran los que tienen relación con la ilusión y los deseos personales de cada sujeto, o simplemente aquellos con los que encuentran identidad –con esto nos referimos cuando el personaje vive lo que la televidente está viviendo-.

Es así que el amor es uno de los valores más apropiados, siendo el que motiva a todo ser humano para lograrlo todo, sin importar las berreras que se tengan que cruzar con tal de conseguirlo. La mujer se refugia en el amor por su sensibilidad y la emoción que éste produce, encontrándolo como gran incentivo en la vida. De igual manera el amor maternal es apropiado por el instinto que toda

mujer tiene, al ser la figura materna una de las más importantes en nuestra sociedad y en casi todas las culturas.

En lo que concierne a los valores morales, la telenovela es una maestra en transmitirlos, haciendo gran diferencia entre la bondad y la maldad, marcando pautas de comportamiento positivo para no llegar al castigo. La mujer al experimentar sentimientos de odio, rencor y coraje, los considera como conductas malas y prohibidas por ser los villanos quienes las presentan, olvidando que esos sentimientos son parte de la naturaleza humana.

El valor del matrimonio es importante, la telenovela lo muestra como un acto que llevará a la eterna unión y a la felicidad. Es así que la mujer lo plasma dentro de la ilusión del amor, estableciendo el compromiso y la responsabilidad de pareja. En la actualidad el matrimonio ha perdido importancia, debido al temor de perder libertad por adquirir una responsabilidad tan grande, obteniéndose como resultados las diferentes formas de pensar entre mujeres, algunas lo consideran bueno para lograr una estabilidad emocional y no dejarlo a la “ahí veremos”, también encontramos las que prefieren la unión libre.

Ahora bien, el valor que representa la belleza tiene que ver con la idealización de llegar a tener un aspecto físico como el que presentan los medios de comunicación, siendo la telenovela uno de los principales difusores y creadores de los modelos de esta índole, lo que genera ser uno de los valores más apropiados por parte de la audiencia. Sin embargo, el manejo de la belleza cumple con el juego de ser también un contra valor, éste se presenta cuando llega a provocar inseguridad o frustración en la mujer, al no cumplir su objetivo cuando ésta trata de seguir algún prototipo – relacionado a la esbeltez, juventud, rostro, etcétera-. Por otra parte, el no poseer dicha característica –belleza- se presta para ser discriminado y poco tomado en cuenta dentro de los núcleos sociales de nuestro país, lo que llega a provocar una baja autoestima.

Es así que llegamos al final de la interpretación y análisis de nuestra investigación, asumiendo que la televisión es quien muestra modelos de conducta, situaciones y acciones, así, como modelos de belleza física de las cuales la mujer llega a establecer una apropiación.

CONCLUSIONES

La televisión es uno de los medios masivos de comunicación más importantes por ser el que cuenta con mayor difusión en nuestro país. En este ámbito Televisa ha logrado colocarse como una de las principales televisoras a nivel mundial. Por otra parte la televisión es considerada un medio institucional que goza de poder ya que a través del manejo de información alcanza a construir una ideología en la población mexicana y, al mismo tiempo, al exportar sus productos crea una imagen de nuestra cultura. Dicha institución cuenta con sus propios recursos para la reproducción de significados y la creación de los suyos propios, reafirmando los valores culturales a través de significados, lo que contribuye en forma activa a la reproducción sociocultural del consumo de las audiencias, provocando la creación y representación de las formas culturales y maneras de actuación social consideradas como apropiadas.

Las audiencias son activas, pero sobre todo creativas, producen sentido en su interacción social; los límites a esa producción no están dados sólo por razones individuales, más bien están dados a la creatividad en sí, en un escenario sociocultural específico. Esta concepción cultural permite entender la existencia de actos creativos individuales, por ejemplo, en la interacción con la televisión donde los sujetos actúan como mediación en el proceso de producción de sus significados, pues a su vez reproducen conductas y formas de actuar que son adaptadas como modelos de vida. Es así que el medio consigue un alcance en las audiencias para definir las y finalmente lograr su función o emancipación cultural sobre los diversos campos.

De la programación que este medio nos brinda, se ha observado que la telenovela es la de mayor éxito, siendo uno de los productos más vendidos y con mayor éxito nacional y en algunos países asiáticos.

En la antigüedad el género era considerado como el bote de basura en comparación con otros programas, sin embargo los melodramas cuentan con características que los hacen diferente al resto de la programación televisiva, ya que por su estructura y temática abordada la hace diferenciarse de programas informativos, culturales y unitarios, que como se mencionó – en los Capítulos 1, 2 y 4- la telenovela muestra secuencias en las que se narra una historia que va de acuerdo a la dinámica cultural de nuestra sociedad, realizando una combinación entre lo real y lo ficticio, llegando a tocar sensibilidades y emociones en el espectador, es por ello que se convierte en un producto de consumo y de apropiación.

Los personajes interpretan conductas con cierta ambivalencia entre bondad y maldad, lo cual se complementa para crear a la heroína y la villana, que tiene como propósito el encasillamiento de valores al formar prototipos, representados por medio de semblanzas irreales, personajes ficticios que marcan pautas de conductas y que permiten ver que los valores son tan maleables como la extrema bondad o maldad. Incluso puede recurrir a un pecado, justificándolo siempre bajo el parámetro del extremo sacrificio. De tal manera que los valores se hacen presentes como una herramienta de medición para los comportamientos estereotipados, pero de forma tal –flexible- que permite el libre albedrío, sobre todo de las industrias encargadas de promoverlos a conveniencia y jamás dejando de lado su necesidad por homogenizar al público.

Se han observado varios resultados en relación al consumo de la telenovela, tales como: los motivos que impulsa a la mujer a su consumo, el uso que la mujer hace del género, si los valores que son presentados en el producto son apropiados o no, así como si éstos se llevan a la vida diaria. Por otra parte, el análisis de contenido de la telenovela *Destilando Amor* nos ha permitido observar cuales son los valores más usuales en los contenidos y cómo son representados por medio de conductas y actitudes en los personajes, dando vida a los estereotipos de la bondad y la maldad.

En cuanto al análisis tenemos que nuestra población se comportó de manera semejante a investigaciones previas en algunos rubros y distinta en otros. En la muestra que se estudió, mujeres de la Ciudad de México con un rango de edades entre los 25 a los 50 años (joven, adulto y maduro), representa un grupo importante en relación al consumo del género, ya que son quienes lo observan. Es así que la presente investigación muestra los resultados obtenidos por medio de las diferentes técnicas que fueron el Análisis de Contenido y Grupo de Discusión, lo que permite mostrar resultados previamente analizados para llegar a las siguientes conclusiones.

Los resultados muestran que la población observa de manera moderada el medio, a lo que podemos indicar con que la observación de la televisión varía entre 3 y 5 horas diarias. Aunque hay que considerar que la muestra es pequeña y no existe punto de comparación con otras investigaciones realizadas, por ende no se puede afirmar que este nivel de observación sea mayor o menor de la población en general.

La frecuencia de observación se menciona ya que encontramos relación para responder a uno de los objetivos de esta investigación, sobre el uso y los motivos que llevan a la mujer al consumo de la telenovela. Bajo dicha premisa podemos señalar que se encontró que la mayoría de las mujeres observan este tipo de programa por entretenimiento, ya que desde sus inicios fue diseñado con la finalidad de entretener a su público principal, las mujeres. Podemos señalar que mencionado factor se encuentra relacionado con pasar el rato, ya que la mayoría de la audiencia enciende su televisor en los ratos libres, cuando han terminado las tareas domésticas, laborales o bien a la hora del descanso.

Sin embargo es un género que atrae más como motivador al olvido o evasión a la realidad y la monotonía, situaciones que son cubiertas momentáneamente; es tomado muchas veces como un escape o fuga a los

problemas cotidianos, provocando sensaciones de alegría, tristeza, enojo, desesperación y hasta angustia. Por otra parte llega a funcionar para que tanto mujeres como hombres contemplen figuras físicas como las de Eduardo Yáñez, Martha Julia y Sergio Sendel, entre otros.

Las telenovelas en la actualidad muestran algún tipo de información, tal es el caso de *Destilando Amor*, el donde se abordan temas sobre el proceso del tequila, del café y en ocasiones se llega a informar sobre lugares históricos (turísticos) del país. En las entradas y cortes a comerciales muestra cápsulas relacionadas al cuidado de la mujer para la prevención de enfermedades como el cáncer cervicouterino y de mama, esto es parte de los usos que se le da al género.

Las temáticas en las telenovelas muestran cambios importantes, logrando captar el interés en públicos usualmente no asociados a este tipo de programa. Sin embargo, lo que ha creado su éxito es la carga emocional que provoca al ser consumidos.

El amor es uno de los elementos más importantes que caracteriza al género, siendo el motor de cada historia. Por su parte, es el que da razón a cada acción, decisión, sentimiento y conducta que tomamos en nuestra vida. Bajo este orden de ideas el amor es caracterizado por los personajes del melodrama, teniendo como expresión el sacrificio y el dolor que viven constantemente –sobre todo los protagonistas- para lograr la felicidad y estar al lado del ser amado. Es en este rubro donde la mujer encuentra gran motivación por consumir el producto y en el cual ejerce una variada apropiación, ya que asocia situaciones y emociones por las que en ese momento atraviesa con las que refleja la pantalla, transformándolas en las que desearía vivir.

Es así que la mujer hace del amor un icono de consumo e identificación al relacionar su sensibilidad con lo que es observado, lo que la lleva a constituir un

fuerte lazo de apropiación de situaciones y al mismo tiempo construye una ilusión con respecto a una relación amorosa. Es así que llega a establecer un lazo de apropiación al tocar la sensibilidad de la mujer, del género femenino en su conjunto, quien llega a establecer una amplia apropiación en este ámbito, en el sentido de generar la idealización de un romance y del amor de su vida.

Del mismo modo ocurre con los sentimientos de odio y rencor, siendo representados en los villanos, con los cuales la mujer llega a identificarse al compartir situaciones similares, haciendo hincapié en que estos son reprobados por la mayoría de la audiencia por ser exagerados. En nuestra muestra de estudio, ninguna de las participantes mostró la apropiación con este tipo de conductas, mas se llegó a observar que si las comparten al sentirse traicionadas, engañadas o en caso de infidelidad, generándolos dentro de su vida cotidiana pero sin llegar a los extremos en que éstos son representados.

Por otra parte, el sexo se muestra como complemento en una relación amorosa, sin embargo es visto como un factor en el que la mujer ha perdido su dignidad y su valor como tal. Ahora en los contenidos se muestra como algo fácil de hacer sin importar con quien. No es necesario amar, ni adquirir compromiso, sino satisfacer esa necesidad o cumplir ese deseo, pero con el paso del tiempo y en la idea liberal en la que vivimos, el sexo sigue siendo mal visto en la mujer, mientras que en el hombre sigue siendo aprobado, independientemente de que este acto conlleve a la infidelidad. El hecho es aún más notorio en sociedades como la mexicana, en la que el hombre sigue formando parte dominante en la vida socioeconómica y política, donde el tipo de relaciones interpersonales que se manejan entre sexos, en ciertos segmentos de la población, son de tipo machista, en la que el varón sigue dominando sobre la mujer y tiene más derecho a expresar su sexualidad que ella.

Valdría la pena realizar estudios concretos sobre qué es lo que motiva a la audiencia para el consumo de la telenovela, ya que no es suficiente la información

adquirida para lograr establecer un parámetro sobre el tema. Asimismo sería necesario llegar a conclusiones consistentes y generables sobre un estudio comparativo. En este caso resultaría interesante hacer una comparación entre mujeres y hombres para observar diferencias, siendo pocos los estudios sobre el tema, el cual va tomando cada vez más fuerza en nuestra sociedad, en virtud del incremento en el número de varones que actualmente ven telenovelas.

Podemos notar, por medio de los resultados, que la mujer sigue siendo sumisa y por tanto se muestran valores morales donde no tiene derecho a ejercer su sexualidad excepto con su pareja, mientras que el hombre puede hacerlo de manera libre, hasta promiscua, teniendo el derecho a hablar de sus deseos sexuales, mostrarlos y disfrutarlos, mientras que a la mujer no le es permitido explorar su sexualidad; y en el caso que se le permita es porque ya ejerció una relación íntima cargada de emotividad y estricta fidelidad (o anterior se da hasta este momento, ya que generaciones más jóvenes están dirigiéndose a una libertad y ampliación sexual, que es mal vista por los adultos), lo que se encuentra en relación con los estereotipos que son ostentados en las telenovelas; mas considero que lo anterior se presenta sólo como un acto que facilita las críticas, a ser mal visto ante la iglesia y nuestra sociedad, sin llegar a ejercer una apropiación en la mujer.

Aunado a esto se ha visto el aumento de actrices con cuerpos perfectos, rostros agradables y seductores, situación que -como lo hemos mencionado- Televisa se ha encargado de difundir, al mostrar lo que es belleza que desde los inicios de la programación ya que se tenía como finalidad captar a todo tipo de público y en particular al masculino. Cabe mencionar que hoy en día no sólo se caracteriza en la figura femenina, sino también parece ser una obligación en el hombre, mismo que debe poseer un cuerpo corpulento, escultural y un rostro atractivo. Actualmente es común observar en la población la preocupación que se tiene por verse bien, con un físico atractivo, lo que ha sido posible por la apropiación de estereotipos corporales tanto femeninos como masculinos que son

observados en la televisión, siendo parte de la moda y considerados como una necesidad para lograr pertenecer a los grupos sociales.

Así la belleza física ha tomado un lugar importante como objetivación de los deseos. Constantemente recibimos información simbólica exteriorizada en los medios (electrónicos y escritos) que presentan a la belleza como un valor que conduce al éxito, la felicidad, el amor, la amistad y al placer, lo que al mismo tiempo se puede traducir a un mundo de egoísmo e individualista, al considerar, como una necesidad básica, el consumo de productos que ayudarán a mejorar la imagen no sólo física, sino en cuestiones materiales, que elevan los intereses de productos de moda como celulares, ipod's, computadoras, etcétera.

El manejo de estereotipos puede llegar a ser peligroso cuando el espectador asume como propios esos valores y esas percepciones, y se comporta de acuerdo a ellos en la realidad, asumiendo conductas prejuiciadas, lo que es observado en el género. Dentro de los estereotipos más representativos se encuentran aquellos que exaltan la belleza, lo que conlleva a construir una estandarización de la mujer hacia una perfección física que la llevará a la felicidad, considerando que si no se posee belleza, quien carezca de ella estará sujeta a humillaciones, burlas, rechazo y minimización. Considero que el tema sobre la belleza y el lenguaje del cuerpo, se presta para realizar interesantes estudios y aportaciones, ya que estamos viviendo una época donde el ser humano cree valer más por su físico y posesión de bienes, que por su valor propio e intelectual.

En la telenovela el logro a la felicidad se ve en relación a los bienes materiales, la riqueza (como es la empresa tequilera) y la obtención de placer (sexo y lujos) es lo que transmite un mundo vacío y banal sujeto a la exaltación del yo, ofreciendo una visión a la necesidad del consumo y al tiempo libre como generador de placer, que a su vez produce la identificación de modelos individualistas apoderados de la moda y libre del compromiso social.

Con lo anterior, podemos señalar que las mujeres –telespectadoras- que carecen de riqueza y bienes materiales, desean encontrar alguien que les brinde esos satisfactores, siendo parte de sus sueño y deseos el gozar de lujos, viajes y una vida cómoda en la que no tengan que preocuparse por su economía. Sin embargo el factor de la ambición es mostrado en la telenovela como algo malo, ya que aquellas personas que lo deseaban -como Francisco, Aarón, Minerva e Isadora- terminaron siendo castigados, con lo que podemos considerar que la ambición es un acto prohibido e indigno en nuestra cultura, presentando la idea de que uno debe de conformarse con lo que posee, porque de lo contrario se podrían cometer actos fuera de la moral y de las normas, que tarde o temprano llevarán al arrepentimiento.

Es así que la telenovela brinda el manejo de valores y normas que son característicos de la vida social y de los problemas que cualquier individuo vive en su cotidianidad, es por ello que los contenidos logran atraer a todo tipo de público satisfaciendo los deseos e ilusiones de una vida placentera después de una lucha interminable para lograrlo, pues enseñan que no puedes romper con las normas morales porque terminarás siendo castigado (el mal), pero si te conduces bajo valores positivos (el bien) lograrás la felicidad a pesar de tener que luchar contra aquellos que traten de corromperlos.

Acerca de las limitantes que presentó la investigación, se puede decir que la telenovela es un género especialmente dirigido a la mujer, que al mismo tiempo ha ido incorporándose dentro de los ámbitos juveniles y masculinos, y la cual sigue manejando -tras 50 años- los mismos contenidos, modificando en bajo grado los roles de la mujer que hoy en día desempeña –ya que el análisis de contenido otorga resultados en los que la mujer se sigue dedicando a su casa y pocas son las que se desenvuelven en áreas laborales- mostrando a la figura del hombre como aquel que goza con el poder de nuestra sociedad.

La investigación presenta el análisis de 20 capítulos de la telenovela, siendo ésta una limitante que podría sugerir estudios más profundos, por tratarse de un análisis dirigido a los valores, lo cual lo hace un tema complejo por tutelarse a la calificación sobre las conductas y actitudes que son interpretadas por los personajes, llegando a cubrir con las características estereotipadas dentro del género.

Para concluir, podemos señalar que la hipótesis planteada en esta investigación, muestra como resultado que efectivamente la telenovela plasma valores importantes formando una visión de los diferentes roles que se desempeñan en nuestra sociedad, brindando modelos de conducta, que tanto mujeres como hombres los adaptan a su vida diaria, siendo las instituciones (Televisa) las encargadas de controlar una ideología en nuestra sociedad, logrando un control sobre ésta misma. Sin embargo, se puede advertir por los resultados obtenidos en la muestra, que la mujer se encuentra estrechamente relacionada a un consumo y apropiación de los valores que transmite el medio, consiguiéndolo a través de la sensibilidad y emotividad en el sexo femenino, que al abordar temáticas que se viven día con día, llegan a definir los comportamientos que son aprobados y reprobados culturalmente hablando.

ANEXOS

**TABLA DE
ESPECIFICACIONES**

DIMENCIONES	INDICADORES	INDICES	TOPICOS
1.1. USO	1.1.1. ENTRETENIMIENTO	1.1.1.1.TIEMPO LIBRE	1.1.1.1.1 MAÑANA 1.1.1.1.2. TARDE 1.1.1.1.3 NOCHE 1.1.1.1.4. DESPUES DEL TRABAJO 1.1.1.1.5. DESPUES DE LAS LABORES 1.1.1.1.6. DOMESTICAS
		1.1.1.2. CONDICIONES DE RECEPCION	1.1.1.2.1. FAMILIA 1.1.1.2.2.ESPOSO 1.1.1.2.3. HIJOS 1.1.1.2.4. PADRES 1.1.1.2.5. HERMANOS 1.1.1.2.6. AMIGOS
	1.1.2.COTIDIANIDAD	1.1.2.1.CONVIVENCIA	1.1.2.1.1. DIAS DE LA SEMANA 1.1.2.1.2. LUNES A VIERNES 1.1.2.1.3. TIEMPO DEDICADO SEMANA 1a 5 Horas 5 a 10 Horas 10 a 15 Horas 15 a 20 Horas
	1.1.3. EDUCATIVO	1.1.3.1. AÑORANZA	1.1.3.1.1. CONOCIMIENTO 1.1.3.1.2. IMPULSO 1.1.3.1.3. LOGROS 1.1.3.1.4. SUPERACIÓN
	1.1.4. INFORMATIVO	1.1.4.1. TEMATICAS MODA	1.1.4.1.1. PROBLEMAS FAMILIARES 1.1.4.1.2. DROGAS 1.1.4.1.3. ENFERMEDADES 1.1.4.1.4. BULIMIA 1.1.4.1.5. ANOREXIA 1.1.4.1.6. VIH (SIDA) 1.1.4.1.7. SEXO
	1.1.5. COMPAÑÍA	1.1.5.1. DE FONDO	1.1.5.1.1. SOLEDAD
		1.2.1.1. TEMA	1.2.1.1.1. ENGAÑO 1.2.1.1.2. ROMANCE 1.2.1.1.3. PASIÓN 1.2.1.1.4. CONFLICTO
		1.2.1.2.PERSONAJES	1.2.1.2.1. HEROE (JUSTICIERO) 1.2.1.2.2. HEROINA (VICTIMA) 1.2.1.2.3. VILLANO(TRAIDOR) 1.2.1.2.4. COMICO

1.2. APROPIACIÓN	1.2.1. CONTENIDO		(DIVERTIDO)
		1.2.1.3. LENGUAJE	1.2.1.3.1. VERBALES 1.2.1.3.2. PALABRAS 1.2.1.3.3. FRACES 1.2.1.3.4. MUSICA
		1.2.1.4. VALORES	1.2.1.4.1. HUMANOS 1.2.1.4.1.1. LIBERTAD-REPRESION 1.2.1.4.1.2. ALEGRIA-TRISTEZA 1.2.1.4.1.3. RIQUEZA-POBREZA 1.2.1.4.1.4. AMOR-ODIO 1.2.1.4.1.5. VERDAD-MENTIRA 1.2.1.4.1.6. PAZ-GUERRA 1.2.1.4.1.7. PIEDAD-CRUELDAD 1.2.1.4.2. MORALES 1.2.1.4.2.1. BONDAD-MALDAD 1.2.1.4.2.2. MATRIMONIO-UNION LIBRE 1.2.1.4.2.3. VIRGINIDAD-IMPUREZA 1.2.1.4.2.4. FIDELIDAD-INFIDELIDAD 1.2.1.4.2.5. SINCERIDAD-HIPOCRECIA 1.2.1.4.2.6. JUSTICIA-INJUSTICIA 1.2.1.4.2.7. HONRADEZ-DESLEALTAD 1.2.1.4.2.8. BENEVOLENCIA-SEVERIDAD 1.2.1.4.3. RELIGIOSOS 1.2.1.4.3.1. FE-INCREDELIDAD 1.2.1.4.3.2. ESPERANZA-DESCONFIANZA 1.2.1.4.3.3. CARIDAD-EGOISMO 1.2.1.4.3.4. HUMILDAD-SOBERVIA
			1.2.1.4.4. BIOLÓGICOS 1.2.1.4.4.1. SALUD-ENFERMEDAD 1.2.1.4.4.2. BELLEZA-FEALDAD 1.2.1.4.4.3. PLACER-DESAGRADO 1.2.1.4.4.4. FUERZA F.-DEBILIDAD F.
			1.2.1.5.1. AMOR 1.2.1.5.1.1. AFECTO 1.2.1.5.1.2. ATRACCIÓN 1.2.1.5.1.3. ANHELO 1.2.1.5.2. FELICIDAD

		1.2.1.5. EMOCIONES	1.2.1.5.2.1. ALIVIO 1.2.1.5.2.2. GOCE INTERNO 1.2.1.5.2.3. VOLUNTAD 1.2.1.5.2.4. TRIUNFO 1.2.1.5.2.4. SATISFACCION 1.2.1.5.2.5. ENTUSIASMO 1.2.1.5.3.6. DIVERSION 1.2.1.5.3. SORPRESA 1.2.1.5.3.1. INCREDLIDAD 1.2.1.5.4. RABIA 1.2.1.5.4.1. OFENSA 1.2.1.5.4.2. FRACASO 1.2.1.5.4.3. IRA 1.2.1.5.4.4. AVERSION 1.2.1.5.4.5. RIVALIDAD 1.2.1.5.4.6. TORMENTO 1.2.1.5.5. TRISTEZA 1.2.1.5.5.1. CONDOLENCIA 1.2.1.5.5.2. EXTRAÑEZA 1.2.1.5.5.3. CULPABILIDAD 1.2.1.5.5.4. DESILUSION 1.2.1.5.5.6. DEGRADACION 1.2.1.5.6. MIEDO 1.2.1.5.6.1. ALARMA 1.2.1.5.6.2. INSERTIDUMBRE
--	--	--------------------	---

ANALISIS DE CONTENIDO “DESTILANDO AMOR”

VESTIMENTA

VESTIMENTA	MUJER	HOMBRE
Formal	30%	45%
Casual	40%	30%
Elegante	10%	3%
Sensual	4%	0%
De Noche	5%	3%
Deportivo	1%	1%
Informal	7%	10%
Vulgar	3%	0%

EMOCIONES

EMOCIONES	MUJER	HOMBRE
Felicidad	20%	25%
Afecto	35%	25%
Anhelo	40%	35%
Sorpresa	20%	15%
Rabia	30%	35%
Rivalidad	20%	35%
Tristeza	24%	10%
Miedo	15%	10%
Incertidumbre	35%	15%
Angustia	30%	20%

OBJETIVOS:

IDEALES	MUJER	HOMBRE
Amar	60%	45%
Ser amado	75%	45%
Ser feliz	65%	60%
Estabilidad	60%	55%
Competir	10%	30%
Ser ganador	60%	80%
Casarse	15%	5%
Divorciarse	3%	5%
Tener hijos	40%	20%
Ayudar	30%	15%
Apoyar	30%	20%
Olvidar	35%	20%

AMOROSOS	MUJER	HOMBRE
Besar	10%	7%
Abrazar	8%	10%
Acariciar	5%	10%
Desear	15%	20%
Cortejar	10%	20%
Complacer	5%	10%
Tolerar	10%	5%
Sexo	10%	10%
Compartir	8%	5%
Recuperar	5%	5%
Conquistar	10%	20%
Rechazar	10%	5%
Perdonar	5%	2%

MATERIALES	MUJER	HOMBRE
-------------------	--------------	---------------

Dinero	40%	60%
Ropa	0%	0%
Casa	3%	2%
Auto	5%	3%
Bienes	15%	10%

EVENTOS SOCIALES	MUJER	HOMBRE
Fiestas	5%	5%
Reuniones	20%	35%
Eventos deportivos	0%	0%

CONDUCTAS:

CONDUCTAS	MUJER	HOMBRE
Obediente	5%	5%
Desobediente	5%	4%
Sumiso	15%	5%
Rebelde	15%	20%
Fiel	85%	60%
Infiel	15%	20%
Solidario	45%	40%
Egoísta	15%	25%
Presumido	15%	25%
Humilde	25%	5%
Agresivo	10%	25%
Pasivo	5%	5%
Arrogante	10%	10%

ROLES:

PROFESIONALES	MUJER	HOMBRE
Empresario	0%	35%
Ejecutivo	5%	9%
Abogado	0%	2%
Doctor	3%	2%
Secretaria	20%	0%
Ama de casa	91%	0%
Contador	0%	0%
Vendedor	3%	2%
Entrenador	0%	0%
Profesor	0%	0%
Psicólogo	3%	0%
Director	0%	15%
Periodista	2%	0%
Agricultor	0%	10%
Albañil	0%	0%

DISFUNCIONALES	MUJER	HOMBRE
Drogadicto	0%	0%

Alcohólico	45%	25%
Ladrón	0%	0%
Traficante	0%	0%
Golpeador	0%	0%
Violador	0%	0%
Asesino	0%	0%
Cómplice	10%	15%
Aliado	3%	8%

FAMILIARES	MUJER	HOMBRE
Padre	0%	0%
Madre	0%	0%
Hijo	0%	0%
Hija	0%	0%
Hermano	0%	0%
Hermana	0%	0%
Padrastra	0%	0%
Madrastra	0%	0%
Abuelo	0%	0%
Abuela	0%	0%
Tío	0%	0%
Tía	0%	0%

INSTITUCIONALES	MUJER	HOMBRE
Empleado	35%	70%
Dueño	0%	15%
Desempleado	0%	0%
Socio	0%	10%

SENTIMENTALES	MUJER	HOMBRE
Novio	3%	3%
Amigo	20%	15%
Esposo	55%	55%
Amante	9%	9%
Objeto sexual	0%	0%

AMBIENTES:

AMBIENTES	MUJER	HOMBRE
Casa	35%	25%
Departamento	35%	28%
Escuela	0%	0%
Empresa (Oficina)	40%	60%

Cafetería	5%	8%
Bar	10%	15%
Antro	5%	10%
Hotel	5%	5%
Cárcel	0%	3%
Estadio	0%	0%
Calle	5%	13%
Sembradíos	18%	40%
Hospital	8%	0%
Lugares Públicos	15%	22%

MÓVILES:

HEDONICO	MUJER	HOMBRE
Competir	20%	35%
Venganza	5%	15%
Coito forzado	0%	0%
Descansar	5%	2%
Divertirse	4%	7%
Violencia	1%	3%
Asistir a fiestas	4%	4%
Amenazar	12%	19%

PRAGMÁTICO	MUJER	HOMBRE
Chantajear	8%	5%
Mentir	15%	20%
Matar	0%	0%
Sobornar	2%	4%
Fingir	3%	7%
Causar lastima	2%	1%
Intrigar	8%	4%

ÉTICA	MUJER	HOMBRE
Denunciar a alguien	1%	4%
Confesar la verdad	9%	3%
Servicial	2%	1%
Redención	0%	0%
Heroísmo	0%	0%
Agradecimiento	2%	3%
Protección	3%	5%

Bienestar del ser querido	1%	3%
---------------------------	----	----

LOGRO	MUJER	HOMBRE
Total	45%	36%
Parcial	11%	23%
Fracaso	15%	21%

VALORES:

HUMANOS	MUJER	HOMBRE
Libertad	100%	93%
Represión	3%	2%
Alegría	18%	20%
Tristeza	30%	25%
Riqueza	46%	60%
Pobreza	10%	8%
Amor	80%	60%
Odio	15%	21%
Verdad	15%	3%
Mentira	15%	20%
Paz	65%	44%
Guerra	25%	36%
Piedad	5%	3%
Crueldad	8%	13%

MORALES	MUJER	HOMBRE
Bondad	45%	37%
Maldad	13%	24%
Matrimonio	30%	30%
Unión libre	3%	3%
Virginidad	0%	0%
Impureza	0%	0%
Fidelidad	88%	67%
Infidelidad	15%	20%
Sinceridad	43%	38%
Hipocresía	13%	21%
Justicia	10%	13%
Injusticia	5%	10%
Honradez	67%	54%
Deslealtad	20%	43%
Benevolencia	7%	3%
Severidad	14%	25%

RELIGIOSO	MUJER	HOMBRE
Fe	20%	5%
Incredulidad	35%	5%
Esperanza	10%	5%
Desconfianza	23%	30%
Caridad	7%	3%

Egoísmo	17%	25%
Humildad	21%	14%
Soberbia	11%	23%

BIOLÓGICOS	MUJER	HOMBRE
Salud	95%	93%
Enfermedad	5%	0%
Belleza	80%	70%
Fealdad	3%	7%
Placer	8%	10%
Desagrado	15%	20%

“GRUPOS DE DISCUSIÓN”

DETONANTES

- AHORA COMENTEN SOBRE LAS TELENÓVELAS MEXICANAS
- PLATIQUEN ACERCA DE LAS TELENÓVELAS QUE MÁS LES HAN GUSTADO Y LAS QUE NO LES HAN GUSTADO
- COMENTEN ACERCA DE LA TELENÓVELA DESTILANDO AMOR
- HABLEN SOBRE LO QUE LES GUSTA DE LA HISTORIA Y LO QUE NO
- COMENTEN SOBRE LOS PERSONAJES QUE MÁS LES GUSTA DE LA TELENÓVELA
- VAMOS A HABLAR SOBRE LA RELACIÓN QUE USTEDES VEN EN LA TELENÓVELA DESTILANDO AMOR CON LA VIDA REAL
- HABLEN ACERCA DE LA RELACIÓN AMOROSA QUE EXISTE ENTRE GAVIOTA Y RODRIGO
- HABLEMOS ACERCA DE LA FAMILIA MONTALVO
- ACERCA DE LOS VILLANOS, PIENSAN QUE LAS CONDUCTAS QUE MUESTRAN AARÓN Y MINERVA TIENE QUE VER CON LA REALIDAD
- EN LA HISTORIA SE MUESTRAN CONDUCTAS RELACIONADAS AL AMOR HABLEMOS SOBRE ESTE TEMA
- AHORA QUE OPINAN SOBRE LA INFIDELIDAD
- CONVERCEN ACERCA DE LO QUE PIENSAN SOBRE EL MATRIMONIO
- COMENTEN SI CREEN QUE LA TELENÓVELA APORTA ALGO A LA MUJER
- AHORA COMO PIENSAN QUE ES REPRESENTADA LA MUJER DENTRO DE LA TELENÓVELA

Nota: se agregaron unos temas ya que las participantes los agregaron dentro de la discusión.

PRIMER GRUPO DE DISCUSIÓN

El primer grupo de discusión, estuvo formado por siete mujeres con edades que oscilan entre los 25 y 35 años. Cada una de las integrantes cuenta con estudios superiores diferentes, aun que dos de ellas no la concluyeron. Por otra parte son solteras y sólo una de ellas es casada y con un hijo. A continuación se describen algunas características de cada integrante, donde se asigna un número para facilitar el desarrollo del discurso:

- 1) Ayesha Regalado: Estudio los tres primeros semestres en Comunicación en la UIC, tiene 25 años, casada y con un niño de 2 años, actualmente no trabaja.
- 2) Carla Brizuela: Lic. En Comunicación en la Escuela del Valle de México, tiene 25 años, soltera y actualmente trabaja en Televisa.

- 3) Elsa Murillo: Lic. En Administración de Empresas, UNAM, tiene 29 años, soltera, actualmente trabaja en la empresa Nestle.
- 4) Claudia Martínez: Lic. En Diseño Grafico, IPN, tiene 31 años, soltera, actualmente colabora en negocios familiares.
- 5) Paola González: Lic. En Administración, UVM, tiene 28 años, soltera, trabaja en Televisa.
- 6) Liliana Montes: Estudio los primeros semestres en Mercadotecnia, UNAM, tiene 34 años, es soltera y trabaja en una empresa que vende equipo medico.
- 7) Antonia Camacho: Estudios en Programadora Analista, tiene 35 años, soltera, trabaja en una productora independiente.

Nombre	Edad	Estudios	Estado Civil	Dedicación
Ayesha Regalado	25	Comunicación No concluido	Casada	Ama de Casa
Carla Brizuela	25	Lic. Comunicación	Soltera	Labora Empresa Privada
Paola González	28	Lic. Administración	Soltera	Labora Empresa Privada
Elsa Murillo	29	Lic. Administración	Soltera	Labora Empresa Privada
Claudia Martínez	31	Lic. Diseño Gráfico	Casada	Labora Empresa Privada
Liliana Montes	34	Mercadotecnia No concluido	Soltera	Labora Empresa Privada
Antonia Camacho	35	Programadora Analista	Soltera	Labora Empresa Privada

DISCURSO PRIMER GRUPO

- HABLEN ACERCA DE LA TELEVISIÓN QUE SE HACE EN NUESTRO PAÍS

6- La televisión que se hace en México está fatal, le hace falta mucha creatividad. Hay buenas ideas pero no las desarrollan bien.

3- Ese es el problema, son repeticiones y es lo mismo una y otra

1- Yo creo que hay buenas ideas, ya que estaban pensando que en hacer un comic

7- Al verlas en la pantalla esta mal,

2- Es parte de todo, dirección, actuación, todo en conjunto

3- Se han hecho cambios importantes en querer cambiar la programación en la televisión, estaba este programa metrópoli, porque no vendió,

7- Quizás por la falta de promoción, la mercadotecnia no era buena

3- Aquí tendríamos que ver el público que está consumiendo el público mexicano

7- El problema es que no hay una educación a nivel televisión que pueda permitirle a la gente que tenga otras opciones y que se acostumbre a ver otro tipo de televisión no la televisión que hasta ahorita se ha manejado, no como las telenovelas, que son taranovelas un programa educativo la mayoría no lo ve, por que les aburre, porque no les gusta, porque no ven nada atractivo

4- Y precisamente por eso siguen haciendo programas que muestran siempre lo mismo, porque es lo que la gente consume

3- Entonces el problema no son sólo los productores, sino también es el público que es lo que está consumiendo

7- Pues déjame decirte que la televisión ha bajado mucho de rating por lo mismo que mucha gente o los jóvenes ya tienen otras opciones, que prefieren ver la televisión abierta, Internet,

cablevisión, SKY, en la televisión abierta no tienes opciones no hay nada bueno que puedas ver, todo es muy repetitivo

1- No han visto hay un canal nuevo que es el 28, es bueno yo lo ponía las mañanas en mi casa, hay un canal cadena 3, es uno nuevo, ahí estaban anunciando un programa, tiene buen contenido, un programa que estaban anunciando que empezaba ayer por la noche, algo como otro rollo pero bien hecho, lamentablemente es un programa venezolano pero es muy buena la idea, es algo parecido a MTV, que son sarcásticos, pesadísimos hacen bromas muy fuertes pero finalmente a los chavos les gusta mucho porque pues ahí tenemos a Facundo que es pesadísimo o como tu quieras, pero a los chavos les encanta, yo me boto de la risa con las cosas tan estúpidas que hace, pero al final de cuentas si está muy bruto pero no tanto como si los pusieras a ver Juan Querendón

3- Pero ahí el público es diferente

7- Se supone que la televisión está dividida para diferentes públicos, el horario los canales, los programas van dirigidos a diferentes...

6- Para mí un canal muy bueno es el canal 11, es un canal que para los niños es buenísimo y también para los adultos, son programas culturales pero muy buenos

1- Si es muy bueno, yo pongo a mi hijo a ver programas educativos donde les enseñan colores, y pasan muy buenas caricaturas, de pronto ves a Sebastián con la tina volteada, porque está viendo que están haciendo eso y está copiando a Spiderman que se está aventando

7- Si te das cuenta en el canal 11 o 22 no hay mucha producción, pero no se necesita tener una producción fuerte atrás para poder hacer algo bien y que tenga contenido

1- Si y usualmente siempre quieren hacer así una cosa increíblemente grande para que impresione y no funciona

7- No es el problema la producción sino el contenido del programa y de qué manera lo vas a desarrollar para que realmente funcione y le guste a la gente yo creo que ese es el factor importante para cuestión Televisa para que tu puedas vender

- AHORA COMENTEN SOBRE LAS TELENÓVELAS MEXICANAS

1- Yo creo que te tratan como si fueras un estúpido, no hay más, estaba viendo la vez pasada la telenovela de *Abrázame muy fuerte*, es una telenovela viejísima la pasan en la mañana, estaba viendo un pedazo y dije yo soy la más estúpida porque la estoy viendo y así hay muchas

7- Yo siento que la televisión no ha ido evolucionando como la gente, tal vez el tipo de temas que se tocaban o que se siguen tocando en un principio si funcionaban porque la gente era más inocente, tenía más ilusiones, pero ahora yo creo que ya no, necesitas tocar otro tipo de temas para que a la gente le guste

1- Cuando *Mirada de mujer* habló de la infidelidad de una mujer a un hombre y toda la gente estaba emocionada

7- Cosas que realmente suceden que tú estás viviendo no con la agresividad que se está viviendo actualmente pero sí tocar ese tipo de temas, cosa que no tocan, ponen en la pantalla cosas que no son reales, el de la cenicienta conoce al príncipe azul y que no se que

6- Es que es el mismo refrito

3- Yo veo varias cosas, una para qué sirve la televisión o para qué sirve la telenovela porque si la televisión o la telenovela sirven para ver todo lo que estoy viviendo todos los días entonces para qué la estoy viendo, mejor leo el periódico

5- Pero puedes tocar esos temas de otra manera

3- Y los patrones y estereotipos que tenemos en la cabeza, la cenicienta la que es pobre y se vuelve rica y encuentra el amor, todos esos patrones de conducta son estereotipos que en todas las culturas existen entonces por eso mueven a la gente porque los traes adentro

7- Siento que ya no tanto, y se está viendo, tal vez en un principio sí, pero yo creo que en esta época ya no tanto, si tú conoces a las chavitas de quince, catorce años ya no sueñan con el príncipe azul, ya son mucho más abiertas lo que ya les llama la atención tal vez es la cuestión sexual y deberían de tocarlo de una forma,

3- Ese es un problema

7- En que puedas tener una amplitud en cuestión mental, pero que te eduquen, que te digan en qué momento tienes que vivir cada etapa y de qué manera tienes que vivirla

3- ¿Pero la televisión está para educar? Esa es una pregunta

7- Debe, porque por desgracia la gente sigue los patrones que tú ves en la televisión, sale una actriz y empieza a hablar de x manera y mucha gente la empieza a imitar, por eso debe servir para educar

6- ¿Y por qué no lo hacen?

7- Porque tiene que ver lo que les conviene en cuestión monetaria lo que les vende si la cuestión educativa no les funciona pues no lo van a hacer

6- Si yo veo una telenovela mi vida no se parece en absolutamente nada a ella

2- Pero muchos quisieran tener esa vida

6- La televisión está hecha para las personas que quieren esa vida

4- Influye mucho en la forma de ver de la gente y sobre todo en los chavitos

1- Es cierto, cuando estaba rebelde todas las chavitas querían ser como Coluchi y la de pelos rojos, cómo se vestían, cómo hablaban

6- Y se volvieron anoréxicas

1- Ahora esta Lola y mi hijo me pregunta por Lola, mamá Lola

2- Lo que pasa es que la telenovela está enfocada para ese tipo de público no es juvenil, sino como infantil

1- Se la encontró y le gustó

7- Lo que deben hacer, es enseñar a hablar a la gente, ponen a Lola cómo la chava que no tiene una educación, que no se sabe expresar y los niños la empiezan a imitar porque sale en la televisión, ese tipo de cosas educan a la gente, aunque tú digas que no influye, sí influye en los comportamientos de la gente, porque ves a los niños imitando el hablar de Lola

6- Pero los niños también están imitando a los padres

1- Es un error poner a los niños a ver la tele mientras tú haces tus cosas, pero es cierto, los niños imitan

7- Y lo que ellos ven es lo que hacen

- PLATIQUEN ACERCA DE LAS TELENOVELAS QUE MÁS LES HAN GUSTADO Y LAS QUE NO LES HAN GUSTADO

1- Yo amaba *La fea más bella*, lo peor del caso es que vi todas

5- Pero ¿por qué las veías?

A- Yo creo, porque me las eche todas, seguramente porque me divertía, soy muy cruel, me divertía porque pobre, toda horrible, y soñaba con el hombre maravilloso

7- Y que finalmente lo conquistó

1- Pero mientras tanto el hombre la hacía sufrir un rato y ella imaginaba cosas y eso me encantaba me divertía demasiado y lo mismo fue con la telenovela que estaba en la tarde, de repente la veía y después yo ya era fan, cuando creí que era cosa de un ratito, y después ya no podía dejar de verla, me enajenaba y cuidadito y alguien me hablara, no permitía nada, creo que me volví víctima de la mercadotecnia

6- A mi la que me gusta es la de *Mientras haya vida*, la historia es muy buena, porque sale de lo común de lo normal, es gente, siguiere que estén copiando un estereotipo o que copies algún patrón o algún tipo de personaje, es gente que convive tanto de bajo como alto nivel. Pero no estamos hablando del clásico de que el de alto nivel sólo se dedica a la pose, es gente que es profesional que trae una empresa atrás, que trae una vida interesante detrás, y la gente de bajo nivel está igual, es gente que está tratando de sobresalir o de salir adelante profesional y económicamente, de alguna manera sus vidas se entrelazan, pero comparten muchas ideas, es como decirte, culturalmente no creo que me deje mucho pero finalmente sigue siendo una historia como la de la cenicienta pero es buena, es muy diferente, es como cuando hablamos de *Mirada de mujer* que tocaban otros temas, que había hasta homosexualidad que normalmente no estamos acostumbrados a que toquen esos temas en televisión y aquí también son temas que están abordando, que hay un personaje que es homosexual, la hija de la protagonista, quien tiene tres hijas una vida difícil el marido se fue y es una mujer que ha luchado por sacar a sus hijos adelante, a darles una carrera a todas. Tiene una pequeñita que está enferma y le cuesta mucho trabajo sacarlas adelante porque dependen de una cocina económica y las medicinas de la niña son caras, ella ha proyectado toda su vida en sus hijas, en educarlas, en apoyarlas en sus ideales y la más grande con mucho trabajo logró estudiar, es arquitecta y se está titulando, y vaya se están esforzando por salir adelante y la que sigue tiene otros ideales igual y vio Rebelde y vio mil cosas y su mentalidad se concreta en trabajar de secretaria, no porque sea mal empleo, pero abandonó la escuela porque prefería traer zapatos nuevos o in como en Rebelde y deja la escuela y está

orillada o ella misma eligió ese camino y se mete a una casa de citas, donde hay mujeres muy guapas, entonces ella ahorita ya está en la prostitución y su mamá se ve obligada no es lo que ella desea pero la está apartando porque ella piensa que le va a echar a perder a las demás, pero es una mujer que les está proyectando a las hijas que hay que salir adelante de manera correcta, no decorosa, porque finalmente sigue siendo una profesión y la más vieja del mundo pero eso no quiere decir que sea la más correcta del mundo

1- Pues si pero no vas a poner en tu sala un anuncio de putotota

6- Sin embargo la historia del protagonista hombre, que es Saúl Lisazo es un hombre que viene de los multifamiliares, vivió, creció y salió de ahí, estudió igual Arquitectura, es dueño de la empresa más grande de construcción que se llama Imex de México según esto, el tiene dos hijos, uno es arquitecto. El más grande es el clásico hijo centrado porque fue el mayor y recibió toda la educación del papá y los cuidados, y el más chico es el más mimado que cayó en el juego de tengo el dinero y soy drogadicto y hago de mi vida un cacahuete, y con la vida de los demás hago lo mismo, ellos que están proyectando que a diferentes niveles económicos los padres buscan lo mismo, educar a sus hijos, que sus hijos lleven una vida normal y que sean lo mas felices posible finalmente, por eso se me hace buena la comedia o telenovela, es interesante, es diferente, está proyectando historias muy similares en diferentes etapas de la vida

1- Y supongamos que la arquitecta pobretona se va a casar con un súper arquitecto o un súper abogado, ve tú a saber con quién, cae en lo mismo

6- Y que la niña puede ser muy hermosa, muy inteligente y aparte esforzarse en muchas cosas, culturalmente yo veo que a la sociedad le están dando un mensaje a las chavitas, le están poniendo los dos caminos. la que se está desarrollando profesionalmente digamos como arquitecto y la que se está desarrollando como prostituta porque finalmente es una profesión

1- Sería bueno que pusieran esas ideas pero para chavitos

6- Si la hay en el canal once, y se llama *El Diván de Valentina*, hecho por mexicanos, ha ganado premios internacionales y este canal ha comprado programas de otros países, hay un noticiero hecho para chavitos que se llama *Treinta minutos*, porque yo me lo chuto todo el día los domingos. Sí hay programas para adolescentes, pero falta que la misma familia los enfoque a ellos, tenemos muchos niños y muchos adolescentes, tengo muchos sobrinos, mi sobrina mas chica de 10 años se avienta *Arturo, El Diván de Valentina*, y es una niña normal, no es de las que quiere un faldita tableada, con corbatita roja, no lo hace. Pero todo depende del núcleo en el que se desenvuelven, si ellos ven que mi mamá se chuta el canal dos desde que amanece hasta que anochece pues lógicamente también lo van a hacer, pero como te digo depende a quién esté enfocado cada programa

3- Claro que sí hay muchísimas opciones, todo depende de ti y de qué es lo que quieras ver

7- Y si hay buenas producciones mexicanas, por ejemplo, yo era fan hasta que cambiaron y metieron mano y cambió la producción de *49 segundos* de canal 22, era muy divertido te duraba 25 min. Porque no le meten muchos comerciales, iban chavitos que estudiaban la prepa en el Poli y que participaban, era cuestión de hacer números de matemáticas, ahorcados y preguntas, palabras con tales letras, juegos que jugamos tú y yo en la primaria, ahorcados. Pero el canal dos es el canal que más se ve pero porque mi mamá lo ve, las amas de casa lo ven, ahí sale Leticia Calderón dando los últimos tips de cocina cuando nunca han cocinado así, y en el canal once hay muy buenos programas de cocina *La ruta del sabor* te da la receta de platillos mexicanos realmente, quiero que me digan quién de las mamás hace canapés de comer y es lo que te pasan en el dos. Mi mamá no hace eso todos los días de comer y entonces pones este programa y aparte de que te va a mostrar partes de tu país que no conoces, les está dando un poco de cultura, porque les está enseñando una región del país que no conocen tu mamá o tú. Pero sí hay buenas producciones pero nos estamos enfocando al dos porque es el canal que más se ve. Con respecto a la telenovela desde el primer capítulo te das cuenta de que compraron la telenovela *Café con aroma de mujer*, cuando la vimos en ese momento fue un súper éxito de telenovela, porque era algo diferente. Ella era muy apasionada, muy romántica y muy bonita. La telenovela sigue siendo la clásica cenicienta, ella era una recolectora que se enamora del dueño de la hacienda y viceversa, él se enamora de ella y peripecias para poder estar juntos pero la telenovela era bonita, pero sinceramente la compra el dos y le da en la torre con su mercadotecnia

3- No es la mercadotecnia, es la modificación que se está haciendo a la historia, lo mismo pasó cuando el 13 la hizo

5- Pero es exactamente la misma copia, grandes modificaciones no tuvo

7- Nada más el tema, en Colombia era el café y aquí es el tequila

- 5- Los personajes son los mismos, los nombres son los mismos
- 2- Pero los actores no tienen la misma fuerza que tenían los otros
- 6- Yo vi un sólo capítulo y me di cuenta que era la misma historia, la reconoces y dices eso ya lo vi y te emocionas y dices eso ya lo vi, pero que malos actores
- 3- Si la pusieras ahorita ¿la volverías a ver?
- 6- Claro que la volvería a ver
- 3- Si la repiten yo creo que tendría más rating que la de Destilando Amor
- 6- Sí la vería, tan sólo la protagonista era una mujer muy apasionada con el papel, lo vivía
- 1- Eso mismo pasó con la telenovela *Yo soy Bety la Fea* y *La Fea más bella*, de hecho es el mismo escritor de *Café con aroma de mujer*
- 7- Si es el mismo Bety la Fea y *Café con aroma de mujer*
- 1- Resulta que cuando yo la vi me parecía maravillosa por los feitos, pues sí se la comprabas porque estaban feitos, pero los hacían estúpidos, el fulano con el pantalón chico y es como burlarse, está bien que uno tenga acné pero ya ponerle los puntos negros casi podridos?
- 6- ¿Tú qué crees que estén proyectando ahí? Están traumando a la juventud, todas las personas que pasamos por ahí tuvimos un barro y si te pone la televisión búrlate de él porque tiene un barro
- 1- Es que eso fue lo que pasó, me encantaba, porque cuando yo vi *Betty la fea* yo me sentía Betty la fea, yo de chiquita, era una bola con mucho acné, gordísima gordísima y estaba enamorada en la secundaria y el cuate me decía hazte para allá, si me casé fue porque lo agarré medio descuidado, igual y hasta me burlaba porque ella está igual, me refiero a Angélica Vale, en la versión original eran los feos tontitos
- 7- Los feos son los inteligentes siempre los estereotipan, la fea tiene que ser la inteligente y la bonita tiene que ser dulce y tierna, yo creo que no, en la vida real no sucede eso, hay de todo
- 3- Pero en esta novela *Destilando Amor*, las antagonistas generalmente son mujeres guapas y muy inteligentes, pero entonces si eres guapa e inteligente eres mala
- 2- La bonita es dulce y la guapa es como más cachonda la mala, la que sería la protagonista no manejaría tanto la pasión
- 4- Sí, parece que los malos sí pueden disfrutar de su sexualidad con los malos
- 1- Al final los malos se van a morir pero lo disfrutaron, pero también la buena se va a morir algún día y lo disfruto poco, al menos en la telenovela
- 7- Todos tenemos derecho de disfrutar, tienes defectos, virtudes, cualidades
- 1- En esta novela de *Destilando Amor* yo decía que Isadora se la pasa muy a gusto, es muy suertuda; se casó con Rodrigo el rico, guapísimo, tiene un hijo y quedó perfecta, que me digan a mí, me tomó casi un año regresar a mi talla. Después tiene a su otro galán que también está guapo y es igual de vivillo que ella, se la pasa muy bien, y la otra pobre de Gaviota nada más anda atrás del hombre sufre que sufre y lamentándose como la muñeca fea por los rincones y no le va bien, la corren de un trabajo, le quitan el coche, la sacan del departamento, tiene que estar cargando a su mamá para todos lados, le va muy mal a la protagonista y a la mala le va muy bien
- 6- Pero después los papeles se van a invertir
- 1- Pues si pero por lo pronto año y medio se la pasó bien y la otra llore y llore
- 7- Lo que pasa es que Gaviota sufre porque realmente lo ama y a ella lo único que le importa es Rodrigo y a Isadora no le importa, le da lo mismo estar con uno que con otro
- 2- Porque lo que le importa es el dinero
- 1- Ya ven, como si soy Gaviota

- AHORA CÓMO PIENSAN QUE ES REPRESENTADA LA MUJER DENTRO DE LA TELENOVELA

- 7- Depende el género
- 1- Hay para todos lados, así como la quieren hacer ver como un monumento a la castidad y a la pureza, como la ponen como una maldita
- 6- Yo creo que la subestiman en todos los sentidos porque la exageran, la que es sumisa es de plano pendeja y la que es vivilla es de plano villana o piruja. Yo creo que ninguna de nosotras es ni tan buena ni tan mala
- 2- Lo que pasa es que ahí lo pintan o negro o blanco cuando en realidad hay muchas tonalidades de gris
- 1- Pero está mal, porqué no pueden poner a una mujer normal
- 3- Porque no pegaría la telenovela

1- Pero ahí está el ejemplo de *Mirada de Mujer*, la mujer tenía sus sentimientos, ya ves que tenía su amante a parte de su esposo, eso estaba chido porque no la están tratando como una idiota, es una señora que ya se aburrió del marido que no la pela y encontró el amor con otro, yo creo que cualquiera de las que estamos aquí está expuesta a eso

3- ¿Y en qué terminó la telenovela? En que termina sin el güey, y terminan separados

4-¿Y por qué creen que pasa eso en un final?

7- Porque te quieren vender un final feliz, es la ilusión

6- Pero en *Mirada de Mujer* no vendieron un final feliz

7- Fue un final feliz porque ella se encontró como mujer

1- Pero quedó sola

7- Pues no sola porque finalmente estaba haciendo lo que ella quería

6- Pero normalmente las mujeres no se avientan

7- Y más cuando es señora grande y con una educación

6- ¿Por qué no se atreven?

7- Por la educación

4- Pero *Mirada de Mujer* es del Trece y las que siempre acaban en final feliz son las del Dos

6- Esa fue de las pocas que no terminan en un final feliz. El señor que escribió esa telenovela es bueno

1- Es buenísimo y lo que le sigue

5- Tiene ideas muy buenas

1- Son de esos genios que andan sueltos

6- Ni tan genio

1- Es que si tu lo oyes hablar, el no está clavado en la idea de que quiere dinero, no, el está clavado en la idea de hacer algo y persigue la idea. Hubo una película muy buena de él, "*La habitación azul*" que en realidad no era un tema, era una película sin un guión bueno, pero la idea era muy buena y la llevó acabo a sus medios y le resultó buena

7- ¿Y en Televisa no hay de esos señores?

1- Debe haber, ahí está de los nuevos programas del Cinco, las ideas son buenas, caigo al Pantera, la idea es muy buena, pero el protagonista no tiene nada que ver con ese sabrosito

7- Si pero le falta acción

1- Ves corriendo al Pantera y no corre como Batman, el Pantera corre un poco más lento y ya con eso se agita. Es como yo corriendo por las tortillas porque me van a cerrar y corres chancleando, yo lo veo porque esta re-bueno el Pantera, pero la idea no era eso

3- El Pantera me parece bueno y creo que la manufactura también está bien hecha

1- Está buena, pero el comic era de un bato peludo, un güey que te encuentras en la cárcel, vete cualquier día al reclusorio y al primero que te encuentres ese era el Pantera. Y nada que ver, te ponen a este güey que se cae de bueno, yo nada más lo veo correr y pienso, corres del demonio pero que bien te ves. El tipo no tiene nada que ver, la idea y los temas son muy buenos

6- ¿Cuál es el tema?

1- Son temas de él es un súper-héroe

3- Él quiere ser el redentor de la CD. De México, es buena la idea, él lucha contra los narcotraficantes

7- ¿Es un súper héroe?

1- Sí es un súper héroe pero la regaron porque igual es buen actor pero no va para allá. Igual ponen a una Miss Universo Venezolana con actuaciones orgásmicas pero no pasa nada, porque tú no saludas "Hola" toda emocionada, tú saludas normal

6- Está bien lo que dices pero ya nos salimos del tema, pero cómo están viendo a la mujer en la televisión

1- Todas están que se caen de buenas, y están en la calle, súper sensuales como si uno estuviera así todos los días

3- Si como si uno fuera a soportar el "que buena, mamacita"

1- Para como son en donde yo vivo, se infartan las vecinas, no podría salir así en un pueblo, la idea es buena y hay buenos productores lo que pasa es que hacen unas ideas muy grandes y hacen una producción increíble, pero a la hora de la verdad todo queda en gente bonita

6- Pero es lo que vende

1- Los señores ven el programa porque salen las argentinas que se caen de buenas y yo veo el programa porque el Pantera corre horrible pero se ve bien bueno. Te lo prometo, está mal pero eso queremos justamente

- VAMOS A HABLAR SOBRE LA RELACIÓN QUE USTEDES VEN EN LA TELENOVELA DESTILANDO AMOR CON LA VIDA REAL

1- Mucho, cuántas veces no hemos visto que un señor que acaba de tener un hijo se va con una amantilla que igual es el amor de su vida, yo creo que 5 de 7 días a la semana, los señores se van de su casa porque van a hacer una nueva vida, igual pueden ser responsables pero se salen de su casa y también pasa mucho en una sociedad media alta, tirándole a muy alta, que el esposo trabaja todo el día para cuidar la empresa y la esposa usualmente como está descuidada y sola, se conecta una onda por ahí y son infieles tanto la esposa como el esposo, hay un desajuste en la casa espantoso y llegan a la casa y "Hola mi amor, como te fue en el día? Perfecto, vente vamos a acostarnos" y sí pasa, de este caso yo me sé varios. Y también pasa mucho que los papás se van con una nueva mujer, eso si está muy apegado a la realidad, lo que no creo que sea real, es que un fulano quiera hacer su vida con una jimadora, no creo que sea muy posible que el patrón se enamore de la jimadora y quiera dejar toda su vida y la ande persiguiendo, o sea y aparte la jimadora se fue a acostar con alguno en no sé dónde diablos.

3- ¿Pero, es impotente no?

7- Lo que pasa es que es un hombre que no puede tener sexo, porque simplemente no había llegado la mujer que lo llenara y solamente por amor él puede tener relaciones

6- Con sentimientos

7- Decide ser fiel y no tener sexo con nadie más, sólo con la mujer a quien ama

1- Ay si igualito que mi marido.

7- Que otros valores? yo creo que en el caso de Gaviota que salga adelante, a pesar de todo lo que vivió ella decidió prepararse para ser una mejor persona, a pesar de todo lo que estaba suelto, es una mujer luchona que enfrenta la vida como viene, que lucha por sus ideales, por su amor, hay muchos valores

- HABLEN ACERCA DE LA RELACIÓN AMOROSA QUE EXISTE ENTRE GAVIOTA Y RODRIGO

2- Definitivamente en una telenovela, el amor es el tema principal, si no hay amor, no va a existir una telenovela, se supone que entre ellos dos es el amor desinteresado, ella no está interesada en el dinero sino en cómo es él, la persona

4- Sí, ella cuando lo conoce, lo conoce como una persona común y corriente sin saber que él es el dueño, finalmente se enamora y se apasiona con él y que ya después viene todo lo que trae detrás de él y detrás de ella y se vuelve todo un merequetengue para poder estar juntos, es diferente, pero finalmente es una historia romántica

7- Pero finalmente el factor o el motor que maneja la telenovela es el amor, el amor de Gaviota por Rodrigo.

1- Muchas cosas que son reflejadas en la telenovela con respecto al amor, sí pasa, por eso yo creo que las telenovelas funcionan, porque la mujer es muy romántica, el hombre no, pero a nosotras claro que nos han pasado situaciones similares, le caes en alguna movida a tu pareja o a tu marido, y si te enojas y existe una lucha, y dices no lo voy a perdonar y aunque digas que no, terminas perdonándolo, hay quienes luchan más, o no perdonan pero todas luchamos por tener ese amor

7- Siempre una mantiene una esperanza que la persona que está a tu lado te valore y lo valores, es el amor a todo, el amor a tus padres, a tu hermano, a una amiga

1- En mi vida tengo tres amores mi madre, mi esposo y mi hijo son los tres un conjunto, a mí me encanto la forma en que ella ama a su mamá de un modo increíble,

5- Es una mujer que ama demasiado

1- En verdad yo lo estaba viendo y dije somos mi madre y yo, yo a mi mamá la amo y es una pena ver que otras personas se avergüenzan de sus papás, yo creo que se ha perdido mucho el valor hacia los padres, yo conozco un caso donde una amiga se avergonzaba de sus padres. Ahora los chavos se dedican a la fiesta y creen que sus padres son anticuados, yo estoy fascinada con el amor que le tiene a su madre, no le importa si le hace pasar osos, y yo me sentí súper orgullosa por ver eso. Cuántas mujeres no se acuerdan de su madre y por otro lado cuántas veces tu mamá no te ha hecho pasar un oso. Yo estoy segura que pocas personas tienen la fortuna que yo tengo con mi mamá, desde pequeña tenemos buena relación, pero hace como 4 años es mejor, y son pocas las telenovelas que te lo muestran

5- Porque se muestra más el amor a la pareja

- 7- Sí, se muestra más amor hacia otras personas que a la madre, a la pareja, a la amiga, pero son pocas personas que tiene a su mamá como compañera, amiga y confidente
- 6- Pero hay mamás que atienden a tantos hijos que no pueden tener esa comunicación con todos
- 3- Ese valor siempre lo ponen en todas las telenovelas, generalmente con la mamá es como la buena o la abuelita
- 7- Si es mi amiga mi confidente con la que peleo todos los días, pero con la que soy feliz, a mi edad sigo pegada a mi madre y no creo dejarla.
- 2- Ustedes se identifican mucho con eso pero yo no me identifico mucho, porque no tengo mucha comunicación con mi mamá.
- 7- Yo creo que es cuestión de que tu quieras, mi mamá tiene otra mentalidad, su manera de pensar es de otra pues es de acuerdo en la que ella vivió, pero es cuestión de que tú busques la forma de acercarte a ella y que la escuches y que te conviertas en su amiga.
- 6- Definitivamente pero es como cuando convives con cualquier otra persona
- 1- Estoy segura que tú y tu mamá saben que les encanta, pero igual y no están muy involucradas, es como hacer una amistad
- 7- Lo que pasa es que hay mamás que tienen sus ideas y es difícil, pero pongamos por medio de la telenovela que te abran las puertas y digas yo puedo ser amiga de mi madre, pero si tu mamá no está dispuesta y no está en sincronía con esa idea, a mi me cuesta mucho trabajo establecer comunicación con ella pues me tuvo a los 37 años soy la más chica, viene de pueblo, pero poco a poco hemos logrado que mi mamá le entre al aro, encuentras una forma de que se acople a nosotros, no llegas y pones tus ideas, las mamás son difíciles pero no imposibles, es cuestión de ceder y comprender, parte del amor a tus padres y parte del amor que tienes a la gente, no es tanto cómo la ames sino qué tanto la aceptes, no trates de cambiarla, disfruta lo que te gusta y haz a un lado lo que no te gusta y tu mamá va a empezar a ceder, a mí no me gusta esto, pero vamos a hacerlo porque tú quieres, porque la finalidad es estar bien entre nosotras y demostrárselo, pero sí es difícil y la telenovela aporta mucho a eso, el amor hacia la madre, la situación de Gaviota a lo mejor no es la misma, pues cuántas madres conoces que sólo tengan una hija
- 1- Si hay madres que tenían hasta 13 hijos y ya que
- 6- Sí los amas pero no les proyectas el 100 a cada uno porque no te alcanza
- 1- Es bueno que muestren eso en la telenovela

- HABLEN ACERCA DE LA FAMILIA MONTALVO

- 5- Aquí la familia es muy importante, a pesar de que se pelean y hay grilla y envidias, es un peso importante
- 2- Yo creo que el centro de la familia aquí es la abuela, los hermanos, los buenos y los malos
- 6- Eso sí se ve muy reflejado en la familia mexicana en la vida real
- 7- Es que definitivamente la televisión debe ser para unir a la familia no para separarla, para convivir y para que la familia se reúna a ver la televisión que compartan ese momento
- 1- En la telenovela te enseñan algo muy importante que los viejos por ser viejos son estorbo la abuela está grande, pero es el pilar y le tienen mucho respeto
- 7- Pero los viejos son los que saben más, puedes pelearte con ellos pero siempre te darán un buen consejo
- 1- Es bueno que se tome en cuenta a la familia porque es una familia grande, bien formada, quizá entre ellos existan problemas
- 6- Pero es una familia unida
- 1- Pero a pesar de esos problemas la abuela es la que une a todos los elementos
- 3- Y los personajes que ahí te muestran siempre van a existir dentro de la familia
- 2- Aarón es el egoísta, ambicioso, el que quiere tener todo, la herencia, la empresa el hijo, quiere todo
- 6- Sí, que quiere quitar a la abuela para quedarse con todo, quiere el poder
- 4- Y está la contraparte, las nietas lindas que ayudan y están al pendiente
- 6- Y está Rodrigo, el tranquilo
- 2- Es la buena onda, pero el que tampoco se deja
- 4- Pero también esta Sofía, que a pesar que haga acciones malas, las hace por Francisco, no por ser ella
- 7- Y Daniela es la centrada y la más leal, y que trata de cuidar a la abuela
- 4- Si realmente plantean la estructura total de la familia

- 2- Sí, pero es extremista en la telenovela porque uno no es tan malo ni tan bueno
- 3- Además siempre está la bronca y el que envidia a la prima o al primo
- 7- Las diferencias, el que no me gusta como te comportaste hoy o como eres
- 2- Sí, siempre hay choques entre hermanos, siempre va a existir quien no esté de acuerdo
- 6- Y es clásico que cuando hay una reunión es tanta la familia, donde todos se critican y el comentario "te fijaste como se comporto fulanito"
- 7- Sí y como hermano siempre te vas a identificar más con uno que con otro y no por eso no vas a querer a los otros
- 1- Y la que siempre mete cizaña de una persona a otra
- 6- Cuando muera la abuela, qué creen que va a suceder
- 4- La familia se disuelve
- 7- Si se empieza a sentir rencor, odio y te puedes comportar egoísta
- 1- Sí, siempre existe la lucha por el poder

- HABLEN ACERCA DE CÓMO SE MANEJA LA BELLEZA DENTRO DE LA TELENOVELA

- 7- Yo creo que es un factor que dentro de la televisión influye mucho porque estereotipan demasiado a la gente, para poder aparecer en la pantalla tienes que ser alta, delgada y de ojo azul
- 6- Y en México no somos así las mujeres
- 7- Y aquí hay de todo, chaparritas, güeras, altas, gorditas, morenas y yo creo que es lo que se tiene que manejar, influye mucho el estereotipo que maneja la televisión
- 5- Por eso la gente empieza a imitar y a sentirse menos
- 2- Todo mundo quiere estar como los que aparecen en la televisión, te haces mil cosas, que te operas el busto, te tiñes el cabello
- 1- En la vida real jamás te vas a encontrar a una Ninel Conde en el supermercado
- 5- Pero es que no somos así, eso no lo ves en la vida real, no te encuentras a las súper mujeres caminando por la calle, ahora, la belleza es un medio por el cual dentro de la telenovela logras todo, logras seducir, triunfar, engañar y muestra entonces que para lograr los sueños, una mujer debe ser bella
- 2- Es algo exagerado en cómo se muestra en los contenidos, no es real, te acuestas súper maquillada y te vuelves a levantar espectacular
- 2- También acaban de tener a su hijo y otra vez de un día a otro vuelven a tener el supercuerpo
- 1- Eso está muy mal. Cuántas mamás ven en la telenovela, a Isadora y a la abuela, cual abuela de 70 años puede caminar así como la de telenovela. Pero eso de la belleza en la televisión es una pesadilla, siempre se mantienen intactas. Isadora siempre muy arreglada, a la Gaviota la corrieron del trabajo y andaba con sus zarapitos, trabajando en la jima con unos jeans y una blusa muy linda con sus botitas que es lo que tú te pones para ir de antro y ella trabajando en el campo. Los hombres traen siempre las sandias debajo de los brazos, ¿cuántos hombres han conocido así?
- 4- Ahora lo que muestran en la telenovela es un físico perfecto, es algo que los jóvenes ven como si lo fuera todo, ahora vas por la calle y ya ves mejores cuerpos tanto en hombre como en mujeres
- 3- Sí te encuentras a hombres así, pero si no son gay están de hueva, se creen tanto que dices yo con este taradote jamás
- 1- Yo quiero uno así como Rodrigo

- AHORA QUE OPINAN SOBRE LA INFIDELIDAD

- 7- Más bien hay que ver si existe la fidelidad
- 2- Es algo que siempre se va a dar
- 1- Esto va de la mano con el amor, de cuanto luchas por tu pareja, en la vida real no creo que haya alguien fiel
- 6- Yo si creo
- 3- Yo también lo creo, no es muy común pero sí creo que existan personas que pueden ser siempre fieles
- 6- Yo no estoy hablando que en una pareja sean los dos fieles, o sea por ambas partes pero de que hay hombres fieles, sí los hay

5- Yo creo que es por etapas, de pronto pasa el tiempo y dejan de serlo, el hombre busca la aventura

2- No creo que dure toda la vida

3- Yo creo que sí. Así como en las telenovelas hay extremos, yo en la vida real conozco gente que es súper extrema, y yo creo que sí llega a haber gente súper fiel, yo conozco a un hombre que dice que va a ser virgen hasta el matrimonio y que le va a ser fiel a su pareja y sí lo creo

1- Yo decía, le voy a ser súper fiel a mi marido y créeme que estoy súper enamorada del pantera, si me lo encuentro voy y le planto beso y entonces ya no soy fiel

7- Entonces la infidelidad no consiste solo en tener una relación con otra persona sino en que pienses en otra

4- Sí, nunca uno va a ser fiel, ni en pensamiento ni en actos

7- Pero regresando a la telenovela el que exista un hombre como Rodrigo que piensa que no hay otra mujer para él como Gaviota espero que existan hombres así

2- Eso si puede pasar, pero no creo que dure tanto el enamoramiento

5- En el amor hay etapas

7- El primero es el pasional, y quieres estar todo el día pegado a la pareja

1- Sí, son etapas donde el amor quizá dura 7 años y ya te está cayendo gordo y hay quien hasta en los tres meses

4- Y si duran más, es porque han tenido sus canitas al aire y pues para aparentar

1- Se echan sus canitas y llegan a la casa, como si nada

- MATRIMONIO

7- ¿Quién cree en el matrimonio?

2- Yo creo que ya en esta época es muy difícil creer en el matrimonio, porque antes era ok me caso ya no siento tanto amor por mi pareja pero lo hago, y seguías ahí por lo que iban a decir y ni modo que me divorcie, ahora ya no hay prejuicios ya es de lo más normal

5- Ahora existe la posibilidad que si en tres meses no funciona pues hay nos divorciamos

2- Desde ahí ya está mal porque entonces ya no crees en el matrimonio

1- Antes de casarme nosotros pensábamos en vivir juntos y me parecía bien y veíamos si nos casábamos o no

3- Yo no estoy de acuerdo con esa idea, yo jamás lo haría porque yo creo que cuando te estableces con una pareja no puedes pensar en haber qué pasa o vas con todo y lo vamos a hacer bien y vamos a luchar por nuestro amor o si no para qué

1- Yo por una parte estoy de acuerdo pero después cuántas personas no te quieren dar el divorcio, pero para la época en que estamos viviendo es muy cómodo

6- Yo pienso más bien que es sano, yo estoy a favor del matrimonio

1- Yo dure 2 años viviendo juntos y luego nos casamos pero creí en la idea de casarme porque me di cuenta que es el hombre de mi vida y hay etapas en el matrimonio donde de pronto te cansas de la pareja, pero terminas luchando por tener una estabilidad aunque igual puede tener una amante

2- Pero eso te pasa casado o no casado

1- Por eso, yo pensaba que era más fácil agarrar tus cositas, que ir a firmar el divorcio

3- Cuando te encuentras en una situación de esas lo importante no es si firmas o no firmas, es todo el sentido de pérdida que tienes, estés casada o en unión libre

7- Para mí la palabra matrimonio es muy fuerte y no sé si piense alguien en el matrimonio, yo siempre he dicho que sí me voy a casar pero también pienso en que es buena idea vivir primero un tiempo con él y después decidir si te casas o no

3- Yo no creo que esté mal, a mí no me gusta la conjunción de las dos cosas porque es donde no hay compromiso, pero si conozco a alguien que me dice yo no creo en el matrimonio por tal cosa pero quiero vivir en unión libre porque son mis ideas, tal vez lo podría aceptar, pero no el que me diga vamos a vivir juntos y luego vemos haber que pasa, yo veo ahí una falta de compromiso que de antemano te da el conocimiento a que no hay compromiso, además el papel siempre es el papel

1- En verdad que sí es importante, es la diferencia entre el novio y el esposo, él sabe que tiene que preocuparse por si como o no como, un novio no se preocupa por esas cosas y le dejan la responsabilidad a los papás, y con el papelito en verdad si tiene mucho peso, ya puedes checarlo su celular

4- Eso es faltar al respeto de la intimidad de tu marido

1- Yo era muy celosa y es horrible, es lo peor que le puede pasar a la mujer, pero todo es seguridad tuya

6- De que hay hombres canijos los hay

7- Y tú lo sabes de antemano que es un carbón y ya tú decides si quieres estar con él

6- Yo creo que estás más enferma tú si decides mantener una relación así

1- Pero aparte de todo te agobias de todo es horrible, yo soy celosa con mi marido por su tiempo, porque se va con los amigos y me pregunto cuando me va a dedicar tiempo a mí. Pero de estarle cayendo en alguna movida, ya sabrás tú si lo puedes perdonar y si puedes seguir con la relación o tomar una mejor alternativa para tu salud, pero lo peor que puedes experimentar son los celos

- ACERCA DE LOS VILLANOS, PIENSAN QUE LAS CONDUCTAS QUE MUESTRAN AARÓN Y MINERVA TIENE QUE VER CON LA REALIDAD

7- Yo pienso que muchas veces uno puede identificarse con lo villanos

4- Es cierto, por decir cuando estás molesta con una persona tienes reacciones parecidas a la que los villanos de la telenovela toman

1- Y aparte, todas tenemos algo en común con ellos, quizá no llegas a matar a alguien o dejarlo lisiado

6- Yo sí conozco a gente que ha mandado a hacerle daño a su pareja y a mí me impresiona porque hasta lo envió a la cárcel, cuando unos momentos antes le decía que lo amaba, primero lo mando a golpear y fue en casa de ella, cuando me enteré, pensé eso sólo pasa en las telenovelas

2- Sí, es de si yo no te tengo, nadie te tiene

1- Yo tengo unos amigos que homosexuales, su pareja lo mando a golpear y le dejaron la cara deshecha y estuvo 3 días inconsciente en el hospital

6- Con esta niña, iban juntos desde la universidad, terminan, se pelean, porque él ya estaba hartado de ella por sus celos, compraron juntos una computadora y luego ella se la pidió, él llega con la compu a su casa y cuando él la está conectando entran dos tipos y lo golpearon dentro de la casa de ella, él fue a levantar una acta y resulta que él ya tenía una demanda, imagínate cuánto tiempo le llevo a la niña planearlo todo. Mi amigo terminó en el bote, entonces mi pregunta es ¿Cómo le puedes decir a alguien que lo amas y al otro día estar planearlo como joderlo?

7- Eso no es porque lo ame, es un amor enfermizo

3- Sí lo ama, si no lo amará no se tomaría todo el tiempo para planear eso

5- Y definitivamente lo que pasa en la televisión a lo que pasa en la vida real hay mucho que ver

7- Por decir, es algo parecido entre el amor que se tienen Minerva y Aarón, es un amor enfermizo

4- Es odio y amor, un amor pasional, es de que no puedo estar contigo y como no puedo estar contigo yo me estoy haciendo daño, pero no puedo estar sin ti

6- Sí sucede en la vida normal, tenemos nuestra pareja, te hace algo no te lleva a una fiesta y prometió llevarte, y dices a sí, pues ahora te va la mía y no vas a tu partido de americano y se la haces. Todos estamos al borde de la locura, sólo que unos la pasan y otros no

1- Estaba viendo en la telenovela que Gaviota está intentando darle celos a su Yañez y estaba dándole picones con otro cuate

7- Es que es una forma de alimentar la relación

3- Eso lo hace la mayoría de las mujeres, mi hermana me decía que le inventaba cualquier cosa para darle celos a su novio

2- Lo que pasa es que así uno tiene que hacer para que le hagas saber a él que no vas a estar ahí todo el tiempo

6- Eso se llama inseguridad, y hay veces que exageramos tanto hombres como mujeres y fastidias a la gente, por ejemplo yo a mi pareja he tratado de meterle jueguitos

3- A mi hermana le pasó lo mismo, por andar en jueguitos ahora él es un celoso insoportable y le dije tú tuviste la culpa

6- E igual él no te da una razón para hacerlo, pero muchas lo hacen porque igual y no las celaban

7- Por eso ahí, uno tiene que saber de qué manera quiere cada persona el hecho de que no te celen no quiere decir que no te quieren

- QUE CREEN QUE APORTA LA TELENVELA A LA MUJER

1- Aporta mucha inseguridad e ideas malas como este caso, cuántas mujeres son más engañadas y picotear al hombre, o como la Gaviota insistir demasiado para lo que te conviene, para mejorar de donde estás

4- Para salir adelante

1- La relación con la mamá que es algo en lo particular que a mí me gustó

5- La prevención para el cáncer

7- Aporta superación

3- Pero sabes que es lo malo, que aunque sea la mujer la que se supera cuando se casan valió gorro, está súper mal porque es jimadora, sube de puesto, es exitosa se casa y se vuelve ama de casa

7- Pero viven felices

3- Eso es lo que te dicen, te muestran

2- Pero finalmente sigue siendo el cuento de la cenicienta que encuentra a su príncipe

3- Lo cual no es cierto

7- Eso si, yo creo que la meta de toda mujer no debe ser el matrimonio

2- Antes lo era, ahora ya no

5- Ahora debe ser superarse aunque seas ama de casa y eso es algo que ahora se muestra dentro de las telenovelas, antes, en su mayoría eran amas de casa y sin profesión

1- Si y ser una súper ejecutiva

7- Ahora debería aportarte superación, valores, deseos de ser mejor

1- Pero lo peor es que el ama de casa no es vista como una profesionista como tal, en México te preguntan y dices no pues me dedico sólo a la casa, no hay sueldo, no hay horario y son unas friegas y hoy peleo por regresar a trabajar, entonces para que estudiaste, para que te preparaste, para que de chiquita sueñas con ser algo y terminas haciendo quehacer en tu casa y atender chamaquitos

3- Y no creo que eso sea malo

7- N claro que no, porque la única satisfacción o recompensa que pueden tener ellas es sentarse un rato frente al televisor a ver la telenovela que les gusta o que les llena o que les da una distracción

1- Es un pleito, yo de chiquita dije quiero ser jala cables y trate de prepararme para eso, y no es malo ser ama de casa pero cuando no es tu plan, llegas a ver el súper éxito de las mujeres y dices uy... ya se casa y va a ser ama de casa

7- Por decir ella que era jimadora, luchó por ser mejor y encontrar al hombre de su vida lo encuentra y promete casarse con él y estar toda la vida con él

6- Pero en la actualidad ya no es posible decir me voy a casar, y me voy para la casa por cuestiones económicas

3- Y estamos muy mal porque el rol de ama de casa ya no te lo quitas ahora tienes que trabajar y tienes que llegar a casa a seguir trabajando con el quehacer y los hijos, ahora tienes que hacer de todo

1- Ahora la mujer tiene que ser muy completa, muy capaz y muy resistente, por eso tenemos la labor de ser madres

3- Pero yo creo que también es concluyes del hombre, hay papás solteros que pueden hacer perfectamente el rol de la mamá, pero saben que ahí esta la mujer

FIN

SEGUNDO GRUPO DE DISCUSIÓN

El segundo grupo de discusión, estuvo formado por cinco mujeres con edades que oscilan entre los 36 y 50 años. Cada una de las integrantes se dedican a diferentes labores, cuenta con estudios de carreras técnicas excepto una que sólo estudio hasta nivel bachillerato. Por otra parte todas son casadas y sólo dos de ellas no tienen hijo. A continuación se describen algunas características de cada integrante, donde se asigna un número continuo al anterior grupo para facilitar el desarrollo del discurso:

8) Conny Ávila: Estudio Secretaria, tiene 36 años, casada y con un hijo de 12 años, actualmente no trabaja.

- 9) Silvia Contreras: Estudio en la Normal para Maestros, 38 años, casada, sin hijos y trabaja de Maestra de Primaria.
 10) Susana Vázquez: Estudios de Secretaria, tiene 47 años, casada, sin hijos, trabaja en Televisa.
 11) Lilia Huerta: Estudios Medio, 50 años, casada, tiene dos hijos, ama de casa.
 12) Paola Rivera: Estudios de Secretaria, casada, tiene cuatro hijos, ama de casa.

Nombre	Edad	Estudios	Estado Civil	Dedicación
Conny Ávila	36	Secretaria	Casada	Ama de Casa
Silvia Contreras	38	Maestra	Casada	Labora Escuela Pública
Susana Vázquez	47	Secretaria	Casada	Labora Empresa Privada
Lilia Huerta	50	Medio	Casada	Ama de Casa
Paola Rivera	50	Secretaria	Casada	Ama de Casa

DISCURSO SEGUNDO GRUPO

- HABLEN ACERCA DE LA TELEVISIÓN QUE SE HACE EN NUESTRO PAÍS

8- Últimamente el contenido de los programas sacan muchas cosas que ya no interesan, con malas palabras y alto contenido sexual, yo lo digo porque tengo un chiquito, y prefiero el canal once por los contenidos culturales pero en el caso del 2 o 5 con las miniserias cada vez sacan más cosas de violencia y tocan cosas que los niños toman propio y también nosotras como mamás

9- Inclusive yo pienso que al permitirles ver esos programas a los niños debemos estar cuestionando qué tanto es ficción y qué tanto es realidad

8- Incluso las caricaturas son cada vez más violentas y los niños ya no ven las pistolas como antes que jugabas con el cochecito, ahora es con el Game Boy o con la información que sale en los comerciales como los programas

10- Sí, porque ya casi todas las caricaturas son violentas

9- Y la doble moral que se está manejando, por decir el *Ranman medio* donde si te mojas te conviertes en mujer y cuando se seca eres hombre

10- Como *Bob Esponja* que es gay

8- A mi hijo le encanta y un amiguito le pregunto que si le gustaba entonces el era gay y entonces dice que ya no puede decir que le gusta porque le dicen que es gay

9- Eso ha trascendido fuera del contexto familiar. En la escuela uno de mis alumnos me preguntó qué es un gay y en ese momento yo dije de qué manera se lo explico para que el niño lo pueda entender

8- Yo trato que no vea programas para adulto, porque todo lo toman, las palabras las repiten y no saben que significa, una vez les dejé una grabadora porque me interesa saber qué es lo que hablan y sacaron cosas de Facundo y comentaron cosas como que le agarraron la pompa a una mujer

9- A mí lo que me preocupa de los programas para adultos es lo que está trabajando para los niños las groserías, la doble moral, el doble sentido, las obscenidades, realmente que se están perdiendo los valores, como eso vende pues yo te lo voy a dar

8- Ese de la *Escuelita* se maneja muchísimo el doble sentido

11- Pero también son los papás que no deberían permitir ver esos programas

8- Pero también las caricaturas manejan lo mismo

9- *El chavo* todo el tiempo es ofensa agresión y golpes y los niños lo reproducen, deberían ver programas como *A la Cachiporra*, que viene siendo de cultura y educación en un juego

10- A mí me gusta el *Rival más Débil*

- 8- Todos los programas están llenos de doble sentido
 10- Desde los programas de la mañana se manejan temas sin ningún tipo de información más que de burla
 9- Hay algo que denigra demasiado a la mujer es el juego de *Montate al Macho*, cuando se resbalan con la ropa interior pero se degrada mucho a la mujer
 10- Y es en un horario familiar
 8- Pero a mí lo que no me gusta es la manera de burlarse de las personas, mi hijo dice que no quiere ir ahí porque se la van a pasar burlándose de él. Se burlan del público
 9- Los canales culturales son el once, canal 22
 8- Con respecto a Televisa, el decir algún programa que te deje algo, no, ya no hay.

- PLATIQUEN ACERCA DE LAS TELENÓVELAS QUE MÁS LES HAN GUSTADO Y LAS QUE NO LES HAN GUSTADO

- 8- Con respecto a las telenovelas pues sí, hay cosas buenas
 9- Considero que las telenovelas son un arma de dos filos, le voy a dar al pueblo lo que pide, lo que ellos quieren observar, los tengo aplacados con eso mientras sucede una serie de cosas, sin embargo es un medio masivo que no importa el nivel social, puede gustar desde al más pobre como al más rico
 10- Además las telenovelas de ahora gustan más que las de antes, porque si puedes comparar ahora las que están repitiendo en canal 9 y las que se hacen ahora. Antes eran lugares muy cerrados, cuartos y ahora le dan mucho más exterior para que la gente conozca en producción. Sí han mejorado, pero en contenidos no porque vuelven a hacer las mismas de hace años
 11- Yo las veo porque me entretienen mucho, y veo las de las dos televisoras, de pronto me gustan más las de Azteca. Es que sus contenidos son más creíbles, hay mejores actuaciones
 10- Pero también muchas son repeticiones
 11- Si hay repeticiones, ahorita está *Cuando seas mía*
 10- Las de Azteca me dejaron de gustar, tenían muy buenas historias, iban muy bien y de repente empezaron a meter política, asesinatos políticos, todo de política *Mirada de Mujer* y la deshicieron con todo eso
 8- Es que la de *Mirada de Mujer* estaba excelente, pero le empezaron a meter capítulos, la alargaron y metieron otra historia
 10- Sí empezaron muy bien, empezó con algo político hubiera sido buena, pero había un personaje que se parecía a Carlos Salinas y le dieron en la torre a la telenovela
 11- Y eso está pasando en *Mientras haya Vida*
 10- Anteriormente la telenovela era de romance y de repente
 11- Entra la violencia
 8- Sí violencia en la casa, violencia en la calle
 10- El hijo perdido que se encuentra a la cenicienta, que resulta que era la sirvienta y resulta que es rica
 11- Ahora son golpizas, balazos sangre todo eso se ve
 8- A mí me gusta más lo de color rosa porque realmente sí estamos viviendo en la violencia, yo creo que la telenovela sirve para entretener, y sacar todo eso que tenemos, porque muchos tenemos mucho romanticismo, todas quisiéramos ser la cenicienta y ser la princesa y el que también sufras viendo una telenovela porque ya lo mataron ya lo secuestraron
 10- Antes las mujeres se la vivían llorando con las telenovelas
 9- A mí lo que me gusta de Televisa es cómo emplea dinero para hacer sus producciones extraordinariamente, a mí me encanta todo lo que implica historia, las de Carla Estrada, Ernesto Alonso
 8- El vestuario
 10- A demás en las telenovelas de antes se mostraban valores sobre todo lo que era el respeto a la madre, a los padres, al maestro y ahora todos son rebeldes, y ni al padre ni a la madre se les respeta, "güey" por todos lados
 8- Y todos se meten con todos
 9- Y todo es bien visto, porque nada es criticable, no se permite la crítica porque dentro de la telenovela se valen esas acciones
 8- Como en *Muchachitas*, es cierto que deben ser las muchachitas bonitas hermosas
 10- Pero es diferente de que salgan bonitas, a que salgan encueradas

8- Sí, yo tengo varias sobrinas y ves que es lo que les está enseñando y vendiendo, que ya puedes tener sexo, y te acuestas con el novio de tu amiga y es son valores que ahora se muestran y se aprenden

10- Sí y tú las ves que están en la calle casi encueradas y todo pero tú como persona sales así a la calle y vas a ver como te va, yo considero que no separan lo que es la ficción a lo que es la vida real

8- Sí y las ideas que le están dando a todas las chicas *Rebelde* empezó un poco bien pero de repente empezaron a meter cosas muy disparadas

9- En cuanto al horario nocturno, yo observo que la telenovela *Destilando Amor* ha jalado mucha audiencia, muchas amigas la ven y por supuesto yo también, por la protagonista, la trama, te van atrapando día a día y dices "chin no me la pierdo" a pesar de que hay cosas muy ilógicas pero te atrapa

8- Sí y le dan mucho valor a la familia, por decir a la abuelita es el pilar de ellos, como es en la familia realmente nosotros somos diez hermanos, te llegas a molestar con ellos y siempre hay quien mueve todo para la reconciliación y vienes por que vienes y se trata de que la familia esté unida y en la telenovela tratan esa unión familiar

- VAMOS A HABLAR SOBRE LA RELACIÓN QUE USTEDES VEN EN LA TELENOVELA DESTILANDO AMOR CON LA VIDA REAL

10- Se representan muchas cosas pero más la lucha del poder, porque muchas veces no importa que sea de tu familia, tú quieres tenerlo todo como pasa con Aarón y Rodrigo, donde la herencia se va a ir para quien tenga primero al bisnieto y para tener el poder no le ha importado dejar a la familia en quiebra con el fin de tener la herencia

11- Y hasta matan a sus propios familiares por quedarse con el poder

10- Y deja a la esposa y se va con otra que cree que le puede dar el hijo, pero cree que ese hijo le va a dar todo el poder de la empresa Montalvo

12- Entonces ahí la televisión te enseña que la mujer es sólo un objeto del cual puedes hacer uso a las conveniencias del hombre

9- También puedes ver y relacionarlo en cuestiones laborales, como un compañero de trabajo puede pisotearte para lograr algo, eso me llega a impactar que el poder, como a costa de quitarte tu trabajo pasa encima de ti

- COMENTEN ACERCA DE LA TELENOVELA DESTILANDO AMOR

11- Es lo mismo que *Café con aroma de mujer*

8- Siento que hay mucho manejo de emociones, tiene romanticismo, hay locaciones muy bonitas

10- A mí lo que no me gusta es la relación madre e hija de Ana Martí con Angélica me dan flojera, son muy sosas. Se nota que no hay química ni para el personaje. Y en la original era una relación tremenda, la veías por la madre y la hija y aquí no te dan esa emoción

9- A mí me gusta mucho la telenovela y la relación entre ellos dos, el amor de Rodrigo por la Gaviota puede ser tan grandote tan así y pueda estar tan enamorado

8- Como que tiene muy buena química, la manera en que se ven. Y Eduardo Yañez yo creo que está dando de sus mejores actuaciones

- HABLEN ACERCA DE LA RELACIÓN AMOROSA QUE EXISTE ENTRE GAVIOTA Y RODRIGO

11- Es una amor que todas quisiéramos tener

10- Amor a primera vista

8- Con respecto al amor y la vida real eso ya no se ve, el que de plano espere tanto a una persona

9- Que luches tanto por ella

8- Ya eso se está perdiendo. Si sufres y todo pero ya te consuelas con otro

10- Un clavo saca a otro clavo

8- Sí ya no es "hay sí te espero amor los años y los años" porque del amor vamos a vivir

10- Ya no hay esa devoción hacia esa persona y antes así era, había hombres o mujeres que perdían un amor y ni se casaban, se quedaban ahí
11- Con el recuerdo

- COMENTEN SOBRE LOS PERSONAJES QUE MÁS LES GUSTA DE LA TELENOVELA Y LOS QUE NO.

8- El personaje que no me gusta es el negrito, se me hace que no actúa nada bien, se me hace muy plano, no se le ve la emoción para decir las cosas, todos sus comentarios son muy planos, no transmite nada, es plano

10- Y también esa relación de pareja no te compara, el negro de *Café con Aroma de Mujer* te enamoraba, atrapaba a la abuela

8- Tampoco Camejo

10- A mí sí me gusta por lo cínico

9- Yo siento que Martha Julia esta sobre actuada

8- A mí si me gusta

9- Los villanos siempre son buenos, me gusta verlos

10- Siempre es lo mismo, el villano, la villana, los buenos, pero la moral

9- Y que ahora se está acostando con Rodrigo y como ya había comentado el manejo de la doble moral y que a final de cuenta sí lo reflejas en la vida cotidiana gran parte de eso se da

10- La venganza que viene de Minerva

11- Minerva está excelente como actriz y Sendel también

9- Lo odias en verdad lo ves tan malo que llegas a aborrecerlo

8- Le crees todo, además de que es un villano pero manejado por su esposa

10- Y él está enamorado de Minerva y está creyendo que está toda linda con él y ahí va su venganza

12- Venganza de un malo contra otro malo y lo va a destruir

- MUJER

10- La mujer adopta las cosas como el esfuerzo, las ganas de salir adelante que viene de abajo y le echa las ganas para superarse

9- Yo veo que como se representa la mujer muchas veces no es creíble, porque poniendo el ejemplo de Gaviota, es alguien que viene desde abajo y que haya llegado hasta arriba con papeles falsos pero que tanto va a ser real que en la vida real suceda eso

8- Es que los papeles falsos hace mucho que se utilizan, cuanta gente ha comprado títulos y carga con papeles falsos, hay personas en grandes puestos y ni siquiera están preparados

9- Pero que tanto va a ha ser real que puedas llegar a esa situación porque muchas personas lo van a tomar como modelo

8- Pero hay muchas personas que están tomando puestos importantes que no son doctores ni licenciados con actas falsas

10- Es el caso de Gaviota ya casi es empresaria, con papeles falsos y realmente no tiene la preparación

11- A la mujer se le maneja con diferentes valores, por decir Isadora se denigra mucho porque es muy rogona y se ha metido con varios hombres

10- Y se embaraza del otro y así como la Gaviota se da su valor, ésta se denigra mucho

12- Y eso esta muy mal

9- Porque cueste lo que le cueste tiene que lograr las cosas o se acueste con quien se acueste

10- Porque uno como persona si lo quieres mucho y sabes que hiciste algo mal pues si andas rogándole algunos días pero tampoco vas a estar rogándole toda la vida ni te vas a denigrar tanto, y como mujer no lo vas a hacer, igual y en la vida real si hay quien lo haga y hay mujeres que se embarazan por seguir con el cuate

9- O por seguir con un matrimonio

- AHORA QUE OPINAN SOBRE LA INFIDELIDAD

8- Eso es lo más difícil. Es muy seguido

11- La esposa del villano que es el primo de Rodrigo, está haciendo un muy buen papel de villano, es el que quiere todo el poder de la empresa y no le importa a quién se lleve entre los pies

9- Y él apoyado por la mamá, porque el papá no lo apoya
10- De hecho cuando la abuela se entera de todo lo que han hecho les pide que no utilicen su apellido
11- No y las mujeres estas malísimas también que le hacen la vida de cuadritos a la Gaviota
10- Lo peor es que están unidas para hacerle daño a la Gaviota pero no se han dado cuenta que entre ellas se están haciendo mucho daño una está con el marido de la otra y la otra ayudándole a la otra y así ni en cuenta
8- Y retomando a la infidelidad, en el hombre está permitido y aplaudido y actualmente el hombre que es infiel se le perdona y a la mujer no, a ella sí se le tacha y lo tiene que perdonar y lo ves todo el tiempo

- BELLEZA

8- La belleza manejada en la telenovela es de lo menos real que puede existir, se van levantando y es bellísima pero despierta maquillada, cuando una se levanta con los ojos hinchados, despeinada
9- Yo pienso que ahí deberían poner más atención está fuera de todo contexto, de toda realidad, como realmente se presentaba Yadira Carrillo sin maquillaje
10- Quien tiene belleza interior se supone es Elvis pero el actor no te transmite
8- Yo creo que ese chico no te transmite nada
9- Y Daniela es la que procura que el hermano sea feliz sin hacerle daño a nadie
10- Pero tampoco lo transmite, sólo transmite lo buena onda deberían de ser una pareja muy bonita una pareja limpia a la que no le importa nada material, sino la unión de la familia, el amor, todo color de rosa y aquí no se ha manejado así y haciendo comparación con la primera, al negro lo adorabas y te mostraba una persona maravillosa, y te daba todo
11- Hay personajes que te transmiten mucha ternura, y sufren al igual que la persona amada

- HABLEMOS ACERCA DE LA FAMILIA MONTALVO

11- Yo creo que como se presenta la familia en la telenovela, tiene mucho que ver con la familia en México, aunque estamos hablando de una telenovela
8- Y todas las familias son diferentes, dependiendo de qué lugar, si son de provincia o capitalinos
9- Y en este caso la que tuvo que unirlos es la abuela, y en la familia mexicana mientras existan padre y madre, la familia funciona muy bien aunque va a implicar mucho los valores que se hayan fomentado y establecido desde que somos chicos, entonces llega a faltar alguna figura paterna, materna nos vamos a ver y apoyar
10- Sí porque hay familias que se ven sólo cuando hay fiesta o funeral y no se hablan, ni se ven
9- Y los hermanos se ven cada mes y en el caso de nosotros nos vemos cada semana porque vamos a ver a nuestros papás
8- Sí y por decir, en el caso de las familias de provincia son más unidas y en las familias capitalinas hay menos convivencia, o se ponen a hablar mal que de la hermana, de la prima.

- RENCOR

11- El rencor es un cáncer
9- El guardar rencor te hace mucho daño, yo considero que por más que uno lucha y dices voy a perdonar, voy a cambiar te sacan otra cosa
10- Uno puede decir ok ya te perdono y todo, pero es muy difícil olvidar y de repente empieza la persona y te dan ganas de darle una zarandeada
8- Pero yo creo que si algo te afecta debes de alejarte, y no tratar de olvidar porque es muy difícil pero nada vas a sacar de ello, si yo conozco a una persona y esa persona no me va a hacer ni un bien, mejor me alejo y hago de cuenta que no la conozco, porque mientras estás ahí te afecta, claro que en la familia no se puede hacer así, pero tratar de perdonar
10- Por decir, en la telenovela ellos están enamorados, pero ella le tiene rencor a él porque él se casó, él no creyó en ella, la amaba, pero no le tuvo la confianza, no investigo la verdad él se dejó llevar por mentiras y cuando llega a enterarse de todo lo demás él también lo cree
8- Sabes ahí dan un buen mensaje, que la mentira te puede destruir y que realmente si una amiga o un hermano, con una sola mentira pueden destruir a una persona, porque igual y no es lo que tú piensas y por decir a los comentarios de los demás no hay que hacerles caso si no

también verlos y checar si es mentira o no, los chismes afectan demasiado y por una acción sana, uno puede pensar veinte mil cosas

- QUÉ CAMBIOS SE HAN DADO EN LA TELENOVELA

8- Los contenidos han cambiado

9- Hay un cambio en esa doble moral que tanto he comentado, antes no te mostraban a la pareja en la cama, te la dejaban entre ver, y ahora que tal ya no dejan nada a la imaginación

10- Las escenas se ven vulgares, ahora muestran a los actores encuerados, por todas partes se andan encuerando

9- Eso no se veía antes

8- Los besos antes no eran igual

11- Y los besos, ahora van directos a la cama

8- Y hay muchas adolescentes viéndolas

10- Por ejemplo antes en esas escenas la mujer salía con una batita elegante, por eso me gustaban las telenovelas, tu podías ver a Jaqueline Andere, la ropa, zapatos, todo era muy elegante y te quedabas sólo hasta la cama y no veías nada más, y eso era más bonito porque te quedabas con esa emoción

8- Además no era como hoy que sólo se tapan el pezón y muestran todo

9- Y se ponen las bubis casi de paperas

10- Como Paty Navidad

11- De las telenovelas de antes a las de ahora han cambiado muchísimo

9- Antes había telenovelas que te servían para educar, donde se contaba con un criterio, que muchas veces, no más bien siempre estaba involucrada la política.

10- Hubo una serie de telenovelas que eran educativas, gente que era de pueblo y te enseñaban a dónde dirigirte para estudiar cómo hacerle, formar grupos para enseñar a la gente como leer y escribir, hablaban mucho de los valores del respeto de responsabilidad y todo eso

11- Hace falta que hagan telenovelas blancas, de amor

9- Que hagan de nuevo novelas infantiles

11- Ahora es pura cama, puro sexo, pura violencia

12- Y eso es lo que la televisión muestra a la juventud, dónde está la búsqueda por ser mejor persona, por estudiar y lograr un éxito, dónde quedaron todos esos valores que muestran la responsabilidad de las cosas, la responsabilidad siempre se la dejan a la virgen de Guadalupe, por favor que encuentre trabajo, por favor ayúdame a salir de esta tristeza, de esta pobreza, uno debe ser responsable de su vida y de sus actos, no dejárselo a los santos

10- Eso sí pero la telenovela siempre recurre a lo mismo, y ahora ya la televisión va para la gente joven no para nosotras, por decir ya para los niños la televisión forma parte de ellos y si no la tienen se les acaba el mundo, y ahora está el celular, las computadoras, todo a cambiado muchísimo, están dentro de la tecnología

9- En el canal 22 pasan programas muy noche de concursos, yo me pregunto porqué no los pasan por la tarde para que los niños y jóvenes los vean, son juegos de conocimiento, de trivias

10- Antes había programas donde toda la familia se sentaba a verlos, como *Chabelo* o el de *Sube Pelayo Sube*, la familia se sentaba a verlo y querían ir a competir o *Corre GC Corre*

8- El de Marco Antonio Regil *Atínale al Precio*

10- Todo eso era divertido y enfocado a la cultura y pues aprendías cosas nuevas

8- Lo bueno ahorita de las telenovelas es que te informan, por decir, lo del cáncer, y otras enfermedades yo considero que eso esta muy bien

10- Pero ya no unen a la familia como antes

9- Lo que sí está uniendo a la familia son los programas que están sacando los domingos

8- Sí, los de *Bailando por un Sueño*, lo de *Timbiriche la nueva banda* están muy bien

9- Considero que nos está uniendo, porque te pones a ver y te pones a recordar

11- Ya no hay programas de esos, en ninguna televisora y ya está enfocado más a la gente joven, a amas de casa, y nosotras somos las que vemos más la televisión que los chavos

10- Por eso yo creo que la televisión está tan baja de audiencia y cambiando tanto la programación porque ya no se están viendo los programas. Hablando sobre la moral y todo eso yo la vez pasada vi en qué se quedó "Juan Querendón" que escena tan fea Mayrin y Santamarina en la cama y casi se les veía todo y según estaban dormiditos

9- Pero volvemos a lo mismo que vende, vende sexo, violencia, cuerpos encuerados, la morbosidad de la gente

10- Por decir, *Piel de Otoño* fue una telenovela muy buena que te vende cómo la esposa se dejaba sobajar y maltratar por el marido, hasta la mujer que se renueva y lucha por ser libre y triunfa y por otra parte también termina siendo respetada y admirada por sus hijos cuando antes de ese cambio ella era un cero a la izquierda

11- Me gustan los programas activos, los que te hacen pensar, esos me fascinan

8- Programas familiares

11- Que pongan novelas románticas, con historias bonitas

8- Sí, que sean rosas, lindas, que te den entretenimiento sano, no importa que sea la cenicienta pero que sea romántica

12- Sí, telenovelas de entretenimiento que te hagan soñar que tú eres la protagonista que encuentra a su príncipe azul, donde sueñas con esa felicidad tan deseada

10- Que sea de mucho amor, cuántas veces ves la cenicienta y te encanta, entonces que sigan así

9- Que sea blanca, que no te hablen en doble sentido, que no haya sexo, que no haya desnudo, es demasiado sexo

12- Porque el mensaje final es que si no estás igual de buena, no vales, opératelas para que por medio del cuerpo encuentres la felicidad

10- Deberían hacer telenovelas de época

- MATRIMONIO

10- Acerca del matrimonio yo creo que se ha devaluado muchísimo, lo ves en la vida real y en la telenovela

12- Ya todos optan por la unión libre

8- Yo lo que pienso es que actualmente el papel que hace la mujer, ahora somos quienes invitamos al hombre a salir, las que pagamos las cuentas, y entonces ellos ya no se quieren comprometer, no ven la necesidad de comprometerse

10- Peor también se vale, muchas veces tú sueñas con que te lleve a algún lado y él no tiene la misma idea y tú puedes hacer la invitación

8- Lo que pasa es que antes la mujer exigía más y el hombre decía, pues si no me caso no va a haber sexo y ahora ya no te necesitas casar, porque tú como novia vas sales y haces de las tuyas y tienes sexo y por eso ya no se comprometen, porque se necesitaban eso anteriormente para casarse ahora no, porque pueden tener dos o tres novias que sí suelten prenda y ya no se casan y ya no tienen el compromiso de mantenerte

9- Yo difiero en eso, para los jóvenes el matrimonio implica compromiso, responsabilidad y obligación a lo cual ellos para nada están dispuestos y tú dices, tiene relaciones con una y con otra y lo mismo pasa ahora con la mujer. Algunas se libran de salir embarazadas y la libran, pero otras embarazadas se separan y viene otro y se vuelven a embarazar entonces para los jóvenes el matrimonio paso a un segundo término

8- Pero yo creo que es por lo mismo, el compromiso ya no es necesario, puedes ir y venir con quien tú quieras sin ningún problema. Antes uno esperaba a que la buscaran y le rogaran ahora hay muchas chicas que están casadas e incluso se meten a su casa con el amante y no hay problema porque te casas y tienes la libertad sin ningún problema. También tiene que ver la preparación porque antes soportabas más, ahora trata de separarse más con carrera y también ya trabaja más que antes

11- Y ahora se casan y a los tres o cuatro meses se separan

9- Se han perdido los valores de responsabilidad, de compromiso porque el casarse genera un gran compromiso, el vamos a caminar juntos para que esto funcione, es cambiar actitudes, el que vas a dar más para que esto funcione

8- Ya nadie se quiere comprometer, y ahora ya no se aguanta tanto, prefieren la libertad

12- Antes en las telenovelas veíamos a mujeres sumisas, todas amas de casa, las que soportaban infidelidades y malos tratos, y las perversas eran las que trabajaban y te quitaban al marido, se enamoraban de ella y la volvían su amante

11- Si precisamente, ahora ya la mujer no aguanta golpes y maltratos todo eso y está bien.

FIN

BIBLIOGRAFÍA

Auge, Marc (2001). *Imaginarios: horizontes plurales*. México: Bup /CONACULTA/ INHA.

Bonfil Batalla, Guillermo (1993) (coord.). *Nuevas identidades culturales en México*. México: CNCA.

Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México: CNCA, Grijalbo.

Boudon, Raymond (1978). *Los métodos en sociología*. Argentina: El Ateneo.

Beuchot, Mauricio (1997). *Perfiles esenciales de la hermenéutica*. México: UNAM.

Bustos V. y Thomain J. (1983). *Análisis racional emotivo de un fragmento de dos telenovelas*. Tesis profesional. México: Escuela de Psicología, ENEP-Zaragoza.

Covarrubias Karla, Uribe Bertha y Bautista Angélica (1994). *Cuéntame en que se quedo. Telenovela como fenómeno social*. México: Trillas.

Coelho, T. (2000). *Diccionario crítico de política cultural: cultura e imaginario*. México: ITESO/CONACULTA/ Gob. de Jalisco.

De Certeau, Michel (1996). *Artes de hacer*. México : Universidad Iberoamericana.

De Certeau, Michel (1999). *La cultura en plural*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

De Certeau, Michel (2000). *La invención de lo cotidiano*. México: Universidad Iberoamericana.

Duran, Gilbert (1971). *La imaginación simbólica*. Buenos Aires: Amarrortu.

Duch, Lluís (2004). *Estaciones del laberinto*. Barcelona: Herder.

Fronzizi, Risieri (1958). *¿Qué son los valores?* México: FCE.

García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.

García Canclini, N. (1998). *El consumo cultural en México*. México: CONACULTA.

Geertz, Clifford (1997). *La interpretación de las culturas*. Gedisa, Barcelona.

Giménez, Gilberto (1997). *Materiales para una teoría de las identidades sociales*. Frontera Norte, Vol., 9, núm. 18 julio-diciembre, México.

González, Jorge A. (1994). *Más culturas. Ensayo sobre realidades plurales*. México: CNCA.

Krippendorff, Klaus (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.

Lara S., Daniel, (1999). *La mediación electrónica televisiva como transmisora y configuradora de valores humanos y culturales. Un estudio hermenéutico de caso: Los años maravillosos (The Wonder Years)*. Tesis Licenciatura Periodismo y Comunicación Colectiva. México: UNAM, ENEP-ACATLAN.

Luengo, Enrique (1991). *Problemas metodológicos de la sociología contemporánea*. México: Universidad Iberoamericana.

Lull, James (1997). *Medios, comunicación, cultura: Aproximación global*. Buenos Aires: Amarrortu.

Margen, Geysler. "Para que el sujeto tenga la palabra: presentación y transformación de la técnica de grupo de discusión desde la perspectiva de Jesús Ibáñez" en: Tarrés María Luisa (coord.) (2004) *Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. México: Miguel Ángel Porrúa, El colegio de México, FLACSO.

Martín-Barbero, J. (1987). *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. México: G. Gili.

Martín-Barbero, J. y Muñoz, S. (1992). *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo.

Mazziotti, Nora (1996). *La industria de la telenovela: la producción de ficción en América Latina*. Buenos Aires: Paidós.

Mc Entee Hielan (1998). *Comunicación Intercultural*. México: Mc Graw-Hill.

Mejía, Prieto Jorge (1986). *Historia de la Radio y TV*. México, Editorial México Vivo.

Miró V, Juan José (1997). *La televisión y el poder político en México*. México: Diana.

Perez-Taylor, Rafael (2006). *Antropologías. Avances en la complejidad humana*. Buenos Aires; Ediciones SB.

Ramos C., Miriam (2002). *La cultura televisiva en la sociedad mexicana*. Tesis Licenciatura. México: Universidad Iberoamericana.

Reyna A. Lilian (2004). *El juego de la Vida en un país de mujeres*. Tesis Licenciatura en Comunicación, México: UNAM, FES-ACATLAN.

Tarrés, María Luisa (2004). *Observar y escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. México: Miguel Ángel Porrúa, El colegio de México, FLACSO.

Thompson, John B. (1993). *Ideología y cultura moderna: Teoría y crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.

Thompson, John B. (1998). *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Toussain, F. (1985). *Televisa: el quinto poder*. México: Claves Latinoamericanas.

Valenzuela, José Manuel y Vania Salles (1998). *Vida familiar y cultura contemporánea*. México: CONACULTA.

Verón, Eliseo y Lucrecia Escudero (1997). *Telenovela ficción popular y mutaciones culturales*. Barcelona: Gedisa.

Villamil, Jenaro (2005). *La televisión que nos gobierna*. México: Grijalbo.

HEMEROGRAFÍA:

Escudero, Lucrecia. *La lectura de un texto televisivo. El contrato mediático de las telenovelas*. Revista Diálogos número 44, marzo. 1996.

Hobsbawn, Eric (1994). *Identidad*. Revista internacional de filosofía política, mayo, No., 3 UAMI, Madrid.

Cueva, Álvaro (2005). *Telenovelas de México*. Ediciones Álvaro Cueva (Revista).

INTERNET:

Bisbal, M. (2001). *“La idea del consumo cultural: teoría, perspectivas y propuestas”*. [Página electrónica] Disponible en: HYPERLINK (http://www.gumilla.org.ve/Comunicacion/COM108/COM108_Bisbal.htm); Internet; accesado el 27 de diciembre de 2006.

Organización de Estados Americanos (2002). *“Cultura, globalización y región”*. [Página electrónica] Disponible en: (<http://www.oei.org.co/cult005.htma>); Internet, accesado el 15 enero 2007.

Molina Xinia y Carvajal Ligia, 1999; “Trayectoria de la telenovela latinoamericana: el caso de la telenovela brasileña”, en Revista Latina de Comunicación Social, número 21, de septiembre de 1999, La Laguna (Tenerife). [Página electrónica] disponible en: HYPERLINK (<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999dse/42xinia.htm>) internet; accesado el 15 enero 2007.

Colina, Carlos Eduardo. *“La telenovela, éxito industrial latinoamericano: Del consumo a la producción”*. HYPERLINK (<http://www.fundesco.es/publica/telos47.htm>); internet; accesado el 15 enero 2007.

Telenovelas TV Azteca [Página electrónica] disponible en HYPERLINK (http://www.tvazteca.com/telenovela/t_anteriores/index1.shtml); internet; accesado 27 mayo 2007 internet; accesado 27 mayo 2007.

Mejía, Fernando, 1997, *Apuntes para una televisión mexicana*. [Página electrónica] disponible en HYPERLINK (http://www.video.com.mx/articulos/historia_de_la_television.htm); Internet; accesado el 13 diciembre 2006.

Orozco Gómez, Guillermo, 2006, "*La telenovela en México: ¿De una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?*" [Página electrónica] disponible en HYPERLINK (<http://redalyc.uaemex.mx>); Internet; accesado el 15 de febrero 2007.

Colina, Carlos Eduardo "*La telenovela, éxito industrial latinoamericano: Del consumo a la producción*" [Página electrónica] disponible en HYPERLINK (<http://www.fundesco.es/publica/telos47.htm>); Internet; accesado el 27 de enero de 2007.

Sánchez Ruíz, E. (1992). "Algunos retos para la investigación mexicana de comunicación. Una reflexión personal, en Dialogo con Raúl Fuentes" en *La investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*. México: Ediciones de Comunicación Universidad de Guadalajara. [Página electrónica] disponible (http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/30_1997/51-77.pdf.) Internet accesado 22 Marzo 2007.

Cue Sierra, Mayra (2003) "*Hoy como ayer: la telenovela mexicana*" Centro de Estudios de la Televisión Cubana. El presente es un fragmento de su tesis de maestría en Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Comunicación de la

Universidad de La Habana, Enigmas de la Telenovela: Estrategias de Marketing y de Comunicación Comercial de la Telenovela mexicana. [Página electrónica] disponible en HYPERLINK (<http://razonypalabra.com.mx/telenovela>); Internet; accesado el 15 de febrero de 2007.

Televisión Azteca, s.a. de c.v. y Subsidiarias, 2004, [Página electrónica] (<http://www.irtvazteca.com/spanish/financiero/resultados.shtml>); accesado el 20 Marzo 2007.

OTROS:

Entrevista Luis Miguel Barona, Productor Asociado de Ernesto Alonso, Televisa, México D.F. 19 Mayo 2007. Realizada por Cecilia Murillo Acosta.