

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

**LA TELENVELA: LA ROSA DE GUADALUPE, SU RECEPCIÓN EN LOS
ADOLESCENTES DE PRIMERO DE SECUNDARIA. (EL CASO DEL CAPÍTULO:
¿QUÉ PASÓ EN LA SECUNDARIA GREEN?)**

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN PEDAGOGÍA

PRESENTA:

LAURA VILLEGAS MALAGÓN

ASESORA:

DRA. MARIA CONCEPCION BARRON TIRADO

México, D.F. 7 de enero de 2015



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

ÍNDICE

Introducción.....	5
CAPÍTULO I: La televisión.....	19
La televisión en México.....	22
Televisa.....	27
La telenovela.....	31
Telenovela, sus inicios.....	32
El impacto de las telenovelas mexicanas.....	33
Factores que repercuten en el impacto de las telenovelas mexicanas.....	35
La ideología que se utiliza en las telenovelas.....	37
Los estereotipos utilizados en las telenovelas mexicanas.....	39
Las telenovelas como instrumentos ideológicos.....	40
La importancia del público adolescente en el consumo de telenovelas.....	45
La telenovela juvenil.....	46

La telenovela como medio de entretenimiento y no como sustituto educativo formal.....	47
Los milagros como sustitutos de la realidad en la telenovela.....	49
CAPÍTULO II: Fantasía, realidad y comunicación.....	50
Fantasía.....	50
Qué entendemos por realidad.....	53
La percepción.....	53
La comunicación.....	55
El proceso de comunicación.....	56
CAPÍTULO III: La educación y los valores.....	57
La educación.....	57
La educación informal.....	58
El concepto de valor.....	59
Los valores.....	61
La importancia de los valores.....	64

CAPÍTULO IV Adolescencia	67
Los adolescentes desde el discurso de la pedagogía.....	67
Conceptos de adolescencia.....	70
Adolescencia temprana.....	72
Adolescencia Media.....	73
Los jóvenes en la escuela secundaria.....	78
Características de los jóvenes escolarizados.....	79
Los jóvenes en la sociedad.....	81
CAPÍTULO V: La virgen de Guadalupe	85
Antecedentes históricos.....	85
El rito Guadalupano.....	87
La importancia de la virgen de Guadalupe en el imaginario mexicano.....	89
La virgen de Guadalupe y los medios de comunicación, el caso televisa...92	
Los medios <i>mass media</i> y la virgen de Guadalupe.....	94
Los mass media y su forma de influir.....	94
La virgen de Guadalupe y la representación social.....	96

CAPÍTULO VI: Los estudios de recepción.....	99
Antecedentes.....	99
La recepción televisiva.....	102
Tipos de recepción.....	106
Tipos de programas y su programación.....	112
La programación de entretenimiento.....	113
Telenovelas.....	114
Recepción y adolescentes.....	115
La recepción televisiva: la mediación y el adolescente.....	118
Comunicación, televisión y educación.....	121
CAPÍTULO VII: Estrategias y metodología.....	126
Breve reseña de la telenovela La rosa de Guadalupe.....	126
Metodología.....	131
Diagrama sobre el proceso de investigación.....	135
El proceso de investigación.....	136
Selección de población y de la muestra.....	136

Representación de los resultados.....	138
Análisis de datos.....	139
Datos de representatividad de la muestra.....	139
CONCLUSIONES.....	160
BIBLOGRAFÍA.....	168
ANEXOS.....	176

INTRODUCCIÓN

Hablar de la televisión, sobre todo de la telenovela en México, es ubicar uno de los géneros televisivos que desde sus inicios captó la atención del público (en sus inicios el público femenino) que podemos ubicar como pertenecientes a la clase media y baja. Por lo regular para estos grupos la televisión es su único medio de entretenimiento. Tal amplitud de este medio ha permitido cambiar o reforzar valores éticos, sociales, religiosos, etc. Creando con esto estímulos sorprendidos al interés personal y colectivo. En algunos casos se le atribuye a la televisión tal impacto en las personas que el solo hecho de ver su programación puede llegar a modificar el estado de ánimo de los individuos, de las comunidades y en casos extremos puede trastocar los valores de toda una época.

Debido a su fuerza de penetración cultural, la televisión ha planteado un debate en el que participan: sociólogos, psicólogos, educadores y comunicadores sociales.

A la televisión se le acusa por provocar en las grandes masas una especie de irreflexión o enajenamiento, viendo a las grandes masas que consumen la televisión como un conglomerado que carece de sentido común o su estado mental fuese el de un retrasado mental, ya que se cree que el televidente es incapaz de discernir y seleccionar lo que trasmite la televisión, amén de que es la televisión la que retoma los elementos del sentido común: valores éticos, culturales y religiosos, utilizándolos para reforzar o cambiar conductas y estereotipos de los televidentes.

Así, al hablar de la televisión en México, no podemos negar que casi desde su aparición tuvo una gran aceptación entre el público, su constante fascinación para con los individuos que la ven y consumen hizo que se convirtiera en algo indispensable, sobre todo, creemos oportuno señalar que para mediados del siglo XX se convirtió en un instrumento necesario para la vida familiar de muchos individuos, en el caso particular de las familias mexicanas.

Con ello, queremos señalar que en nuestra sociedad la influencia que ejerce este medio es inmensa, no por nada la manera en que se consume la programación de dicho medio ha hecho susceptibles a una gran cantidad de estereotipos que son lanzados a los individuos que la ven y la idealizan. La televisión, podemos afirmar, influye en la conducta, actitudes, valores, normas, etc. sin dejar de mencionar que ha creado modelos de conducta dentro y fuera de ella.

Y es así que la televisión, en especial la televisión mexicana, ha creado uno de los productos más mediáticos que se han insertado en las conciencias mexicanas, las telenovelas. Este tipo de productos ha tenido una aceptación trascendental en la sociedad mexicana, siendo uno de los principales expositores de la descontextualización de nuestra sociedad, además de dar la pauta para la recreación de los supuestos modelos deseables de conducta, éxito, etc.

Actualmente los sectores que más consume este tipo de productos son los adolescentes y los jóvenes, la televisión se ha convertido para estos sectores en una de las fuentes de información para resolver sus inquietudes características de

su edad. Con ello se aprecia que dedican gran parte de su tiempo en consumir los productos, en especial la telenovela juvenil o de corte adolescente. Y que se ha convertido en una necesidad básica para ellos, y que por lo tanto repercute en su comportamiento.

La presente investigación pretende conocer el nivel de influencia que tienen las telenovelas, de corte juvenil, en la vida de los jóvenes, en especial la telenovela *La Rosa de Guadalupe*.

Por ello el propósito del presente trabajo tiene como título *La telenovela: La rosa de Guadalupe, su recepción en los jóvenes de secundaria*. Cuya propuesta es: el análisis de ésta telenovela, en especial en uno de sus contenidos, en este caso el capítulo *¿qué pasó en la secundaria Green?* y la influencia que tiene en los jóvenes que la ven, conjuntamente con la transformación de la percepción de su realidad, tratando con ello, los procesos de formación de los adolescentes al consumir esta telenovela.

Por último diremos que según la concepción que el dueño de Televisa tenía de la diversión que procuraba para su público quedó transparentemente definida de esta manera: *“México es un país de una clase modesta muy jodida... que no va a salir de jodida. Para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil”* (Alejandro Salazar Hernández, “Conversación con Emilio Azcárraga”. *El Nacional*, 11 de febrero de 1993.

La principal pregunta que orienta este tipo de investigación es:

¿Por qué los adolescentes que cursan la secundaria, en este caso los de 1er grado, tienen interés en los mensajes contenidos en la telenovela *La rosa de Guadalupe* y su nulo o casi nulo interés en los mensajes que reciben en la escuela?

Esta propuesta surgió del análisis que vemos día a día de los medios de comunicación, en especial de las telenovelas y en particular de la telenovela *La rosa de Guadalupe*, telenovela que explota la fe de las familias y en casos concretos la serie de dudas con respecto a la religión, y que al parecer los adolescentes creen que dicha telenovela tiene las respuestas para resolver sus problemáticas características de esa edad.

Al hacer este tipo análisis pretendemos dos cosas, la primera es: observar el grado de influencia que tiene la telenovela *La rosa de Guadalupe* en el adolescente y qué tanto la escuela pasa a segundo término como institución proveedora de recursos para educar para la vida. Es decir, el trabajo en la escuela implica esfuerzo, análisis, crítica, etc. En cambio lo que aprenden en su casa por medio de esta telenovela se logra mediante una actitud pasiva y carente de todo análisis crítico. Es la explotación de la fe por la fe.

La segunda diferencia es que lo que se presenta en La telenovela *La rosa de Guadalupe* es la distorsión de la realidad, y que esta supuesta realidad, es conceptualizada como realidad única, como dogma moderno. Con esto tenemos que si con los dogmas religiosos en épocas pasadas se manifestó todo derecho a

frenar el uso de la crítica y el análisis; ahora con esta telenovela se pretende llegar a consecuencias similares.

Justificación de la investigación

En esta investigación se pretende analizar el efecto que produce la telenovela la Rosa de Guadalupe en los adolescentes de 1º de secundaria. El análisis se inicia indagando: ¿Qué tan marcado es la explotación de la fe y el dogma en esta telenovela? ¿Qué tanto aleja la telenovela *La rosa de Guadalupe* al adolescente de la realidad y su vertiente para impedir el uso de la crítica y el análisis de la realidad? Y ¿Qué tanto la telenovela *La rosa de Guadalupe* modifica las conductas y costumbres en los adolescentes de secundaria?

Al hacer este tipo de análisis hemos tomado en cuenta la psicología del desarrollo del adolescente, donde se pudo reconocer los intereses que los mueven durante esta edad: la necesidad de modelos, información, y de manera permanente la solución a sus problemas afectivos, tanto individuales como sociales. Y que al parecer estas respuestas no las está dando la escuela y por ello encuentran mejores respuestas en la producción de este tipo de telenovelas con corte religioso.

La relevancia de esta investigación se encuentra en que tratamos de dar un panorama general respecto a cómo la televisión mediante este tipo de telenovelas con corte religioso, pretende en gran medida sustituir la educación formal de los adolescentes, este elemento es básico ya que permite realizar comparaciones de

aciertos y errores comunes en la educación formal. Ello permite abrir nuevas interrogantes para profundizar más en el terreno pedagógico y comunicativo, puesto que la problemática es que la “educación” que pretende este tipo de telenovelas se tiene como única base para las creencias mítico-religiosas que los jóvenes mexicanos han heredado desde hace siglos y que las instituciones educativas tienen la urgencia de nuevos métodos y contenidos en sus programas de acuerdo a las necesidades propias de los nuevos ciudadanos del siglo XXI en México, para hacer de ellos ciudadanos críticos.

Problema de investigación

Como problema de investigación se hizo necesario analizar el contenido en sí de la telenovela *La rosa de Guadalupe* y su influencia en los procesos de formación de los adolescentes de 1º de secundaria, de igual forma se estudió la parte teórica de la comunicación y las teorías del aprendizaje referidas al respecto para poder elaborar una conclusión.

Supuesto hipotético

Si los mensajes que los adolescentes de 1º de secundaria reciben en casa por medio de la telenovela *La rosa de Guadalupe* logran mayores efectos ideológicos, psicológicos e intereses que los mensajes que reciben en la escuela. Es decir, la televisión y en su caso particular la telenovela utiliza el proceso de comunicación

como son: técnicas de mayor espectacularidad cuya característica es deformar el aprendizaje escolar, puesto que el adolescente recibe mayor número de información, gracias a los elementos técnicos y humanos de apoyo con los que cuenta la industria de la televisión y en su caso la industria de la telenovela, mientras que en la escuela se utilizan poco las teorías del aprendizaje.

Por ello se hace necesario construir una hipótesis de partida donde la imagen que tienen los adolescentes de sí mismos y la que ofrece la televisión, en este caso, la telenovela *La rosa de Guadalupe* y observar de qué manera coincide con la idea que estos adolescentes tienen sobre la vida. Además, conceptuamos que la imagen de la adolescencia en el medio televisivo se constituye como referente para la construcción de la propia identidad, lo que establece que pueda influir “positiva o negativamente” en cada individuo. La construcción de la identidad incluye la referencia de género que cada adolescente asume como propia y con la que se integrará en el grupo o cuerpo social.

Así nos planteamos asumir unos objetivos concretos que nos ayuden a afirmar o rebatir nuestra hipótesis de partida en el estudio de la construcción de la identidad adolescente y la influencia que ejerce la televisión, sobre todo las telenovelas de corte juvenil para construir su identidad y éstas son:

- 1.- Identificar los valores que conforman las imágenes de los adolescentes en los productos televisivos emitidos en el horario estelar. En este caso la telenovela *La rosa de Guadalupe*.
- 2.- Comparar los paralelismos y distancias entre los discursos mediáticos y los discursos sociales de los adolescentes.

3.- Estudiar los usos que los adolescentes hacen de los productos televisivos analizados y las gratificaciones que les ofrecen en el proceso de construcción de su identidad.

4.- Analizar cómo el género y la edad determinan los consumos y las interpretaciones que se hacen de los estereotipos.

Categorías de análisis

La telenovela de corte religioso es el género que fue considerado para esta investigación, conjuntamente con los mensajes que se desprenden de este tipo de género televisivo. El contenido de dicha telenovela fue analizado desde el punto de vista de la teoría de la recepción.

Marco teórico

Es innegable que desde que la televisión apareció el mundo tal y como era conocido desapareció, la televisión propuso nuevas formas de pensar y de percibir la realidad, abrió el camino hacia nuevas formas de manipular las mentalidades de las personas, trayendo consigo *la anulación de la capacidad de razonamiento de las nuevas generaciones*.¹ Y si bien, la noble tarea de liberarlas de la ignorancia y de conducir las por los caminos del conocimiento ha correspondido a la escuela; es claro que se está presentando una serie de limitaciones dentro de las instituciones educativas, comenzando por las de carácter tecnológico y didáctico, arrastrando el

¹ McLuhan, Marshall, citado por Ferrés, Joan, *Televisión y educación*, Ediciones Paidós Ibérica. España. 1994. p. 13.

mismo discurso del uso del “pizarrón y el gis”. Y creemos que al no ser complementados estos recursos con las nuevas posibilidades que ofrecen los medios audiovisuales, de inmediato los alumnos, como buenos hijos de la cultura actual de la imagen, se sienten en las clases de gis y pizarrón que regresan a una clase del pasado.

En esta nueva era de la tecnología y del desarrollo de los medios de información, el ser humano no ha podido, aún, descifrar totalmente el uso adecuado que se le debe dar a la tecnología, no ha sabido utilizarla para lograr plenamente la “felicidad”. Trayendo consigo sólo el desarrollo de las cosas banales, es el culto a lo superficial y a lo desechable, todo ello, fundamentado en una cultura de la modernidad occidental, misma que en todo momento predica la felicidad, pero que esta felicidad se basa en: *el tener, y no en el ser.*²

Podemos pensar que tras la llegada de la tecnología actual a nuestras vidas ha provocado un desequilibrio en las funciones personales de los sujetos; ya que mientras en la escuela se pretende resolver las tareas del presente con herramientas y conceptos del pasado; *la televisión ha roto tiempos y fronteras poniendo al espectador en forma instantánea, en el momento mismo de los nuevos descubrimientos.*³ Y agregaríamos que de cierta manera pretende volverlo el protagonista principal de los hechos. Sin olvidar que esta manera de producir televisión está provocando en las nuevas generaciones un constante sentimiento de desesperación y frustración.

² From, Erich, *¿Tener o ser?*, Fondo de Cultura Económica, México, 1987. p. 24.

³ McLuhan, Marshall, Fiore Quentin, *El medio es el mensaje*, Bantam Books, EEUU. 1967. pp. 9-10.

Desde hace ya mucho tiempo se había pensado que este avance científico y tecnológico estaba creando un nuevo ser: El hombre imagen, *El telever de nuestros días, deteriora nuestro capital intelectual humano, nuestra capacidad de manejar conceptos, abstracciones, e ideas no visibles.*⁴ Creemos que no estamos equivocados al mencionar que los actuales avances en las telecomunicaciones están eliminando la capacidad del ser humano de pensar críticamente, de crear, de imaginar, de decidir y lo que es más importante, de elegir.

Por otro lado el sobre uso o la sobre explotación de los medios de comunicación por parte de los jóvenes está provocando desajustes como son: el que cada día una gran mayoría de adolescentes se estén aislando del mundo real, está creando seres solitarios y sin nacionalidad. Pero lo más importante, según creemos, es que la televisión ha desplazado el conocimiento que la educación formal imparte. Es decir, los medios de comunicación, y en este caso la televisión, han tenido mayor impacto en los mensajes que transmiten, que los mensajes que se dan por medio de las clases escolares.

Por lo tanto y con base en una reflexión para llegar a nuestro objetivo hemos considerado a los siguientes autores para nuestra investigación. En la teoría de la comunicación y la información, Johon fiske, este autor hace referencia a la división social que existen en los medios de comunicación, ya que menciona que es la burguesía la poseedora de éstos, mientras quienes las operan, son gente de clase media, y que de una u otra manera aspira o se identifica con el poder, y que ello conlleva a que las producciones televisivas tengan una

⁴ Sartori, Giovanni, *Homo Videns*, Taurus Pensamiento, México, 1997. p. 47.

orientación hacia los intereses, la mayoría de las veces, de las clases dominantes. Para la teoría de las masas se consultó a Gustave Le Bon. Así mismo se consultó al sociólogo Niklas Luhmann, para el análisis sobre los medios de comunicación, los fines de la educación y la relación social de los medios con la sociedad, ya que este autor hace mención de que la sociedad no se compone de sujetos sino de comunicaciones. También no se dejaron de lado las sugerentes teorías de Marshall McLuhan, quien hace referencia a los efectos que la TV puede producir si no se ve con cierto grado de medida, es decir, debe existir una clasificación adecuada (la programación debe de ser adecuada de acuerdo a si se es adulto, adolescente o niño) y todo ello debe de ser acompañado desde un ángulo crítico y analítico.

Para el entendimiento de los diferentes grados de desarrollo psicológico del adolescente se consideró a Françoise Dolto, Loise Pépin, Stella Firpo y Laurus Didier, cuyas teorías sobre los jóvenes adolescentes contribuyeron a explicar los factores que influyen en el desarrollo sexual, intelectual y cognitivo, sin olvidar la relación que ejercen en ellos la TV, la escuela y la sociedad. Respecto a conceptos sobre didáctica se consultó a Imideo Nérci, y sobre teorías del aprendizaje se consultó a Dale Schunk, Abbnano, Gregori Kimble y Ellen Gagné, y por último, para la parte de la teoría de la recepción, se consultó a: Orozco Gómez, Guillermo. *“La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva”*. Disponible en: www.comunicaciontelevisivas.com. Mayo, 2007.

Marco situacional

Como toda la investigación se desarrolla desde el aspecto teórico se trabajó con textos referentes al tema, portales de internet y videos (en este caso se consultaron los videos de youtube que se encuentran sobre algunos capítulos de la telenovela la Rosa de Guadalupe). Se realizaron observaciones sobre tres capítulos, en específico, sobre dicha telenovela, y de ellos se extrajeron las observaciones necesarias para fundamentar los posibles efectos que produce la telenovela *La rosa de Guadalupe* en ellos. Sin dejar de lado los mensajes contenidos en la misma telenovela y sobre el comportamiento de los jóvenes que la consumen.

Objetivo general:

- 1.- Revisar los modelos de comunicación y los soportes didácticos utilizados en la educación formal.
- 2.- Caracterizar la relación de la educación con la televisión.
- 3.- Categorizar e interpretar las percepciones de los adolescentes con respecto a las telenovelas de corte religioso
- 4.- Analizar los efectos ideológicos y psicológicos de los mensajes de dicha telenovela y de qué manera afectan o distorsionan los mensajes que reciben los jóvenes en la escuela.

Objetivo particular

- 1.- Investigar la repercusión que tienen los medios audiovisuales, en este caso la televisión y, en específico, la telenovela *La rosa de Guadalupe* en los adolescentes.
- 2.- Analizar las repercusiones psicológicas de los mensajes contenidos en la telenovela *La rosa de Guadalupe*.

CAPÍTULO I

La televisión

Al hablar de este instrumento que ha revolucionado la manera de sentir y pensar del ser humano como lo es la televisión, no podemos negar su gran impacto y en el uso cotidiano que se le ha dado, hasta tal punto de ser básico para el hombre, no por nada es el medio de comunicación que ha permeado casi cualquier rincón del planeta. La televisión a lo largo de su desarrollo ha sido una fuerte influencia en las costumbres de las personas, hábitos de consumo, ideologías, etc.

Según algunos estudios la mayoría de las personas pasa un promedio de 4 horas consumiendo los productos televisivos.⁵ No podemos negar que la televisión con el paso de los años se ha convertido en un instrumento que está generando un nuevo tipo de ser humano. Es decir, la televisión por medio de imágenes y sonidos, que a su vez son más fáciles de entender y asimilar, se ha convertido en el medio ideal para reeducar al teleauditorio. Por ello la televisión se ha convertido en la primera escuela.

También la televisión muy pocas veces cuenta con códigos que regulen lo que se trasmite al público, lo que se le pretende dirigir y sobre todo no se preocupa el impacto social que se pueda alcanzar, sobre todo si hablamos de programación sin ningún tipo de regulación ética.

⁵ IBOPE. Universo de los medios, 2003.

Debido a su alcance la televisión puede transmitir diferentes formas de ver el mundo, de pensar, de actuar. En ocasiones esto se da a través de programas de distintos países, sin olvidar que la venta de productos para su consumo es una de las bases de la televisión actual, todo ello para satisfacer las necesidades de los televidentes consumidores, se exponen lugares, valores, en suma podemos decir que es una manera de educar.

Por otro lado de manera innegable la televisión se ha constituido como un sustituto de los padres, los programas se consumen y se llegan a asimilar sin ningún tipo de análisis crítico, en ocasiones resulta lamentable que aun en presencia de los padres la televisión no pierde su papel protagónico.

El mundo actual, hablamos del mundo capitalista, donde tanto el papá como la mamá suelen trabajar la televisión se ha convertido en la herramienta indispensable para cuidar y educar a los niños, ya que está disponible las 24 horas del día, al ser una niñera proporciona entretenimiento a muy bajo costo. Pero no hay que olvidar que hasta los mismos padres les “enseñan” a ver televisión a sus hijos desde muy pequeños, convirtiéndose así en la primera escuela del niño. Y que con el paso del tiempo es tanta su fuerza que llega a tal punto de enseñar o refuerzas ideas, pensamientos que en muchas ocasiones no concuerdan con la realidad.⁶

⁶ Erasquin M. Alfonso, Luis Mantilla y Miguel Vázquez. *Los teleniños*. Edit. Fontarama, México, 1984.

De una u otra forma la televisión cumple como escuela para los primeros años de infancia, estamos ante una herramienta que sustituye actitudes y valores de una manera incorrecta sobre estereotipos de la vida, de personas y grupos.⁷

Uno de los mercados más atractivos para la televisión el día de hoy son los adolescentes, este grupo se encuentra expuesto de manera indiscriminada a sus efectos, ya que están sujetos a un proceso de aprendizaje que incluye la maduración de los actores dentro de la vida social, siendo la televisión la sustituta de estos personajes, ya que la industria cuenta con una gran variedad de entretenimiento.

Ante tal impacto de la televisión se ha pretendido regularla, pero de manera lamentable ante estas disposiciones de tipo jurídico⁸ la televisión o mejor dichos los empresarios que manejan tan poderoso recurso sólo han hecho oídos sordos.

En la época en la que nos desenvolvemos actualmente la televisión sin lugar a dudas se ha convertido en una sustituta no sólo para los padres que ven en ella a la niñera ideal, sino que frente al Estado está tomando las riendas de la educación. Y lo más lamentable, no sólo es visto ya como un aparato que se encuentra dentro de los hogares sino que, con el paso de los años, se ha convertido en parte de la familia, es un miembro más, sino el proveedor económico, si el proveedor que une y aísla al mismo tiempo al núcleo familiar, no por nada en la serie animada *Los Simpsons*, el personaje Homero, después de ser expuesto ante la sociedad por los medios, mediante la explotación morbosa del

⁷ Halloran, James Dermot, Los efectos de la televisión. Edit. Nacional, España. 1974.

⁸ Ley Federal de Radio y Televisión, p. 12.

televidente, y recuperar su credibilidad al final del capítulo, éste abraza a su televisor expresándole con sumo cariño: "no volvamos a pelear".⁹

La televisión en México

Al hablar de la televisión, sobre todo, la televisión en México nos lleva hacía una herramienta que surgió sólo para la trasmisión y recepción de señales, este inicio se dio en 1950.¹⁰

Con lo anterior queremos señalar que desde un principio al no verle un fin específico, y mucho menos lucrativo, no se crearon regulaciones sobre el posible impacto que tendría en la sociedad. Sin embargo con el tiempo y con el poder que han alcanzado los medios de comunicación, actualmente, esta herramienta ha sido causa de inquietud por parte de algunos estudiosos como sociólogos y de más que se dedican al análisis de los medios de comunicación y su impacto en las sociedades. (Vilches, 1996).

Hoy día podemos decir que la televisión es y ha sido desde hace ya muchos años un fenómeno que ha cambiado la manera de entender la realidad ya que es una herramienta bastante cercana para la gran mayoría de los habitantes del planeta, es decir las trasmisiones televisivas se han convertido en uno de los ejes principales de la vida cotidiana y contemporánea, no por nada es innegable

⁹ **Homer Badman**, (*Homero el malo* en Latinoamérica) es un capítulo perteneciente a la sexta temporada de la serie animada *Los Simpson*, originalmente emitido el 27 de noviembre de 1994.

¹⁰ Fernández Christlieb, Fátima, *Los medios de difusión masiva en México*. México: Juan Pablo. 1982. P 2.

que muchos individuos que están expuestos a este medio de trasmisión han podido conocer e interpretar la realidad de acuerdo a las normas establecidas por la televisión. (Zarur, 1996). Debido a que la televisión no deja de estar cargada de sus propias ideologías y que no deja de jugar con valores, visiones y conceptos del mundo, de una u otra manera está configurando la nueva cultura (Toussaint, 1998), en la cual, se ven envueltos muchos individuos, en este caso, los adolescentes.

Ahora bien, a diferencia de Estados Unidos, en México la televisión tuvo su crecimiento debido a su papel y su indudable liga con el régimen político que predominaba en esos momentos en el país, nos referimos a su vinculación con el Partido Revolucionario Institucional (PRI).¹¹

Estamos ante una industria televisiva que lo que predominó en su inicio y desarrollo fue el entretenimiento conjuntamente con la producción de ganancias. A pesar de que en México existían 3 canales de televisión en el año de 1955 se tuvieron que unir para formar la empresa Telesistema, ya que se argumentó que al no ver mercado no había necesidad de una competencia. Así es como se comenzó a monopolizar la televisión en México. Sólo hasta el año de 1968 fue cuando se dieron concesiones a particulares y así fue como nació canal trece y el canal 8.¹²

En el año de 1958 Telesistema después de hacer un estudio sobre la audiencia en Estados Unidos decide iniciar con un proyecto que traería grandes

¹¹ Sánchez Ruiz, Enrique (2005). p. 403.

¹² Sánchez Ruiz, Enrique (2005). p. 407.

beneficios para este monopolio. Estamos hablando de la creación de la telenovela, el objetivo iba dirigido a la clase media ya que al ser una clase con poder adquisitivo bien podía adquirir un televisor para su entretenimiento y obviamente para el consumo ya que al comenzar a vender Telesistema espacio publicitario, las ganancias se generaban a gran escala.

Debido a su incondicional apoyo al Partido Oficial la Televisión, en especial Televisa, tuvo gran presencia, pero fue durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) en que la empresa Televisa tuvo mayor auge, sobre todo, su aceleramiento económico se dejó ver, al respaldar al gobierno en todo momento.

Ya para el año de 2010 la televisión mexicana pertenece a dos grandes oligopolios: Televisa, la cual posee la mitad de las estaciones, y TV Azteca, cuyo poder es el de dos tercios del total de las cadenas.

Por otro lado debido a la gran injerencia que ha tenido la televisión en casi la gran mayoría de los hogares mexicanos es que resulta eficaz en una manera particular de percibir la realidad y podemos decir que en determinados ámbitos sociales, es capaz de determinar las actitudes sobre los distintos eventos que son transmitidos. No podemos negar que la televisión mexicana en su gran mayoría está plagada de imágenes y hechos tendenciosos que repercuten en el juicio de los individuos que la consumen, estamos ante la dramatización de los hechos y las imágenes. Es la escenificación total de los hechos, donde destaca la explotación de lo trágico.¹³

¹³ Bourdieu, P. *sobre la televisión*. España: Anagrama. 1996.

Con lo anteriormente señalado estamos ante la necesidad de platear un control sobre la producción de sus contenidos y la manera en que son transmitidos. Ya que no sólo es un instrumento de grandes alcances económicos sino que repercute en todo momento en los ámbitos políticos.¹⁴ Debido a su gran alcance como instrumento que puede influir en las conciencias de los televidentes algunos autores la han considerado un riesgo para la democracia,¹⁵ ya que al ser tendenciosa se corre el riesgo, como ya lo mencionamos, de influir sobre determinadas propuestas políticas, más que educar deseduca. Tenemos el caso de una queja impuesta por la Coalición Alianza por México, que dice así:

*Con fecha 29 de junio de 2006, en la transmisión nacional realizada por el canal 2 de Televisa de la telenovela 'la fea más bella' se incluyó dentro de la trama o guion, referencias y diálogos vertidos por personajes de la mencionada telenovela, a través de los cuales se hacen alusiones directas de índole propagandístico electoral a favor del C. Felipe Calderón Hinojosa, en las que abiertamente promueven el voto y hacen calificativos en beneficio de dicho candidato...*¹⁶

No se puede negar que desde su aparición como instrumento manipulador de conciencias la televisión comenzó a despertar intereses y estar en el centro del debate. Por ello no creemos estar equivocados de que existe entre el televidente y la televisión una relación de simbiosis. Este medio produce y trasmite modas,

¹⁴ Fernández, (1996).

¹⁵ Popper, K; Condry, J. La televisión es mala maestra. México: Fondo de Cultura Económica. 1998.

¹⁶ RESOLUCIÓN DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL RESPECTO DEL PROCEDIMIENTO DE QUEJA EN MATERIA DE FISCALIZACIÓN DE LOS RECURSOS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS, PRESENTADO POR LA OTRORA COALICIÓN ALIANZA POR MÉXICO EN CONTRA DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL, IDENTIFICADO COMO QCFRPAP 56/06 COALICIÓN ALIANZA POR MÉXICO VS. PAN. Distrito Federal, 16 de diciembre de dos mil nueve.

tendencias, juicios, valores, noticias y entretenimiento, etc. Que se convierten en factores que repercuten e influyen en cada espacio de la vida cotidiana, tal y como lo señala el siguiente autor:

“La telenovela gusta porque sus historias reflejan el sentimiento de las masas y también porque los escritores, realizadores y productores, sobre todo buscan fórmulas o propuestas atractivas en las historias y en las tramas de que algunas formas representen situaciones de aspiración y avances hasta la identificación a quienes van dirigidas las telenovelas”¹⁷

Debido a que la televisión mexicana sigue de cerca el modelo norteamericano los contenidos que produce se han transformado para cubrir las necesidades de los televidentes, primordialmente ofreciendo entretenimiento, es decir, la televisión mexicana ha evolucionado sólo para crear contenidos para vender y consumir más que informar. Es la televisión mexicana un medio comercial y potenciador de provocar el consumo en sus televidentes, dejando de lado la parte social. Es la potencialización de la oferta y la demanda. De esta forma se justifican la promoción de mayores ventas mediante la proyección de contenidos de violencia y acción.

¹⁷ Orozco Gómez, Guillermo, *Televisión y audiencias, un enfoque cualitativo*, Madrid, Ediciones de la Torre. 1996.

Televisa

Antecedentes:

A continuación se describen brevemente los sucesos más relevantes que conformaron lo que ahora es la mayor productora de contenidos televisivos en español en el mundo: Televisa.

El primer canal de televisión concesionado que operó en México en 1950 fue XHTV Canal 4. Era propiedad de Rómulo O'Farrill, dueño también del periódico Novedades de la Ciudad de México. El canal inició transmisiones el 1 de septiembre de 1950, con el informe anual del presidente Miguel Alemán Valdés. Fue éste el inicio formal de la televisión en el país. En el mismo año se otorgó al ingeniero mexicano Guillermo González Camarena –inventor de la televisión a color- la concesión para explotar comercialmente el Canal 5, al que se le asignaron las siglas XHGC.

El 21 de marzo de 1951 se iniciaron las transmisiones de otro canal, XEW TV Canal 2, concesionado a la empresa Televimex S.A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta. En 1951 se tenían registrados solamente cinco mil aparatos receptores en todo el territorio nacional. En Estados Unidos por ejemplo, se tenían sólo diez millones de televisores, por lo tanto la inversión publicitaria en la Televisión era mínima.

Ante la situación anterior en febrero de 1955, los señores Azcárraga, O'Farrill y González Camarena firmaron un convenio de participación conjunta, que terminó más tarde en un acuerdo de fusión, como estrategia para originar un solo medio audiovisual que vendiera publicidad a los anunciantes. También

permitiría a los artistas trabajar indistintamente en cualquiera de los tres canales, evitando que salieran al aire programas similares. De este modo eliminaron la competencia que hasta ese entonces habían tenido.

En ese momento nació la empresa **Telesistema Mexicano S.A. de C.V.**, precursora de Televisa. Las palabras que Emilio Azcárraga declaró a la prensa fueron:

“Telesistema Mexicano SA, ha nacido como un medio de defensa de las tres empresas que estaban perdiendo muchos millones de pesos. Todos los programas se originarán desde Televisión, que se convertirá en la gran central de televisión”.¹⁸

Se puede decir que en esa fecha nació el monopolio audiovisual en México y es de hacerse notar que esto duró más de cuarenta años, a excepción de un breve período de 1968 a 1972, cuando surgió Canal 8. No fue sino hasta el nacimiento de otra televisora, a finales de los años noventa, cuando volvió a tener competencia y se repartió el mercado de la inversión publicitaria.

En el año de 1959 Telesistema mexicano cubría ya 20 estados de la República Mexicana. Contaba con sus señales e inversiones millonarias, realizadas por Azcárraga Vidaurrieta. Además, el número de aparatos receptores de TV había alcanzado la cifra de cien mil.

¹⁸ A.A.V.V. *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, México, Grupo Editorial Televisa, 1998.

Todas las transmisiones efectuadas se distribuían a los estados con un enlace central desde Televisión en el Distrito Federal, lo que duró casi una década. Fue en 1971 cuando la cadena WTV Canal 2 llegó a contar con 37 estaciones interconectadas a través de la red de microondas de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, cubriendo tres y medio millones de hogares mexicanos, con una audiencia mínima de diecisiete millones de televidentes.

Derivado del éxito alcanzado por las radiodifusoras que transmitían en español a la población de habla hispana en Estados Unidos, con más de seis millones de personas, en 1965 se decide la estrategia de expansión hacia este público y se fortaleció en 1966 la emisora KMEX TV Canal 34 de Los Ángeles, California. Se incorporó también la técnica de grabación en *videotape*¹⁰, lo que le permitió empezar con la exportación de programas hacia diversos países de Latinoamérica, entre ellos, las telenovelas “María Isabel”, “Amor y orgullo”, “Lupe Reyes” y “El Despertar”.

Telesistema mexicano incorporó en 1963 enlaces a través de señales de microondas y después vía satélite para recibir transmisiones internacionales en vivo. Fue esta empresa la primera en el mundo en rentar los servicios del satélite norteamericano “Early Bird” para su transmisión comercial en 1965. A partir de 1969 se estableció una conexión internacional permanente de la televisión mexicana con el exterior a través del satélite INTELSAT III.

Ya en 1968, surgieron otros dos canales de Televisión: Canal 13 XHDF y Canal 8 XHTIM. El primero se concesionó a la empresa Corporación Mexicana de Radio y Televisión de Francisco Aguirre y el segundo a las empresas Fomento de

Televisión S.A. y Televisión Independiente de México, pertenecientes al Grupo Alfa de Monterrey.

Fue Canal 8 quien compitió fuertemente contra el monopolio de Telesistema Mexicano por ganar audiencia y anunciantes durante casi cuatro años. Posteriormente, los ejecutivos de estos canales en competencia, Bernardo Garza Sada por parte de Televisión Independiente de México y Emilio Azcárraga Milmo (hijo del fallecido Emilio Azcárraga Vidaurreta) decidieron en un acuerdo formar una sola entidad. De este modo, en noviembre de 1972 se fusionaron **Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México**, surgiendo así una nueva empresa que controlaría ambas, con el nombre de Televisión Vía Satélite SA, conocida por sus siglas como **Televisa**.

La cobertura de Televisa se incrementó en los años ochenta, llegando a cubrir gran parte del territorio mexicano. También transmitía a Estados Unidos 19 horas diarias de programación para la cadena Spanish International Network vía satélite. Esto se realizaba mediante la concesión en 1982 de una red de televisión integrada, con 95 canales de repetición por el territorio mexicano.

Para el 2001 realizó una asociación con Endemol, empresa líder a nivel mundial en el desarrollo de programación y contenido para televisión y plataformas en línea, con el objeto de desarrollar, producir, adquirir y licenciar programación en español. También se perseguía potenciar los formatos relacionados con su producción, incluyendo los formatos de Endemol en México y algunos países de Centroamérica. Entre ellos estuvo el derecho de formatos de *reality show* como “Big Brother”. Durante 2004 y 2005 realizó inversiones para mejora y expansión

del negocio de televisión por cable y satélite con la empresa Sky México. La expansión internacional de Televisa también fue muy importante durante los treinta años posteriores a su surgimiento.

Por último diremos que para los inicios del 2007, realizó un convenio con el gobierno chino y una alianza estratégica con la cadena televisiva CCTV de China, para intercambiar la programación de ambas empresas y transmitirla en sus respectivos países, así como realizar co-producciones de programas de entretenimiento, entre ellos, telenovelas como “La Madrastra” y “La fea más bella”.

La Telenovela

Antes de comenzar creemos que es preciso definir el concepto de telenovela, sobre todo, explicándola y construyendo sólidos argumentos que nos permitan conformar un panorama lo suficientemente amplio para entenderla.

Pues bien, podemos definir a la telenovela como una serie melodramática televisada que se encuentra compuesta por una serie de capítulos diarios, y que le dan estructura a la historia. Podemos decir que desde hace ya algunas décadas la televisión en general, conjuntamente con la telenovela, está pensada para ser un medio de publicidad, es decir, al estar fragmentada por comerciales los productos que se presentan entre cada espacio permite el consumo de éstos. Esa es la finalidad última de los patrocinadores de la novela televisada. Y no sólo eso sino que dentro de la misma telenovela los protagonistas portan productos o los señalan para el posterior consumo de su teleauditorio.

La realidad que presenta la telenovela es una realidad totalmente ficticia y que se ha adaptado a los fines y necesidades del medio, en este caso a los televidentes. Es innegable que dentro de su estructura la telenovela va dirigida a al ámbito familiar, ya que la familia, en este caso, la familia mexicana constituye uno de los códigos ideológicos básicos de la telenovela. Todo el melodrama gira en torno a este núcleo social.

En general podemos decir que la telenovela invita a la teleaudiencia a la participación imaginativa. De esta manera el televidente se integra activa y afectivamente en el proceso de significación, haciéndolo participe de la historia.

Telenovela, sus inicios

Tal parece que la telenovela mexicana se inicia en el año de 1958, en ese año se comenzó a transmitir en vivo la primera telenovela para el público mexicano cuya transmisión corrió a cargo del canal 4, cuyo título era: "Senda prohibida" con horario estelar de las 6:30 pm, ya en el *slogan* se anunciaba: "La novela de las 6:30, su novela Colgate". De ahí se siguieron telenovelas como: "Gutierritos" 1958 y "Teresa" 1959.

Debido a la existencia de las distintas adaptaciones y de realidades culturales que expresa y exagera la telenovela y sus distintas maneras de captar al teleauditorio, la telenovela se ha insertado como una necesidad dentro de la sociedad mexicana.

El impacto de las telenovelas mexicanas

Dentro de los medios de comunicación, el proceso comunicativo no es el único aspecto que se puede analizar, sino también la serie de impactos psicosociales que pueden llegar a tener algunos mensajes o programas transmitidos por algún medio, en este caso, la televisión. En este instrumento se pueden transmitir mensajes informativos, de entretenimiento y educativos.

Los distintos mensajes que transmite el televisor son asimilados y adoptados desde distintas visiones y perspectivas, sin dejar de mencionar que la asimilación varía de acuerdo al sexo, la edad, lugar de origen, educación, etc. Es decir, el mensaje puede llegar a convertirse en todo un abanico de posibilidades en su manera de impactar al público receptor.

Uno de estos mensajes que transmite el televisor son las telenovelas, cuya historia se remonta desde el 6 de julio de 1958, tal y como se ha mencionado anteriormente. Y es a partir de aquel año que las telenovelas mexicanas se han convertido en parte indispensable de las vidas cotidianas de muchas personas.

En sus inicios las telenovelas al estar dentro del rango de entretenimiento no dejaban de ser consumidos por una parte exclusiva de la sociedad (las amas de casa), pero al ingresar la telenovela mexicana dentro del ámbito político-social del país, tal y como lo señalamos líneas arriba, es innegable que se está construyendo una relación más íntima y privada entre el televidente y la televisión que produce esta clase de género. Es decir, la televisión, conjuntamente con la telenovela, está creando una vía institucional, toda una agenda bien estructurada

que está impactando al público que la consume. Por ello, la telenovela juega un papel importante en la generación y sostenimiento de diversos imaginarios individuales y colectivos.

Por lo tanto es de sumo interés el conocer que sus narrativas están haciendo que todo aquello que está dentro de lo privado y personal se vea dentro del ámbito político. Todo ello debido a que sus dramas y problemáticas de ficción están construyendo referentes importantes para las audiencias (Benhabid, 2004; Castells, 2009). Debido a su fuerza narrativa que en todo momento explota lo emocional de los televidentes se ha llegado a un punto en que muchos de los que consumen las telenovelas las han tomado como una parte de la realidad misma.

Investigadores como Thomas Tufte (2007), señalan que las telenovelas se han convertido en instrumentos educativos, ya que al propiciar el “diálogo” coloca dentro de la agenda pública asuntos polémicos, desafiando con esto la moral, las normas y los valores sociales de determinada sociedad.

Actualmente la telenovela mexicana ha procurado generar debates sociales al concentrar sus narrativas en problemas sociales y políticos que la insertan dentro de la esfera pública, todo ello debido a la representación privada que hace de ellos (Vassallo, 2004: 74).

Con todo esto la telenovela mexicana no sólo está incluyendo en sus diálogos el “qué pensar” sino que en todo momento invita a sus televidentes a “sentir y vivir” lo representado, creando amplios espectros de significados que en todo momento están vinculando problemáticas sociales de compleja envergadura,

que ofrece a su audiencia uno o varios ejemplos de cómo se debe actuar, pensar o sentir en caso de padecer o estar en una situación similar.

Factores que repercuten en el impacto de las telenovelas mexicanas

Podemos comenzar diciendo que la televisión en general y la telenovela en particular, se valen de varios elementos que “enriquecen” su propuesta, como ejemplo tenemos que el recurso del manejo de voz es una de las herramientas básicas de las cuales se vale, ya que de acuerdo al tono de voz que llegan a utilizar los personajes pueden expresar sentimientos como los siguientes: la sumisión, asombro, enojo, alegría, etc.

Ahora bien de acuerdo a nuestra propuesta los adolescentes, en este caso, son los que bien pueden ser televidentes críticos respecto a este tipo de programación, ya que ellos pueden generar un criterio, tanto satisfactorio, como insatisfactorio. Este tipo de criterio puede variar en ellos debido al constante bombardeo de información del que son presa los adolescentes y al no contar, en muchos casos, con una correcta orientación respecto a lo que ven, sus juicios pueden ser erróneos.¹⁹

Las telenovelas entran dentro del género de lo dramático, en éste se encuentran varios personajes que representan un drama, el cual se desarrolla en

¹⁹ Mattelart Michele y Piccini Mabel. “La televisión y los sectores populares”, en La comunicación y cultura. La comunicación masiva en el proceso político. Edit. Nueva Imagen. México. 1987. p. 31. Y González Treviño Jorge Enrique. Televisión y comunicación. Un enfoque teórico práctico. Edit. Alhambra Mexicana. México. 1994. p. 69.

varios capítulos. Podemos decir que el objetivo central del género dramático de la telenovela es la representación de una historia de forma ordenada y que en todo momento capte la atención del televidente y que ésta, a su vez, refleje la realidad del televidente.

Podemos enumerar que sus características básicas:

- 1.- Su impacto emotivo, el ritmo: Éste a su vez debe entenderse como aquellas escenas que están cargadas de drama, emotividad emocional, que de acuerdo al grado de intensidad se les clasifica como “altas” y “bajas”.
- 2.- Economía creativa: Se entiende la realización del guión de acuerdo a las escenas mostradas.

Otra de las fórmulas que atraen al televidente a consumir las telenovelas es que los protagonistas de éstas suelen tener cierto “carisma”, o es la explotación de estereotipos que según la cultura en la que nos desarrollamos son personajes que cumplen con los estereotipos establecidos de belleza. Sin dejar de lado la empatía que llegan a tener los televidentes ya que se ven reflejados en estos personajes, de acuerdo al rol social que se representa.

Al analizar este tipo de género televisivo nos damos cuenta que una de sus vertientes es la explotación de sentimientos que experimentamos todos los seres humanos como son: el amor, el odio, la felicidad, el desamor, el sufrimiento, etc.

La ideología que se utiliza en las telenovelas

La televisión, al menos la televisión actual, trasmite una serie de mensajes que bien podemos vincular con la educación, la cultura, la política, etc. según el público al que van dirigidos. Por otro lado, las telenovelas mexicanas pretender reflejar la realidad mexicana y tener un vínculo en los televidentes que las consumen.

Por ello los productores de las telenovelas no les interesa más que saber si su versión de telenovela está impactando de tal manera que el “raiting” sea el de mayor audiencia, sin importarles que tanto se desvirtúa la realidad.

Sin embargo no debemos olvidar que la televisión y en especial las telenovela mexicana sólo se preocupa por ser un medio de entretenimiento, por tal circunstancia es que se encuentra en todos los hogares, restaurantes, tiendas, hospitales, tiendas comerciales, etc. Su uso es el mantener entretenida a las personas en sus tiempos de ocio o tiempo libre:

Es entretenimiento que entusiasma y que permite al individuo evadirse de la monotonía de su día de trabajo y descargar sus sentimientos agresivos; entretenimiento que apena el corazón y a los sentimientos sugiriendo sueños de un mundo incólume a la vez que ayuda a llenar los momentos de ocio cada vez más prolongados.²⁰

²⁰ Lerner, Daniel. La comunicación colectiva y el desarrollo cultural. Ediciones CIESPAL. Quito Ecuador. 1972. p. 52.

En el mundo en que la sociedad mexicana se desenvuelve las telenovelas han tomado un papel relevante ya que con su sola trasmisión ha llegado reunir en un solo horario a miles de personas, recordemos la telenovela dirigida y protagonizada por Ernesto Alonso: “El Maleficio”.

La telenovela es uno de los instrumentos que ha permitido a miles de televidentes evadir la realidad, y lamentablemente este tipo de evasión es muy frecuente entre los adolescentes. La telenovela no deja de ser vista por millones de personas sin importar su clase social, su ocupación, educación, etc. Cómo tema de discusión o para socializar se platicar sobre ella, tratando de adivinar lo que va a pasar en los próximos capítulos.

La telenovela en México se ha incrustado de tal manera en la cultura que la población recurre a ella en la mayoría de los casos, ya que leer un periódico, un libro o hacer un esfuerzo intelectual es consumir tiempo y esfuerzo, en cambio, la telenovela es mucho más fácil de asimilar que lo único que se requiere es estar en el horario establecido y encender el televisor.

Ahora bien, para la gran mayoría de los adolescentes que consumen telenovelas consideran que son “consejeras de la vida”. Para los jóvenes las telenovelas actuales no sólo entretienen sino que también educa, no por nada tal parece que la gran mayoría de las familias prefieren dejar a sus hijos que consuman el producto sin siquiera asegurarse de lo que están viendo, ya que suele ser más económico.

Con el desarrollo que se ha dado en la sociedad mexicana, sobre todo, de su inquietante necesidad de ser “modernos”. Las telenovelas se han tenido que adaptar ya que dentro del género de telenovelas existe una vertiente que pretende ser de apoyo a la comunidad, o de contenido social. Este es el caso de “Acompáñame”.

Los estereotipos utilizados en las telenovelas mexicanas

En sus inicios la telenovela mexicana se caracterizaba por utilizar roles tradicionales, es decir, a las mujeres se les veía como seres dependientes de los hombres, debían atender y cuidar a su familia, ser sumisas y acatar todas las ordenes de sus padres y esposos. En cambio los hombres eran los que trabajaban, eran los proveedores del hogar, los jefes, los empresarios, los que detentaban el poder, tanto el trabajo como en el hogar.

Eran secretarias, trabajadoras de limpieza, etc. Con el paso del tiempo y el vertiginoso avance que se ha tenido respecto a la mujer en lo laboral, las telenovelas han tenido que incluir a mujeres ejecutivas en sus historias.

Por otro lado, se ha demostrado que la televisión poco a poco se ha insertado en la vida de las personas, la relación que se ha hecho entre el televidente y la televisión es de tipo lineal, es decir, no sólo se utiliza la televisión para entretener sino que sus mensajes son asimilados por las personas. Esto es, la difusión de los estereotipos dentro de las telenovelas se da mediante otro recurso, los gestos, los comportamientos, las actitudes, et. Que son parte

fundamental del tipo de comunicación paralingüística, que son los rezongos, los abscesos de tos, el ritmo, la velocidad, etc. y el kinésico que son los movimientos del cuerpo.

Como ya lo hemos señalado anteriormente el que la mujer actualmente tenga un rol destacado en lo laboral ha obligado a las productoras de telenovelas mexicanas cambiar sus historias y con el paso de los años uno de los mercados con mayor potencial para estos géneros televisivos han sido los jóvenes.

De manera significativa el proceso por el cual han pasado las telenovelas, nos hacen ver las distintas caras que puede tener una sociedad como lo es la mexicana, en donde se pretende hablar de temas educativos como sociales. Las historias que se muestran en las telenovelas han ido cambiando, así como sus roles y problemáticas.

Las telenovelas como instrumento ideológico

Las telenovelas son programas televisivos los cuales son vistos y aceptados por millones de personas, las cuales se ven reflejadas en algunas ocasiones, por las o los protagonistas de éstas historias.

Aunque en un inicio las telenovelas fueron “diseñadas” para las mujeres, en la actualidad encontramos a una parte de hombres (en una minoría) que frecuentan éstos programas. Y no sólo los adultos, recurren a las telenovelas sino que tanto niños como adolescentes y gente mayor ven estos programas, ya que contienen temas relacionados con todas las edades, con todas las posiciones

sociales, con todo tipo de empleo, etc., lo cual conlleva una identificación para la gran mayoría de nuestra sociedad.

La Ideología se transmite a través de diferentes instrumentos o vías, los cuales pueden provenir desde el seno familiar hasta las relaciones sociales, que tenemos durante nuestra vida diaria. Las que surgen desde la familia, son las historias de vida de nuestros parientes, las costumbres que tienen determinada familia, los mitos y/o leyendas que nuestros antepasados nos han depositado. Todo esto al estar dentro de nuestra vida, permite que nos comportemos de cierta forma. Que pensemos, incluso actuemos de una forma específica.

Los Medios de Comunicación son formadores de ideas, conceptos, creencias, e ideologías, los cuales son observados y/o escuchados por millones de personas. Ellos (las personas) las adquieren, las manifiestan y las representan dentro de sus múltiples relaciones sociales.

Por ejemplo, cuando en las telenovelas muestran a la jovencita delgada, rubia o castaña, con una solvencia económica están mostrando un estilo de vida y una ideología, la cual les es llegada a muchas adolescentes, y por lo tanto se ven identificadas con ese personaje. Ellas hacen todo lo posible por vestirse de la misma forma que la actriz. Esta imitación nos muestra que los programas televisivos pueden considerarse como instrumentos ideológicos, los cuales son asimilados y dirigidos a millones de personas. La telenovela “Rebelde” es muestra de ello.

Las telenovelas recrean estilos de vida, a través de concepciones tradicionalistas o liberales, aceptadas por los miembros de nuestra sociedad, la cual se mueve y vive de acuerdo a estas concepciones.

Hoy día la televisión se ha convertido en el sistema nervioso fundamental del avance o retroceso de nuestra cultura nacional.²¹

Los cambios que pudieron llegar a darse al estar en contacto con los mensajes y las concepciones que se muestran en las telenovelas sólo apoyan los ya existentes en la conciencia y la personalidad de las personas que están expuestas a éstos mensajes. Y también tenemos que recordar, que los mensajes son reforzados y retomados de las creencias y costumbres de toda la red social. Tal y como lo explica Javier Esteinou:

*...normalmente refuerza tendencias previamente ya existentes en el seno de las comunidades. Que la conciencia humana no solamente se produce por la acción simbólica de la televisión, sino por un conjunto más amplio de relaciones sociales y de redes culturales que impactan sobre la inteligencia y la sensibilidad de los individuos.*²²

Así nos podemos dar cuenta que las telenovelas son un instrumento ideológico ya que modifican o alteran (en cierta medida) las concepciones y las costumbres de cientos de personas.

En la actualidad debemos tener presente que en nuestro país, frente a la tradicional acción escolar y religioso, la televisión y las telenovelas se han convertido en la

²¹ Esteinou Madrid, Javier. “Los Medios de comunicación como instrumentos de desarrollo”. *Revista Especializada en tópicos de comunicación*. No. 29. Agosto-Septiembre 2002.

²² Esteinou Madrid, Javier. “Los Medios de comunicación como instrumentos de desarrollo2”. *Revista Especializada en tópicos de comunicación*. No. 29. Agosto-Septiembre 2002.

*principal red educativa capaz de cambiar con mayor rapidez y agilidad, los valores, las actitudes, los hábitos y las conductas de los receptores.*²³

Las personas al adquirir los mensajes no los asimilan de una forma homogénea, sino que los aceptan dependiendo su propia vida y su propio conocimiento, e incluso su propia posición social.

Los mensajes que son mostrados en las telenovelas, solo tendrían su importancia y relevancia, siempre y cuando haya de por medio una costumbre o creencia muy arraigada en la sociedad. De lo contrario no tendría el papel de “modificador” de conducta.

Los mensajes que se transmiten no sólo son ideologías, sino también estilos de vida, y concepciones. Un ejemplo, lo encontramos en las telenovelas, ya que muchas de ellas se enfocan en el estilo de vida de las personas de clase económica solvente. Para el público que carece de una solvencia económica, la ven como un sueño o aspiración.

La televisión, en ocasiones se ha convertido en un instrumento tanto ideológico como educativo, ya que ella se encarga de “educar, capacitar y guiar” a los millones de usuarios:

Las tecnologías de información se convierten en los principales aparatos de consenso, porque a través de éstos se produce un nuevo y amplio proceso de educación cotidiana, sobre los individuos, que gradualmente reubica y reemplaza el sólido lugar estructural, que hasta el momento ocupaba el tradicional sistema educación formal que

²³ Esteinou Madrid, Javier. Los Medios de comunicación como instrumentos de desarrollo. Revista Especializada en tópicos de comunicación. No. 29. Agosto-Septiembre 2002.

*lentamente construye la escuela. Así, emerge una nueva escuela electrónica que educa cotidianamente a los individuos de forma repetitiva, sistemática, acumulativa e informal.*²⁴

Las telenovelas pueden considerarse como instrumentos ideológicos, ya que muchos de los consumidores de este tipo de género se vean reflejados en las historias, ya que ellas están inconforme con su vida.

Los medios de comunicación (principalmente la televisión) tienen 2 grupos sociales a los cuales se les bombardea tanto en mensajes como en los productos publicitarios; las mujeres y los jóvenes:

*Los medios de comunicación solo ven en los jóvenes a consumidores. En particular, la televisión no solamente propone el consumo sino, el estereotipo del consumidor, moldea y configura su propia Retroalimentación, frente a este narcisismo juvenil, identificado con las clases medias y que se presenta como un entorno cultural ficticio, aparece un sector de la población juvenil, fundamentalmente el de las clases bajas y los barrios marginales, que sólo ve con recelo y repudio el modelo de vida presentada por los medios y que resulta inalcanzable y excluyente para ellos.*²⁵

Este estilo de vida generado por los medios de comunicación, en este caso por la televisión en general y la telenovela en particular, los más expuestos a seguir este patrón de vida son las nuevas generaciones (niños, adolescentes), ya que ellos han vivido y conocido el mundo a través o de la televisión o de Internet.

²⁴ Ortiz Mondragón Guillermo. Libertad religiosa y los medios de comunicación social. Conferencia del Episcopado Mexicano. México, 2001. Y Esteinou Madrid, Javier. Los medios de comunicación y La Capacitación de la Fuerza del Trabajo. Cuadernos del TICOM, No. 23, Departamento de Educación y Comunicación, UAM-X. México, 1983.

²⁵ Navarro Kuri, Ramiro, *Cultura juvenil y medios*. Pág. 15.

Hay una telenovela en donde se muestra la ruptura generacional que existe entre los padres y los hijos. Esta coyuntura deja como resultado jóvenes desorientados, rebeldes, inconformes con su vida, dispuestos y encaminados, hacia la violencia y a la delincuencia, etc., este tipo de representaciones se hacen presentes en la telenovela juvenil “Pobre juventud”.

La importancia del público adolescentes en el consumo de telenovelas

Desde hace ya uno años se puede palpar en las pantallas de televisión la inclusión de los jóvenes como consumidores de telenovelas. Antes la industria era para explotación del público adulto pero con las llegada de la televisión por cable los productos se han ido especializando. Con ello poco a poco se comenzó a hacer telenovelas para adolescentes.

Debido al mercado capitalista en el que se encuentra imbuido el entorno social mexicano los medios masivos de comunicación, en este caso las telenovelas, han dado cabida a los adolescentes, pero ¿por qué los medios le han dado tanta importancia a los adolescentes? Podemos contestar sin temor a equivocarnos que la única razón es: dinero. Y en su caso ¿por qué los adolescentes dan tanta importancia a los medios, en especial a las telenovelas? Respondemos porque el adolescente desea verse: *cool*.

En nuestro actual medio social, tal parece que los adolescentes, al ser el principal consumidor, hacen mover las economías como nunca antes se había visto. Es la relación entre el consumismo y la cultura mediática.

La telenovela juvenil

Al hablar de la telenovela juvenil es remitirnos a otro universo ya que el mundo de los adultos jamás ha coincidido con el de los jóvenes, es por ello que desde años recientes se han hecho investigaciones al respecto, una de estas investigaciones corrió a cargo de la Dra. Elvira Hernández, esta autora nos señala que la telenovela juvenil es un género que arranca en el año de 1986 con la telenovela juvenil “Pobre juventud” cuya producción fue de Televisa y debido al éxito que tuvo entre la audiencia juvenil la televisora no dejó de explotar el mercado recién descubierto. Ante esto se optó por trasmitirlas en un horario accesible por lo regular era a las 7 pm.

Este tipo de género en la telenovela destacó por no sólo incluir el atractivo físico de los personajes sino que se incluyó a deportistas, cantantes, gente destacada entre los jóvenes y cuya inclusión propiciaba el consumo de la telenovela.

Por otro lado, la temática es siempre la misma, la base es el sufrimiento, donde la víctima, como es obvio, son los jóvenes. Es la formula básica, es el sentir generalizado entre los adolescentes “nadie me comprende”. Con esto tenemos que este producto, al parecer, satisface a los consumidores quienes viven la etapa adolescente, y de esta manera dan rienda suelta a sus pasiones y verse reflejados en las telenovelas de corte juvenil puede resultar catártico. Es decir, para la gran mayoría de adolescentes que consumen la telenovela juvenil el solo hecho de verlas pueden ser muy satisfactorias y proyectivas.

La telenovela como medio de entretenimiento y no como sustituto educativo formal

Debido a la total penetración que ha tenido la televisión dentro de la sociedad mexicana no ha dado tiempo, en su totalidad, de una reflexión crítica y necesaria sobre sus efectos culturales, políticos, sociales, sobre todo en el ámbito educativo.

Es por ello que entre lo que la televisión, en el caso de las telenovelas, se está dando una serie de problemáticas ya que en ocasiones la telenovela muchas veces contrapone las enseñanzas de la Escuela y es de lamentar que no se exponga a la opinión pública este tipo de dificultades.

También hubo un tiempo en el cual Televisa mantenía el monopolio se solía decir que el Secretario de Educación grande despachaba en avenida Chapultepec y el pequeño en la calle de Argentina. De manera irónica se decía que lo que la escuela construía por las mañanas la televisión lo destruía por las tardes. Mientras las Escuelas intentan formar a sus educando, en este caso niños y adolescentes, la televisión procura desvirtuar este tipo de formación ya que se habla en este medio de que la felicidad se da en bienes materiales.

Día con día la televisión inculca en los niños y adolescentes la visión de la vida con un sentido carente de sentido humano desvirtuando lo educativo de las escuelas ya que se les familiariza con estereotipos. Las telenovelas moldean sus aspiraciones y su lenguaje, es la educación sentimental donde generaciones de mexicanos productivos se abandona por décadas de consumidores potenciales.

Desde el punto de vista educativo conviene reflexionar en tres aspectos en relación a este tema de la televisión pero en particular de la telenovela juvenil, el primero es que los niños no desarrollan sus sentido crítico, es decir, la manera en que se le presentan las tramas y como se caracterizan los personajes, todo esto unido a la rapidez y el carácter visual propio del género suprime la posibilidad de cuestionamientos, trayendo como consecuencia el que la mente se acostumbra a la superficialidad y la trivialización.

En segundo, los efectos sobre los sentimientos y el carácter de los niños y adolescentes. El filósofo Karl Popper menciona que los niños vienen al mundo estructurados para adaptarse a su ambiente, educarlos significa presentarles un ambiente positivo y humano, preparándolos para que enfrenten el futuro de manera sistemática y con las herramientas necesarias que debe proporcionar la educación escolar. Se deben crear ciudadanos que tengan todo lo necesario para vivir en sociedad y no que sean producto de la monotonía y la fantasía de la telenovela, que sean producto de procesos educativos.

Tercero, la televisión y en especial la telenovela provocan la deformación de la realidad. Ya que muchas veces el personaje se trae las simpatías del televidente por su constante devoción y su "sentido moral". Es decir, se puede tratar de homicidios, robos, etc. pero lo que se castiga no es el hecho en sí. Es el uso del maniqueísmo televisivo cuya vertiente es reduccionista, los buenos no pueden hacer nada malo, ni los malos nada bueno, esto puede traer como consecuencia que los niños y jóvenes se les impida comprender la complejidad de la realidad humana, y sólo se les está formando una mentalidad simplista.

Los milagros como sustitutos de la realidad en la telenovela

Cuando el destino o la causalidad resuelven la situación dramática, se responde a un deseo del público. Si bien los personajes tienen que trabajar por su felicidad, en estos casos el cumplimiento de ella en realidad no depende de ellos. Esta construcción posibilita el deseo de resolver los problemas de la vida cotidiana con “milagros”, lo que trae como consecuencia que los que consumen las telenovelas, en este caso las telenovelas juveniles, no se pregunten ¿Qué tengo que hacer? Sino que gracias a la intervención divina es como tiene que funcionar el mundo.

Los problemas que vienen “de fuera” no responden a ninguna cuestión de tipo legal, psicológico, cultural, etc. sino que son enfrentamientos de oposiciones bien definidas, como lo son las cuestiones morales, el bien contra el mal, el odio y el amor, víctimas y victimarios, etc. Todo esto se da con consentimiento del público, lo cual provoca en el teleauditorio una enorme carga emocional que desemboca en una catarsis.

Lo atractivo de estos melodramas es tener explicaciones que el “milagro” resuelve, esto es el “milagro” proporciona la respuesta para el sufrimiento. Busca que nuestra moral sea condicionada y que los “otros” están fuera de esa moral y con ello fuera de la aceptación social.

CAPÍTULO II

Fantasía, realidad y comunicación

La Fantasía

Para llegar a una definición respecto a este concepto tomaremos la teoría Lacaniana. Según esta teoría la fantasía es una operación psíquica que se encuentra permanente en el sujeto y que en ocasiones puede causarle angustia. Visto desde esta hipótesis, la fantasía, no puede llegar a ser catalogada como buena o mala, es decir, la fantasía es una respuesta que el sujeto hace en relación a su realidad conjuntamente con sus deseos inconscientes. Es necesario señalar que entre el sueño y la fantasía son retorno de lo reprimido, ambos están constituidos por los diversos mecanismos del inconsciente: condensación, desplazamiento, etc.

El rol de la fantasía dentro del sujeto es el desarrollo psíquico del individuo y marcan su historia por el modo en que los hechos que le acontecen son resignificados día con día. Al ser de carácter inconsciente se manifiesta en su comportamiento y en la relación que mantenga el sujeto con los otros.

Ahora bien la definición de fantasía que según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2011) es: la facultad que tiene el ánimo de reproducir por medio de imágenes las cosas pasadas o lejanas, de representar los ideales en forma sensible o de idealizar las reales. Ahí mismo se menciona que la palabra fantasía proviene del latín *phantasia*, ΦΑΝΤΑΣΙΑ, (φαντασια). Fantasma

y fantasía, comparten la misma raíz etimológica ya que ambas provienen del verbo griego φαίνω (*phaíno*) que indica: aparecer, mostrar o manifestar. Al parecer esta podría ser una aproximación al parentesco de ambos términos pero como se verá cada uno tiene sus especificaciones.

Freud descubre algunas escenas que describían sus pacientes en análisis que en realidad no habían pasado, ahí comienza el estudio de las fantasías, al hablar de la realidad psíquica y del inconsciente, que tiene manifestaciones en nuestra vida cotidiana. Lacan retomando el concepto de fantasía de los textos originales de Freud, formula el concepto de fantasma, es ahí donde logra ejemplificar algunos de los conceptos que hasta el momento ya había desarrollado, para poner en evidencia que el sujeto en muchas ocasiones sustituye con objetos imaginarios lo que le hace falta al individuo, al ser considerado un sujeto deseante.

La importancia de estudiar la fantasía radica en que con su estudio se descubre aquello que es atormentador para el sujeto, refugiándose en un mundo que lo consuela de su enfrentamiento con lo real. Para Lacan la fantasía es la respuesta del sujeto a una pregunta que no puede responder, entonces recurre a su imaginario para poder contestar a la pregunta ¿Qué quiere el otro de mí?

Por lo tanto la fantasía es la presencia de algo que no está, que se inventa y tratamos de materializar.

La fantasía constituye nuestro deseo, nos guía para saber cómo desear, cada sujeto se ve obligado a inventar sus propias fantasías con tal de regular su deseo. Un ejemplo se da en los medios de comunicación, que bombardean al

sujeto pidiéndole que elija, dirigiendo la publicidad al sujeto como supuesto a saber lo que realmente desea, qué película ver, qué ropa comprar, cómo comportarse, qué desear, dónde pasar sus vacaciones, qué beber; los nuevos medios privan al sujeto del conocimiento de lo que quiere, se dirigen a él como un sujeto maleable a quien se le debe decir constantemente lo que en verdad desea, la evocación misma de la elección debe ser hecha creando necesidades, de ahí que la respuesta del sujeto se da en la medida de que supuestamente no sabe lo que desea. La fantasía funciona en ambos sentidos, al mismo tiempo que limita el espectro de posibilidades, crea y sostiene la estructura de elección forzada, nos dice que debemos elegir de acuerdo a lo establecido. Es decir, convertir lo fantástico e imposible en una posibilidad, un camino.

En la fantasía el sujeto invoca los objetos como reales, el sujeto se aferra a su fantasía, al elemento que promete darle identidad en un mundo que no logra dársela.

El hombre encuentra insatisfactoria su realidad debido a las presiones y exigencias que se le imponen en su vida diaria, por lo que mantiene a su vez una realidad interna en donde la fantasía puede llegar a ser compensatorias, cumpliendo deseos, protegiendo así su personalidad y las emociones que busca expresar. Es por ello que se cree que las fantasías sean lo opuesto a la realidad, ya que comúnmente se piensa que el pensamiento intelectual es aquél que va del lado de la realidad.

Por otro lado la fantasía tiene función de preparar al sujeto para anticipar lo que probablemente pudiera pasar y tratar de sustituir la realidad

desagradablemente, esperando modificar el momento en el que se está o se encuentre. “Ciertas fantasías constituyen ilusiones con respecto al mundo que compartimos con otros seres humanos, y su aceptación nos vuelve más cómoda nuestra vida social” (Segal: 1950, p.52).

Qué entendemos por realidad.

Para dar una idea sobre esta cuestión comenzaremos por decir que según Émile Meyerson (1993) la ciencia tiene como fin explicar lo real, domesticándolo con base en la razón, para este autor lo real es todo aquello que se resiste a la deducción de la razón. Es decir, lo real sólo puede ser asimilable a través de la razón.

La ciencia es para Meyerson la tentativa de explicación de lo real a través de la búsqueda de su imagen. En otras palabras el intelecto necesita de la identificación de los fenómenos en espacio y tiempo, como principio de conservación y debido a que la realidad es variada y para ser explicada esta variedad, el intelecto tiene que reducirlo a categorías de identificación (Meyerson 1993a).

La Percepción

Al hablar de la percepción es necesario saber que al estudiarla su significación es diversa, todo ello se debe a que el problema de la percepción se ha estudiado

desde los primeros filósofos griegos, los primeros pensadores anteriores al Renacimiento, los intelectuales árabes, los académicos latinos, los Ingleses y los físicos alemanes conjuntamente con los médicos que fundaron la fisiología y la psicología.

Por otro lado muchas escuelas que desde su propio punto de vista teórico conjuntamente con sus técnicas metodológicas han influido sobre el estudio de la percepción como lo han sido psicofísicos, conductistas, funcionalistas, introspeccionistas analíticos, teóricos sensoriales, teóricos eferentes, expertos en inteligencia artificial y psicólogos computacionales, hasta el otro sector que niega la existencia o la capacidad de estudiar el hecho consciente que se llama percepción

Es decir, al estudiar la percepción el interés es ver de qué manera nuestra experiencia consiente se relaciona con los objetos y las relaciones que se dan entre éstos. Podemos señalar que la percepción se interesa por la forma en que las personas forman una representación consiente del entorno externo, así como su precisión de dicha representación.

A grandes rasgos la percepción fundamenta su importancia dentro de la psicología ya que debido a que toda la información que llegamos a tener acerca del mundo que nos rodea nos llega a través de los sentidos. Todo ello quiere decir que la representación consiente que llegamos a tener del mundo puede verse afectada por varios factores, lo que puede llevar a ilusiones y a una percepción errada de la realidad, es decir del mundo externo.

La Comunicación

En este apartado se analizará el concepto de comunicación. En primer lugar la comunicación es una serie de actos expresivos, es todo un procedimiento para lograr algo, este algo se da con el fin de alcanzar todo un sistema de interacción. (Martin Serrano, Manuel, *et al.* (1993). “Epistemología de la comunicación”. México, UNAM. ENEP Acatlán. p. 45.)

Por otro lado podemos decir que la comunicación humana es un sistema abierto en el cual sus componentes son heterogéneos, sus relaciones están organizadas, asumen funciones diferenciadas en el proceso comunicativo. Es decir aparece como un sistema cuyos contenidos están impulsados a cumplir las posiciones y cumplir las funciones que les asignan los comunicadores. (*Ibid.*, p. 159).

El Proceso de comunicación

Con ello podemos decir que al ser la comunicación un sistema abierto, éste se verá afectado por influencias exteriores de otros sistemas no comunicativos, que afectan a sus componentes y a la vez también afectará a estos otros sistemas. En el caso del sistema social se darán relaciones de interdependencia entre ellos. Sus componentes son los siguientes:

- Actores: personas físicas que pueden comunicar con otros, siempre que su intervención técnica en el proceso comunicativo excluya,

incluya o modifique a los datos de referencia proporcionado por los otros actores. El actor debe estar implicado en la producción, consumo y distribución de la comunicación.

- Instrumentos: son los amplificadores que pueden salvar la distancia física o temporal entre los actores. Se organizan en sistemas de amplificación y traducción de señales constituidos por un órgano emisor, un canal receptor.
- Expresiones: (sustancia expresiva) se refiere a cualquier entidad perceptible por algún sentido de Alter, sobre el Ego, por lo cual se ha realizado un trabajo expresivo. Poseen la capacidad de generar señales que pueden afectar a los sentidos de algún ser vivo.
- Representaciones: Actúa organizando un conjunto de datos de referencia proporcional por el producto comunicativo, en un modelo que posee algún sentido para el usuario o los usuarios de esa representación. Se diferencia según su uso, y estas son:
 - ❖ Representaciones que son modelos de acción, las cuales dan a la información un sentido que afectan el comportamiento.
 - ❖ Representaciones que son modelo para la cognición, que dan a la información un sentido que afectan al conocimiento.
 - ❖ Representaciones que son intencionales y dan a la información un sentido que afecta los juicios de valor.

CAPÍTULO III

La Educación y los valores

La Educación

Hay que comenzar con indicar que la educación no sólo se da en la escuela en donde la proporcionan los maestros, sino que la educación, en su etapa inicial, proviene de la familia, después de algún tiempo, el individuo debe integrarse a la escuela, donde además de recibir la educación necesaria para su desarrollo debe de comenzar a interactuar con amigos y el medio que lo rodea.

En la actualidad sabemos que las personas continúan aprendiendo de sus experiencias, siendo capaces de absorber y acumular conocimientos e ideas, en ocasiones de manera pasiva, como en el caso de la televisión, visitando museos, observando a sus padres y amigos, etc. Esto se hace sin pensarlo, del mismo modo que respirar.

Por otro lado se supone que la educación formal en su forma sistemática es planificada e intencional; sin embargo en el mundo actual existe otro tipo de educación en la cual el ser humano no está consciente de que se le educa.

No debemos olvidar que el individuo en todo momento está expuesto en el hogar, en la escuela a códigos de comunicación que se contemplan como lenguaje vulgar, insultos, gritos, etc. Si no se le instruye de manera adecuada al ser humano está propenso a seguir normas de conducta que pueden afectar su juicio, trayendo como consecuencia que este tipo de comportamiento lo enseñe a

otras generaciones más jóvenes, y se convierten en patrones de conducta difícil de cambiar.

Ahora bien, la educación es demasiado importante para seguir dejándola en manos de las instituciones oficiales y de los docentes a cargo. Debemos entender que los padres, conjuntamente con la comunidad deben de ser agentes activos en el proceso educativo de sus hijos. Por otro lado al incluir a los medios de comunicación, éstos deben proporcionar programas de calidad en beneficio de la propia sociedad, y a su vez los padres deben orientar a los hijos en los programas que están viendo.

La educación informal.

¿Qué es la educación informal? Pues bien, la podemos definir como un proceso de aprendizaje, es dentro de su estructura social un sistema no determinado y se da de manera intencional. En este tipo de educación, se pretende que el individuo obtenga conocimientos para utilizarlos en su vida cotidiana.

La educación informal existe desde mucho antes de que se diera el propio concepto. Pero éste comienza a incluirse a finales de los años sesenta. Se trata de un proceso continuo y espontáneo, que se realiza fuera de la escuela (educación formal) y actividades extracurriculares (educación no formal). La educación informal es un proceso de aprendizaje, como un hecho social no determinado, y que se da de manera intencional. El sistema lo reconoce y lo utiliza como parte de sus aprendizajes.

Los medios masivos de comunicación entran ya en la modalidad de la educación informal, es decir, son actividades diseñadas, pensadas y por tanto programadas para lograr un objetivo de formación específico, En la televisión existen programas que promueven una educación informal, ejemplos de estos son: *Plaza Sesamo*.

Toda esta interacción entre el televidente y la televisión se explica por medio de la comunicación.

Comencemos por dilucidar que la televisión trasmite mensajes por medio de signos, los cuales son recibidos por el televidente. Este proceso se da a través de la precepción, ya que la televisión permite ver a través de las imágenes experiencias que no hemos vivido para crear juicios o ideas.

Muchos estudiosos de la influencia de la televisión han expresado cómo la televisión ha cambiado a la sociedad, de igual manera han señalado cómo es que se da la educación informal a través de la televisión.²⁶

El concepto de valor

Las definiciones que se dan sobre este concepto son muy variadas, en nuestro caso tomaremos la definición que hace de ella Luis Villoro²⁷, para este autor un Valor es aquel en que se consideran las características de los objetos, de sus acciones y donde son seleccionadas de manera libre por parte del sujeto que le

²⁶ Sartori, Giovanni. *Homo videns: AL sociedad teledirigida*, Edit. Taurus, Madrid. 1998.

²⁷ Villoro, Luis. *El poder y el Valor*, México, FCE, 1997.

sirven para orientar sus comportamientos y acciones en la satisfacción de determinadas necesidades. Es decir, el hombre al estar sujeto por su configuración espiritual, vive constantemente en un ambiente de Valores, símbolos y señales cuyo uso hace necesario una exacta comprensión de la importancia de los Valores. Con ello tenemos que los valores se fundamentan en estas definiciones:

- a) Un sujeto dotado de necesidad de motivación.
- b) Un objeto, una persona, una actitud, algo que sea capaz de satisfacer y atender la exigencia del sujeto.

Con todo ello podemos decir que un Valor es lo que hace que el hombre sea tal cual es dentro de la sociedad y que sin estos Valores perdería gran parte de su sentido de humanidad. El Valor es en sí mismo una perfección para el ser humano. Al hablar de Valores Humanos es la aceptación de que el hombre es en sí mismo un Valor supremo y no puede ser supeditado a otro tipo de valor material como es el dinero, la ideología, etc., por ello los Valores se encuentran presentes en toda sociedad humana.

Por otro lado al hablar sobre el hombre dentro de la sociedad, la misma sociedad le pide al hombre un comportamiento digno, es por ello que cada persona se convierte en un promotor de Valores. Es decir, los Valores se convierten en puntos de referencia socio-educativos, los Valores son considerados referentes que orientan al ser humano hacia un comportamiento correcto dentro de la sociedad.

Los Valores y su uso por parte de los hombres determinan la orientación, la conducta y vida de cada individuo y del grupo social. Se puede hablar de los siguientes tipos de Valores.

- 1) De lo agradable y desagradable que corresponde a la naturaleza sensible.
- 2) Vitales, cuya categoría fundamental son lo noble y lo vulgar. Tiene que ver con la valoración de lo humanamente vital: la juventud, la lozanía, la vitalidad, etc.
- 3) Los Valores espirituales y estos comprenden:
 - a) Los Valores estéticos, como la belleza.
 - b) Los Valores jurídicos, la justicia.
 - c) Los Valores del conocimiento puro, la verdad.
- 4) Religiosos, que se expresan mediante lo sacro y lo profano. Este valor según Luis Villoro, sostiene todo, es el Valor supremo (Villoro: 1997. p. 13-14).

Los Valores

Para Luis Villoro el Valor es utilizado en diversas áreas y con ellos se tiene diversos significados. Es decir si lo vemos desde el punto de vista cotidiano, un Valor se puede definir como aquel objeto que tiene características que lo determinan hacia una actitud favorable. Por ello podemos decir que un Valor tiene dos acepciones, la primera es una aproximación por parte del objeto de manera

intencional y tiene una actitud positiva, es lo deseado o estimado por un sujeto, por lo tanto lo que el sujeto percibe es un beneficio para él. La segunda es que la aproximación es lo deseable para cualquiera que cumpla con ciertas condiciones, es lo realmente benéfico para cualquiera que cumpla con determinadas condiciones.

La atribución de Valor subjetiva a un objeto reseña simplemente un hecho, ese objeto es término de la actitud positiva (deseo, afecto, estimación) de alguien. Pero al hablar de Valor objetivo tenemos que señalar que es condición de un razonamiento del que se infiere que el objeto es deseable, estimable con independencia de que alguien tenga de hecho una disposición positiva hacia él.

Con todo esto surge la pregunta ¿Qué son los Valores? Y según Luis Villoro son juicios morales que nos permiten actuar de determinada manera, la cual para cada sujeto funcionan de manera correcta o incorrecta, aunque varían de sujeto a sujeto hay valores universales que se comparten con algún grupo de personas, (Luis Villoro: 1997. p. 58).

Los Valores los podemos encontrar en cada sujeto o grupo. Por ejemplo: para María, Juan y Pedro los Valores de honradez, lealtad, amistad, fraternidad, sinceridad son los mismos ya que pertenecen a la misma familia.

Son las actitudes las que se encuentran ligadas con los Valores siendo estos los que determinan la forma de actuar de cada sujeto. Podemos decir que las cosas no son valiosas por sí mismas, sino que somos nosotros los que les damos determinado Valor. Los Valores no tiene la misma importancia para todos,

cada persona va construyendo a lo largo de su vida su propia escala de Valores y procura comportarse de acuerdo a ello. Es debido a ello que cada persona hace una jerarquía de ellos con ellos se hará que no todas las personas interpretemos de la misma manera las vivencias y los problemas, ya que según los Valores que jerarquicemos daremos sentido a la realidad y la afrontaremos de una forma determinada. Es decir, Valor es todo aquello a lo cual se aspira por considerarlo deseable ya se trate de objetos completos, de ideales abstractos que motivan y orientes el quehacer humano en una cierta dirección.

Según Garza Treviño J.G²⁸, los Valores existen desde la época griega y estos Valores eran la verdad, el bien y la belleza. Para los griegos era de sumo estimado debido a la importancia de cada uno de ellos. La verdad era apreciada por que según ayudaba a que los jóvenes llegaran a un grado de entendimiento.

Por ello el bien es un Valor que se ve reflejado en la capacidad de mantener un alto grado de apreciación de las cosas que van aprendiendo durante el transcurso de la vida y la belleza se relaciona con el resultado de los conceptos de abstracción que se logren.

En la actualidad, se cree que hay una crisis de valores sobre todo en los adolescentes en todos los ámbitos de la vida, pero no hay que olvidar que los Valores son universales, es decir se reconocen en todo el mundo así mismo se debe aclarar que en cada cultura va variando la jerarquía de dichos Valores y que estos tienen ciertas características que nos permiten reconocerlos y entenderlos. Son intangibles por ello se expresan a través de las acciones humanas ya que no

²⁸ Garza Treviño, J. G. Educación en Valores, México, Editorial Trillas, 2000.

se pueden ver, son abstractos y por ello están inmersos y son implícitos en nuestras acciones ya que son estas mismas acciones las que dan forma y fin a dichos Valores y que nos permiten actuar de manera coherente con nuestra manera de ser y pensar. Podemos decir que los Valores son:

- a) Atemporales, porque se manifiestan de formas diversas a través de los tiempos.
- b) Son intransferibles, son de cada persona, dependen de la jerarquización del sujeto.
- c) No son estáticos ni inamovibles, al contrario son vivos y cambiantes, dependen de la época, la historia, la cultura y el entorno social.

Con todo esto no hay que olvidar que los adolescentes se encuentran en una etapa de grandes cambios en la que día a día se construye y se afirma su identidad como individuos y como miembros de la sociedad con mayor autonomía. El papel que logren desarrollar durante su vida adulta dependerá en todo momento de las oportunidades de desarrollo personal y de la formación que se les brinde en esta etapa de su vida.

La importancia de los Valores

¿Por qué son importantes los valores? y ¿qué medios son válidos para el desarrollo de los mismos? Pues bien retomando a García Alonso:

En todo proceso la libertad, así como la educación de la libertad, constituyen el hilo conductor a las acciones tales como optar, preferir y adherirse a un sistema de valores;

para la tarea educadora hay acciones que son reconocidas ante la posición central del hombre-persona con los valores.²⁹

Con ello el autor nos manifiesta que cada persona en formación ha de ser libre de adoptar por su propio sistema de valores lo que más le conviene y nadie tiene derecho a imponer a otro un sistema único predeterminado, aunque tampoco se necesita ocultar los valores propios.

Por esto la tarea de la educación escolar es ayudar a los adolescentes para la elección de su propio sistema de valores, libres de toda coacción. Tarea de sumo necesaria por parte del sistema educativo formal, es por ello que la libertad es un modo de ser de la voluntad cuyo desarrollo se encuentra en el intelecto, de tal modo que la voluntad no puede querer nada que no le sea previamente presentado como un bien por el intelecto mismo, y esto es la facultad de conocimiento propio del ser humano, al hacer uso de su libertad, alcanza como todo intelecto la amplitud total del ser, permitiendo con ello desarrollar los valores que le han sido presentados y enseñados.

La tarea de la escuela es ayudar a los adolescentes a superar sus propios límites personales en la realización de valores:

Los valores no están exclusivamente en la línea de tener y poseer, sino también en la de dar y en la de reconocer a los demás, esto implica el hecho de que los valores presentan la exigencia de comunicarse, no es posible apreciar a

²⁹ García, Alonzo Luz. *Ética o Filosofía Moral*. México. Editorial Trillas, 2006. p. 79-84.

fondo un valor, sino vivirlo frente a los demás, esto es, sin ofrecerlo también a los demás como verdadero y auténtico valor.³⁰

³⁰ Morilla, M. "Comunicación intersubjetividad, valores y lenguaje" en *Educación y Valores*, Madrid, Narcea. p. 150.

CAPITULO IV

Adolescencia

Los adolescentes desde el discurso de la pedagogía

Sobre la historia de la infancia, a saber: la condición de “dependencia” al interior de la familia, hasta el momento del matrimonio. La escuela cumpliría funciones congruentes, en la medida que se le asigna la tarea de dirigir la maduración y el desarrollo, básicamente de hijos varones de la burguesía. La noción de niñez, extendida mediante las nociones de infancia y juventud, asume la connotación de “seres incompletos”, futuros seres humanos, que requieren protección y capacitación, a quienes se concede un “tiempo de irresponsabilidad estructurada”, necesaria para el desarrollo del capitalismo naciente, que requiere sujetos productivos en el nuevo sistema de relaciones sociales en el cual cambian los modelos de propiedad ligados a la tierra. La “tutoría privada” (Musgrove, 1964) toma forma específica en la escuela y en la juventud a partir del siglo XVI.

La juventud surge, pues, como un período de desarrollo para la burguesía, moldeado por la educación secundaria. La sociedad industrial requería mano de obra con capacidades técnicas; es una demanda que se hace al sujeto adolescente, dado el progreso técnico de los métodos de producción. La escuela secundaria se encargará de dotar de conocimientos útiles para la producción a los futuros trabajadores. El individuo debe adquirir las habilidades para realizar sus funciones sociales y de este modo poder entrar a la vida adulta. Como resultado de los cambios sociales del siglo XVIII, particularmente de la relación entre la

formación de la nueva familia, la construcción de la naturaleza de la infancia y la importancia de la intervención pedagógica en el desarrollo de categorías de edad, se consolida esta etapa transicional entre niñez y adultez, que se empezará a llamar adolescencia.

A pesar de las imprecisiones referidas al tránsito de la niñez a la juventud, es importante la comprensión de la niñez como requisito específico previo a la juventud. Algunas investigaciones nos muestran que niños y jóvenes eran tomados por las sociedades medievales como adultos en miniatura, lo cual se reflejaba en su vestido y estilo de vida. La percepción generalizada era que estos no cruzaban por fases concretas de desarrollo. La niñez se concebía como un estado inmaduro que implicaba una tarea para la familia, pero ello solo es evidente entre los niños varones, escolarizados, hijos de burgueses. La mayoría de las mujeres e hijos de clases bajas transitaban de manera directa de la niñez a la adultez. La familia estaba para proteger la inocencia y apoyar a los niños, vistos como débiles.

Estamos hablando que en la sociedad medieval la familia se desarrolla a partir de la evolución de una forma de propiedad alternativa a la propiedad de la tierra. El desarrollo de la institución familiar está relacionado con el surgimiento de nuevas clases sociales (particularmente los burgueses, y dentro de ellos los comerciantes) que asumen una identidad social a través de la familia. En los siglos XVI y XVII las escuelas se dirigen a la juventud (antes no era importante la edad del educando), reforzando la disciplina, con base en la concepción de inmadurez de los infantes y jóvenes. De este modo, la niñez se extiende en tanto dura el ciclo

educativo, edad tutelada en contraste con la libertad que disfrutaban los adultos. La separación basada en clases sociales desde el siglo XVIII, convierte la educación secundaria en privilegio de la clase media (las clases bajas solo accedían a la educación primaria).

Al igual que la familia el mundo de los jóvenes estaba separado de la sociedad circundante, del ámbito de lo público, acrecentando la dependencia creciente respecto de los padres. La formación de un sujeto independiente requirió de un marco de referencia, un sistema educativo donde se formularon, como requisito previo, demandas sociales de capacitación para entrar a la vida social adulta.

(Musgrove, F: 1964) afirma que el concepto “juventud” fue inventado por Rousseau en 1762, al ver como los sastres, los impresores y los maestros emplearon un grupo de edad específico: el joven (ni adultos, ni niños). La juventud comienza a concebirse pues, en los sucesos que implican integración con la sociedad. Así, va surgiendo una legislación y unas convenciones sociales que perfilan lo que vino a entenderse como “juventud”. Primero estuvieron los tutores y luego la escuela para colaborar en esta misión.

En las sociedades pre-industriales o pre-capitalistas, no se necesita una moratoria psico-social entre niñez y adultez. La estructura social básica se denominaba “la casa”, allí ocurría el estilo de vida típico de los terratenientes y comerciantes, con base en la fuerte relación entre producción y condiciones de vida compartidas. Por su carácter básicamente económico, los lazos emocionales entre los esposos y con los niños eran más débiles, provocando altas tasas de

mortalidad que impedían pensar en una fase de transición juvenil para el desarrollo de la identidad personal.

Sin embargo, cuando emerge la familia proletaria, tampoco se crearon condiciones para aceptar en su seno la infancia y la adolescencia, en sentido psico-social. Tardíamente emerge en el proletariado la juventud de la clase obrera. En contraste, la juventud se convierte en período de socialización para hijos de la burguesía, implicando un entrenamiento práctico, teórico y vocacional que formará su carácter de “patrón”.

Según Hall (1904) y Erikson (1950) en sus trabajos de pedagogía y psicología, la adolescencia - que empieza con la pubertad y termina con la madurez adulta- es un periodo volátil de formación de la identidad, turbulento, traumático. En la primera mitad del siglo XX la categoría ya es de común aceptación.

Conceptos de adolescencia

Algunos autores ven esta etapa como una “crisis” donde el adolescente está buscando su identidad: “La adolescencia es un periodo de la vida que oscila entre la niñez y la adultez y cuya duración e incluso existencia han sido discutidos y definidos como épocas de crisis”. (González Nuñez: 1989, 14). Por su parte otro autor nos dice que este periodo se considera como: “la fase de transición entre la infancia y la edad adulta” (Lehalle Henri: 1990, 14). Podemos decir que esta definición, puramente descriptiva, supone que se pueden caracterizar dos estados

psicológicos relativamente estables como son: la infancia y la edad adulta. En tanto otro autor sostiene y establece a la adolescencia como el periodo de transición entre la niñez y la vida adulta y que se caracteriza por cambios físicos, cognitivos, psicosociales y afectivos, (Dulanto Gutiérrez: 2000). Con lo anteriormente establecidos podemos decir que la adolescencia va de los 10 a los 18 años en las mujeres, y de los 12 a los 20 años en los hombres.

También es importante no perder de vista que al hablar de esta etapa, no se está hablando de un periodo breve en el desarrollo del ser humano, sino que es una etapa evolutiva en la que tienen lugar un gran número de cambios interrelacionados entre sí y que son muy complejos, ya que éstos determinan un objetivo específico en el adolescente: la búsqueda de la identidad.

Esta búsqueda de la identidad incluye, por parte del adolescente, la definición del rol de género. Es la elegir la vocación, la identificación de compañeros o amigos, poder lograr una cierta dependencia de los padres, adquirir las aptitudes sociales que debe tener todo adolescente para interactuar con los demás, el desarrollo de habilidades académicas necesarias para su futura profesión, adaptarse a un físico que está cambiando de manera rápida, el desarrollo sexual y asimilar un conjunto de normas y valores que le servirán de guía en su vida.

No hay que olvidar que el adolescente por lo regular es marginal, esto es, debido a que sus derechos y responsabilidades no están claramente definidos como puede ser en el caso de los niños y de los adultos. Por ello, en parte, son

responsables de su propio bienestar, de su proceso personal y social, pero todavía están sujetos a la autoridad del adulto. Este proceso está insertado dentro de un marco cultural y económico; su éxito o problemática dependerá del marco de referencia en que el sujeto se formó desde la infancia y deberá dominarlo en el presente. Como resultado de esta represión funcional se obtiene paulatinamente la maduración emocional y afectiva que brindará la felicidad para desarrollar capacidades como la comunicación y estilos de relación humana dentro y fuera de la familia.

Ahora bien, tal parece que la adolescencia no es una etapa que reniegue o abandone el mundo infantil, los valores de la familia, ni el rechazo a los padres o adultos. Es un tránsito donde se revisan las primeras etapas de la vida, se reorientan los valores que sirven de apoyo y punto de partida para iniciar la búsqueda de su identidad, se buscan como personas en la sociedad, afirmarse como tal ante los demás; es compartir los valores éticos, religiosos y culturales de una nueva generación y que más tarde tendrá que sumarse al esfuerzo creativo de las generaciones procedentes que han abierto caminos y oportunidades para que con su esfuerzo aporten nuevas opciones y formas de vida congruentes con el adolescente, su generación y el cuerpo social, (Dulanto Gutiérrez: 2000, 143).

Autores como Valadez, T., explican que el término adolescencia, cuya etimología proviene del latín: *adolescencia*, derivada de *adolescere*: “crecer” y éste a su vez originado de *ad-alere*: “alimentar”, (Valadez, T: 2002, 13). Según Papalia, Diane (2005, 445) el periodo de la adolescencia no sólo incluye los cambios físicos; sino que también entran los aspectos afectivos, psicológicos, sociales y

cognitivos. Es por ello que dentro de este periodo nos podemos encontrar con tres etapas:

- 1.- Adolescencia temprana que abarca desde los 12 a los 14 años de edad.
- 2.- Adolescencia media que se extiende desde los 15 hasta los 17 años.
- 3.- Adolescencia tardía o fase de resolución de la adolescencia que comprende desde los 18 a los 21 años de edad.

Por su parte Peter Bloss (1980), divide a la adolescencia en tres etapas, las cuales pasaremos a describir a continuación

Adolescencia Temprana:

Este autor propone que la etapa a la cual él llama Temprana comienza o inicia de los 14 a los 15 años, los valores, las reglas conjuntamente con las normas morales van adquiriendo independencia de la autoridad paterna, con ello el autor señala que el adolescente comienza a protestar, inicia una etapa de romper con convencionalismos impuestos por la autoridad paterna, rompe con las costumbres dentro de lo cotidiano, y con aquello que tenga que ver con los gustos y aficiones que sus padres le enseñaron.

El autor señala, por otra parte, que el adolescente comienza a caracterizarse por no saber lo que busca, ante tal incertidumbre puede o llega a perder el control de sus emociones, ello le atrae como consecuencia que la relación con sus padres sea ambivalente, por un lado trata de alejarse de ellos

pero de manera afectiva busca todavía se aprobación y afecto, por ello el ser adolescente es que: “experimenta el mundo externo con una singular calidad sensitiva que él piensa que no es compartida por otros: Nunca nadie se ha sentido como yo, nadie ve al mundo como yo...” Con ello existe un total desconcierto, el adolescente siente una ruptura de identidad que lo llevan a tener una serie de sentimientos desagradables que le crean confusión, desorganización, descontrol de sus emociones, y con ello llega a la irritabilidad, que no son otra cosa que producto de las exigencias que le van señalando constantemente su entorno, en este caso estamos hablando del ambiente familiar. El adolescente no sabe que durante esta etapa tiene que realizar tareas que lo deben de llevar a una madures, tales como la elaboración del auto-concepto, su maduración hacia el desarrollo del pensamiento abstracto, sobre la búsqueda de la heterosexualidad y sobre todo el cambio que tiene sobre la perspectiva del tiempo, en este caso sobre la idea del futuro que en esta etapa comienza a ser fundamental y se convierte en una verdadera preocupación.

Adolescencia Media

En esta etapa se da entre las edades que van de los 15 a los 18 años de edad, durante esta edad se dan dos temas dominantes, los cuales son: revivir el complejo de Edipo, conjuntamente con su desconexión con sus primeros objetos de amor, y con ello inicia la etapa de encontrar objetos que lo lleven a un establecimiento de la organización de los impulsos adultos.

Es decir, estamos hablando de la afirmación gradual del impulso sexual y que va en ascendencia que llegará a producir una aflicción conflictiva en el “yo”. A partir de aquí va a ser evidente la presencia de los indicadores que señalan su ingreso a otro nivel de desarrollo. Durante este periodo se da la toma de decisiones, la elección de valores, su interés por cuestiones de índole profesional, pero todo ello se da de manera lenta y sin ningún tipo de desorden.

Por otra parte el sistema escolar favorece de manera significativa el ambiente para desarrollar una serie de relaciones sociales mucho más amplias que son acompañadas por una relativa libertad, con esto no es nada extraño observar la independencia un grado relativo de separación del seno familiar en el plano escolar, motivo que trae en algunas ocasiones que desvíen sus intereses a otras actividades (los amigos, los noviazgos, las fiestas, el alcohol), dejando de lado sus responsabilidades.

Lo señalado anteriormente trae como consecuencia el fracaso escolar que en ocasiones lleva a la deserción escolar. En esta etapa el adolescente comienza poco a poco a alcanzar la madurez intelectual, llegando al estadio de las operaciones formales, es decir, es capaz del razonamiento hipotético deductivo.

En este estadio el adolescente tiene la capacidad de su propio pensamiento reflexivo. En el ámbito intelectual, la persona tiene una inteligencia dimensional, objetiva y observa con mayor atención y perspectiva.

Podemos decir que la maduración se ha logrado mediante cambios en la relación con las etapas anteriores, y su vida emocional se torna más intensa, sus

horizontes se van ampliando mucho más y va cambiando gradualmente hacia el amor heterosexual.

También durante esta etapa existe una participación más intensa con los llamados “grupos de pares” (Bloss, Peter., 1980) éstos permiten la identificación conjuntamente con los roles de los adolescentes sin que con ello signifique emanar una serie de compromisos permanentes, trayendo consigo que se descarguen ciertos sentimientos de culpa que acompañan a la emancipación de las dependencias, prohibiciones y lealtades infantiles.

Los adolescentes se van definiendo de acuerdo a las relaciones que van estableciendo con los demás, tanto en el ambiente familiar, escolar, o con sus pares en una retroalimentación y reorganización cognoscitiva y que de cierta manera puede ser vulnerable por determinadas experiencias negativas, que han influido en él. Sin embargo se da la posibilidad de interiorizar la imagen de sí mismo, a medida que la identidad se configura. Durante este estadio el desarrollo de los valores dependerá de la influencia de factores socioeconómicos, culturales, familiares y de su propia historia personal, que lo van a conducir a una interpretación de sí mismo y del mundo que lo rodea. En el aspecto moral irán confluyendo los logros del pensamiento y la afectividad, es decir, todas aquellas decisiones, acertadas o no, que en adelante comience a tomar el adolescente lo llevarán a comprometer todos aquellos componentes de su personalidad.

Dichas características las podemos resumir así:

- Una participación más intensa con los grupos.

- Elaboración del auto-concepto feminidad/masculinidad.
- Desarrollo del pensamiento abstracto.
- Búsqueda de la heterosexualidad.
- Jerarquización de valores.
- Cambio de la perspectiva del tiempo.
- Preferencia por un destino que lo ocupe.

Durante la adolescencia según Dulanto, Gutiérrez (2000) se da o se vive una “etapa propensa a experimentar y desarrollar el sentimiento de omnipotencia que lleva a muchos adolescentes a adoptar un comportamiento de alto riesgo”.

Con ello y en función de su estilo de vida del adolescente y el núcleo de pares, los adolescentes con mayor libertad, tanto familiar como escolar y pocos contenedores suelen involucrarse en conductas antisociales, una alta posibilidad de accidentes, alcoholismo, drogadicción y conductas con promiscuidad sexual, que en la mayoría de los casos los conducen a embarazos no deseados y enfermedades de transmisión sexual, que la larga, sin una correcta orientación psicológica los pueden llevar a una pérdida total de interés por la vida.

Estamos ante una pérdida total de aspectos vocacionales, la realidad los llega a aplastar. Se comienzan a sentir ciertas limitaciones de acuerdo con las capacidades personales en función de la personalidad y carácter del adolescente. Sin olvidar que el entorno social los lleva a crear una serie de gamas que lo pueden llevar a contradicciones con dicho entorno. Lo cual incluye una serie de frustraciones, como son la pérdida de autoestima, que en casos extremos pueden

traer consigo una creencia total de abandono que puede llevar a una depresión temprana.

Los jóvenes en la escuela secundaria:

La escuela es uno de los ámbitos donde el adolescente tiene que enfrentarse, y más cuando se encuentra durante la etapa de la secundaria ya que debe de adaptarse a situaciones y factores académicos diferentes a los que estaba acostumbrado, el medio ambiente desconocimiento de nuevas materias, diferentes profesores, diferentes personalidades, ser más responsable, mucho mayor exigencia en lo que corresponde a lo académico, etc. Ante este tipo de cambios de manera abrupta normalmente los alumnos suelen fracasar en los estudios, situaciones que les pueden causar un sentimiento de frustración que muchas veces los lleve a una deserción escolar, las calificaciones influyen tanto en actitudes, como en relaciones en la escuela y en el ámbito familiar, ya que consideran las calificaciones como un medio para un fin, como es el ingreso a el medio superior. Por ello el proceso de adaptación por parte de los alumnos de nuevo ingreso al nivel secundaria debe ser un momento significativo, propiciando la confianza, deseos de superación, expectativas de realización para su grata adaptación al nuevo contexto, ya que hay que considerar que el adolescente pasa gran parte de su vida en el ambiente escolar. En este punto los profesores tienen un peso fundamental en sus Valores y pensamiento, los padres de familia ponen

en la escuela toda su confianza en la formación y desarrollo intelectual, emocional y social de sus hijos.

Características de los jóvenes escolarizados.

La secundaria se encuentra concebida de tal manera que pueda dar riendas sueltas a los adolescentes para que aprendan a planear, organizarse y poder distribuir su tiempo de la mejor manera. Pero cuando un joven se encuentra rebasado por todas las demandas y exigencias del ámbito escolar, familiar y social sin dejar de lado el inadecuado apoyo, corre el riesgo de desanimarse y llegar a considerar los estudios como algo muy complicado y pesado, donde todo se vuelve fastidioso y un grave problema del cual sin una adecuada orientación el joven no puede salir.

El adolescente que cruza la secundaria se encuentra ante una nueva forma de relacionarse tanto académicamente como socialmente y hasta familiarmente por ello la orientación para soslayar todas o casi todas sus problemáticas de manera eficiente deben ir de la mano de una orientación adecuada y eficiente. Saber organizarse y estudiar le ayudara a aprovechar de manera adecuada su estancia en la secundaria, le facilitará el trabajo escolar, le proporcionará satisfacción personal y con ello puede lograr mejores resultados durante su estancia a nivel secundaria.

Desglosando podemos decir que la transición entre el ámbito de la primaria donde se pasó seis años el futuro adolescente tuvo grandes satisfactores como el

acompañamiento de un profesor por año y un número semejante de compañeros, pero al dar el salto hacia la secundaria genera en el adolescente una incertidumbre, tomando como punto de referencia el que el número de compañeros se incrementa, las diferentes personalidades de sus nuevos compañeros y de los profesores y la despersonalización que hay de ellos con los ahora adolescentes, los va marcando como individuos, los constantes límites a cumplir, las comparaciones la marcada conquista por la popularidad, el amor, la simpatía, etc.

Estos cambios ponen en juego su escala de valores que lo han ido conformando y que, ante esta nueva situación le van provocando una inestabilidad que sin una correcta orientación suele dificultar al adolescente su desarrollo. Al irse conformando el adolescente una de su escala de Valores se encuentra en la autoestima que si no se encuentra bien conformada puede llevar al adolescente a una crisis, y al llegar los castigos pueden provocar que al adolescente se le encajone como rebelde, los cambios que experimentan los adolescentes los hacen más vulnerables tanto a niñas como a los niños, sin dejar de mencionar la presión que constantemente sufren para probar el alcohol, fumar, realizar actividades sexuales, vandalismo, inasistencias en la escuela.

Es innegable que la mayoría de los adolescentes ven la secundaria como un impedimento para llegar a la edad adulta, cuando debería ser una oportunidad y una herramienta que posibilite a los adolescentes en experiencias y formación para crear futuros adultos responsables.

Los jóvenes en la sociedad.

Para comenzar podemos decir que la etapa de la adolescencia es como estar en el limbo, ya que en esta etapa ni se es niño o niña pero tampoco se es adulto. Es innegable que la adolescencia es una serie de cambios tanto físicos como emocionales, donde los cambios se desprenden en la organización y relaciones familiares. Es decir los adolescentes no pueden comprender por qué se les quiere controlar, mientras ellos buscan más independencia, no pueden comprender por qué sus padres en todo momento se encuentran con una ordenes que se tienen que cumplir, mientras los adolescentes sienten que tiene todas las respuestas y se sienten dueños del mundo, pero otra veces les invade la inseguridad.

Dentro de los contextos sociales que influyen en los adolescentes nos comenta Aberasturi³¹ que la familia es el elemento fundamental, es el medio social del que emergió el adolescente, es el espacio vital en el que se va configurando su subjetividad. Es decir, frente a los cambios que ocurren en los ambientes sociales de los que participa el adolescente es más susceptible a las modificaciones que se operan en la familia a su vez, el adolescente afecta a la familia al que pertenece.

El adolescente con problemas no debe ser distanciado de la familia como si estorbara y segregarlo sino que debe de tratar de integrarse a la familia y resolver los procesos de cambio que experimenta y lograr un ajuste necesario para enfrentar las situaciones de conflicto y potenciar el desarrollo de su persona.

³¹ Aberasturi, A. La adolescencia normal. Buenos Aires: Paidós, 1974.

Otro de los problemas más frecuentes en los adolescentes en la actualidad y de gran importancia es su constante acercamiento hacia las drogas u otro tipo de sustancias que intervengan en su desarrollo. Esta problemática para el adolescente dentro de la sociedad es un fenómeno que causa problemáticas tanto a la sociedad como al ambiente familiar, es decir el adolescente es más susceptible de ser sujeto de una problemática de salud pública, y con ello enfrentar enfermedades de trasmisión sexual, criminalidad, prostitución, desintegración familiar, etc.

En la actualidad existe una gran preocupación ya que el adolescente se acerca a las drogas de una manera más fácil e inician desde edad mucho más temprana y recurren al empleo de estas sustancias para resolver sus problemáticas. El consumo de estupefacientes para aliviar el dolor y traer una supuesta felicidad, hace que el adolescente entre en una depresión y tensiones cotidianas, teniendo en ocasiones a los adultos como ejemplo, sin olvidar la influencia de los medios de comunicación emisores de mensajes que estimulan al consumo de algunas drogas, el tabaco y el alcohol (Hurlock: 1987).

Debe de subrayarse la responsabilidad que asume la familia, la comunidad y los medios masivos de comunicación para que los adolescentes tengan una correcta orientación respecto a estas influencias³². El entorno social como lo son la familia y la comunidad deben buscar mecanismos que hagan que el adolescente se pueda insertar al mundo adulto de una mejor manera.

³² Hurlock, J. *Psicología de la adolescencia*. México, Trillas, 1987.

Por otra parte es innegable que los jóvenes de hoy se enfrenten a un mundo más globalizado donde el contexto sociocultural ha hecho que los adolescentes perciban su mundo un tanto caótico. Es decir según Navarro:

... la falta de identidad es uno de los temas típicos de la modernidad, cuando las crisis de sentido y los problemas de identidad son masivos, la causa no es el sujeto, sino la estructura social, donde los valores y su aplicación no son compartidos por todos, ni pertenecen con gran intensidad y tampoco logran armonizar todas las esferas de la vida...³³

Con ellos vemos que para los adolescentes no existe una realidad idéntica para todos, ni valores comunes que determinen la acción. El mundo, la sociedad, la vida y la identidad personal son cada vez más cuestionados.

No hay que olvidar el cambio biopsicosocial por el que transitan los adolescentes en el mundo actual, donde el fenómeno de globalización ha acelerado los procesos en donde se desenvuelven provocando transformaciones sociales y personales. En este contexto de crisis de sentido y búsqueda de identidad por parte de los adolescentes, se manifiesta en diferentes grados de alejamiento y rechazo por parte de ellos a la oferta familiar, educativa, laboral, religiosa, política y cultural de su sociedad, así como la nueva elaboración de nuevas concepciones y formas de relación con esos ámbitos.

Por otro lado sabemos que el ser adolescente representa todo un paradigma y con ello constituye un desafío, es decir, los adolescentes intentan

³³ Navarro, Kuri Ramiro. "Posmodernidad y juventud". Jóvenes, Revista de Estudios sobre Juventud, Centro de Investigaciones y Estudios sobre la Juventud, causa joven, 4ta. Época, núm. 1. México, 1997. p. 53.

manejar sus valores a partir del grupo de referencia en el que se encuentren, ya sea en el ámbito familiar, el escolar, con los amigos, etc.

CAPÍTULO V

La Virgen de Guadalupe

Antecedentes históricos

Al hablar sobre la virgen de Guadalupe en nuestro país, en especial para los mexicanos, es adentrarse a uno de los símbolos religiosos que no tiene parangón en México. La imagen de la virgen de Guadalupe es la más respetada y venerada por la gente, sin mayor cuestionamiento, esto es por el gran peso de nuestra tradición. ¿Cómo es que nació el culto? y ¿cómo fue formando parte de nuestra identidad nacional? Estamos hablando de la mayor imagen religiosa que por antonomasia une a un pueblo y ante la cual la mayoría de sus habitantes se consideran como fieles hijos.

El propósito del presente capítulo es hacer un repaso *grosso modo* de lo que ha sido la virgen de Guadalupe a lo largo de su historia, la polémica que despertó su surgimiento, pasando por la formación del culto como sincretismo religioso entre los indígenas y lo católico que produjeron un símbolo único que unificó a los mexicanos; también constituye un elemento divino de protección de un pueblo desamparado por su condición económica y social, que se vuelve al seno materno por medio de la virgen de Guadalupe, la Madre que unifica a toda una nación.

Tenemos entre las fuentes del siglo XVI al cronista fray Bernardino de Sahagún quien la menciona, diciendo que los mexicanos realizaban sacrificios en

los montes que rodeaban a la ciudad de México, entre ellos el monte del Tepeyac, cuna y lugar de la adoración de la Virgen de Guadalupe. Cuenta este autor que en ese lugar los indios tenían un templo en el que adoraban a Tonantzin, llegando gente de todas partes, incluso de lugares muy lejanos. Es mucha la importancia del Tepeyac, ya que ahí operó uno de los sincretismos religiosos más importantes del país.

Los evangelizadores españoles sentían un especial horror por la religión autóctona y la calificaban de idolátrica y maligna, es decir como “cosa del demonio”, que con la extirpación de estas idolatrías y la destrucción de los antiguos templos indígenas se pretendía la total devoción a la religión católica.

Y siendo el cerro del Tepeyac uno de los mayores centros de adoración era necesaria su extirpación. El cambio religiosos que hubo en México a raíz de la llegada de los españoles fue de sumo impecable. Varios fueron los religiosos que se encargaron de identificar y tratar de extirpar las antiguas creencias, se llegó a crear un “Manual de extirpaciones” para reconocer los antiguos cultos y ritos. Es importante hacer notar la ignorancia que mostraban las órdenes religiosas españolas en caso de religión y cosmovisión prehispánica. Esto fue debido a la idea milenarista que prevalecía por aquellos años, era la emancipación de las almas. Hay que recordar que España venía de la reconquista sobre los moros, por ello, era de sumo interés propagar el cristianismo como religión única y dominante en el mundo.

El rito Guadalupano

Tal y como lo demuestra la historia, ya para el siglo XX la fuerza del rito guadalupano poseía ya una gran trascendencia en el imaginario colectivo de la población mexicana, pero únicamente éste correspondía a las clases más desprotegidas, ejemplo de ello son las enormes peregrinaciones que se dan año tras año de miles de personas de la clase baja dentro de la ciudad como fuera de ella, es decir la población rural.

Sin embargo y a pesar de ser sólo una práctica del pueblo, diferentes sectores de la sociedad comenzaron a hacerse partícipes de la celebración, con esto la conmemoración se extendió más allá de una práctica donde sólo los peregrinos eran partícipes, ya que al momento de la entrada de los medios masivos de comunicación se comenzaron a difundir todos los sucesos dentro de tal celebración, trayendo consigo que las cifras de peregrinos aumentara en número.

El rito Guadalupano, como forma simbólica, comienza a transmitirse por instrumentos tecnológicos que lo insertarían en diferentes campos de integración de los diversos sectores de la sociedad. Es debido a los medios y las prácticas comunicativas que se han desarrollaron a lo largo de las décadas que se reconstruyeron las características del rito y la televisión, los adecuo de acuerdo a la época actual.

Para el año de 1988 se transmitieron por primera vez para la cadena Televisa las “mañanitas” a la Virgen. Con ello, este suceso que celebraban las

clases populares, comenzó a llenarse de glamur con la presencia del elenco artístico de la empresa. Esto trajo como consecuencia que se comenzara a lucrar con el rito, que si bien permanecía con su sentido original, debido a la televisión se dio un giro totalmente comercial.

Se puede decir que el debido a la televisión que se extendió a cada hogar mexicano sin las necesidad de estar presente en el Tepeyac, por otro lado es innegable que el rito fue colocado en calidad de producto masivo, producto dispuesto a ser consumido por las grandes masas. Desde entonces el rito Guadalupano continúa televisándose y los niveles de audiencia han respaldado su permanencia.

Aunque las clases medias e incluso las altas han engrosado el cúmulo de creyentes que participan de la realización del rito, predomina el uso y la costumbre, pues es claro que mediante el rito, el mito adquiere su autenticidad y garantiza su permanencia. Con ello se vuelve vital para el ámbito profano, sin la armonización del rito y del mito, no se puede concebir un orden divino y sin religión es imposible todo ser humano.

Podemos decir que el rito Guadalupano es de sumo complejo, ya que se entrecruza con diferentes contextos históricos y campos de interacción de este país. Es la preponderancia de las formas simbólicas, las estructuras de significado así como de las prácticas comunicativas de la fiesta como una costumbre, un elemento que forma parte de la cotidiana vida religiosa de la gran mayoría de los mexicanos.

La importancia de la Virgen de Guadalupe en el imaginario mexicano

Al hablar de la Virgen de Guadalupe no podemos negar que el ser del mexicano se ha visto ligado a tan penetrante imagen religiosa, es decir, la nación mexicana vio la luz bajo el amparo de Nuestra Señora de Guadalupe. Ha sido tal su amparo que el mismo Agustín de Iturbide fundó la Orden Imperial de Guadalupe, cuya razón de ser fue para premiar a los que habían luchado por la emancipación de la nación mexicana del Imperio español, y sobre todo, a defender las bases del Plan de Iguala y la persona del emperador.

Por otro lado don Carlos María de Bustamante recrea una interpretación diferente sobre las palabras de la Virgen dirigidas a Juan Diego, cuya propuesta era justificar teológicamente la legitimidad de su lucha contra la dominación española. Para ello era necesario recurrir a uno de los documentos que justificaban la veracidad de la aparición de la Virgen de Guadalupe el *Nican mopohua* y que cuyo documento manifiesta las siguientes palabras en voz de la Guadalupana: “¿No estoy yo aquí que soy tu madre?, ¿No estás bajo mi sombra?, ¿No soy yo tu salud?, ¿No estás por ventura en mi regazo?”

La idea central de don Carlos María de Bustamante era dar a conocer a los mexicanos cómo la Virgen de Guadalupe estaba dando su apoyo en la guerra contra el gobierno español. Es decir, dotó a la Virgen de un rostro insurgente y puso en su boca las siguientes palabras: “Me llamareis madre, y yo lo seré vuestra; me invocaréis en vuestras tribulaciones, y yo oiré; me pediréis la libertad, y yo desataré vuestras cadenas”.

Con esta reinterpretación del mensaje Guadalupano don Carlos María de Bustamante supo llegar al sentir de un pueblo que luchaba por su libertad. Para los insurgentes la Virgen de Guadalupe era madre libertadora, madre protectora, madre de los mexicanos que peleaban por su libertad. Ya que en palabras de José Villalpando "...en la guerra de independencia, la virgen de Guadalupe dejó de ser un mero símbolo religioso y se convirtió en una protagonista principalísima de la lucha".³⁴

Durante los turbulentos años de 1810-1821, la Virgen de Guadalupe estuvo presente en el campo de batalla. Y de manera un tanto sorprendente también sufrió persecuciones por parte de los realistas por su militancia del lado de los insurgentes. Tras la derrota sufrida por el Imperio Español en sus dominios, la Nueva España logró su independencia el 27 de septiembre de 1821, por lo que se dio que la Virgen de Guadalupe fuera reconocida por los nuevos habitantes libres como la promotora y protectora de México.

Podemos decir que el culto Guadalupano se fue abriendo camino en la Nueva España en medio de una serie de dificultades desde el mismo siglo XVI. Tenemos el caso donde se le imploró su ayuda para liberar a la Nueva España de la peste conocida en aquellos años como la *matlazáhuatl*. Pero debido a que la peste no cesaba y se esparció por otras poblaciones, se decidió proclamarla patrona del reino. Tras el juramento de la Virgen como patrona los habitantes de otras ciudades y villas de la Nueva España celebraron con gran júbilo el acontecimiento, ya que todos los templos del virreinato ostentaban la imagen de

³⁴ Villalpando, José, La virgen de Guadalupe. Una biografía, México, Planeta, 2004, p. 85.

Nuestra Señora de Guadalupe, después de doscientos años de iniciado el culto en el Tepeyac se reconoció que la Virgen era la única patrona de la Nueva España. Desplazando a segundo término a santos como: San Hipólito y San Casiano, santos usados por Hernán Cortés, San José, San Miguel Arcángel, así como a Felipe de Jesús. Después de muchas vicisitudes los novohispanos recibieron la vianda del Papa para celebrar la liturgia de la virgen el día 12 de diciembre. Todas estas gestiones se hicieron al margen de la corona. La virgen de los novohispanos era reconocida por la máxima autoridad de la iglesia, estamos ante lo que se podría decir que la devoción nacional se transformó en devoción universal. Con la llegada del reconocimiento pontificio la fe de los criollos se acrecentó, ya que para ellos no había duda la nueva nación era tierra elegida; era la tierra preferida de la Madre de Dios. Los criollos estaban satisfechos ya que ni la misma España católica había merecido tan grande honor, sobre todo, de contar con una imagen de María cuya virtud era que no había sido hecha por manos humanas. Y que trajo consigo la verdad probada que María “no hizo igual con ninguna otra nación”. Ya que el mismo Papa había reconocido a la Virgen y la había dotado de una liturgia propia, esto es, la celebración del 12 de diciembre como su fiesta oficial.

A mediados del siglo XVIII era incuestionable que la Virgen de Guadalupe se había convertido en un símbolo de lo propiamente mexicano; unía el territorio antiguamente ocupado por los mexicas con el sitio milagrosamente señalado por la aparición de la Madre de Dios a Juan Diego: la colina del Tepeyac. A fines del siglo XVIII era de sumo inobjetable que los conceptos de territorialidad, soberanía política, protección divina e identidad colectiva se fundieron en un símbolo

religioso que era el más venerado y el más potente de todos los existentes en el virreinato: Nuestra Señora de Guadalupe.

La Virgen de Guadalupe y los medios de comunicación, el caso Televisa

Ahora bien ante la activa participación de los medios, primordialmente la televisión, esta forma de expresión religiosa se ha transformado en algo más grande, en un producto más de la televisión. Previo a la celebración, las personas comienzan a escuchar los diferentes especiales de la Guadalupana. Por ello en fechas recientes las dos televisoras del país que monopolizan la información se pelean por obtener la mayor audiencia para celebrar las *mañanitas* a la Virgen.

No puede negarse que actualmente la imagen de la Virgen de Guadalupe, ya es parte de la comercialización capitalista de este país, prueba de ello son los innumerables objetos que se pueden adquirir ya sea fuera del templo o con la medalla conmemorativa de la última visita de Juan Pablo II.

Todo ello trae como consecuencia que en la sociedad mexicana actual es innegable que las instituciones como el Estado, la Escuela, la familia, la misma iglesia, han sido rebasadas por las *mass media*, los medios han tomado un papel preponderante para la devoción del rito Guadalupano. Quienes en la actualidad construyen las pasiones, deseos, modas, formas de actuar, aspiraciones e imaginarios colectivos, la que se conoce

como cultura masiva, es la proyección de millones de individuos que por horas se sientan frente al televisor.

Por otra parte, al incorporarse la masa entera de la sociedad sin que melle las clases sociales, es como se comienza a compartir ciertos productos culturales en toda la sociedad, aunque estos hayan sido exclusivos de un grupo social, es por ello que la fiesta de la Guadalupana ya no sólo interese a las clases subalternas.

En sus inicios la celebración de la guadalupana solo era celebrado por las clases bajas y del campo, hoy por el contrario los *mass media* se han encargado de re-significarla e introducirla a los demás sectores sociales, claro está sin olvidarse de generar los recursos monetarios de su explotación.

Ahora bien la Fiesta de la Virgen Santa María de Guadalupe consiste en la conmemoración de la aparición de la divinidad en 12 de diciembre de 1531, esta aparición se dio a uno de los habitantes de la llamada Nueva España, el indio Juan Diego.

A pesar de que la celebración de dicho acontecimiento no es oficial, como en el caso de las fiestas patrias, es uno de los acontecimientos de mayor importancia nacional, así mismo la imagen es uno de los íconos de mayor impacto, donde el pueblo mexicano ve reflejada su identidad.

Es interesante ver como la Virgen de Guadalupe tiene gran significado entre los que se sienten el llamado de una madre que los proteja. En su libro: “Santa María Tonantzin Virgen de Guadalupe...” el teólogo Richard Nebel nos señala:

Ella es el encuentro con la propia identidad, es expresión del alma del pueblo mexicano, símbolo de la unidad nacional y *le motiv* de los derechos y de la dignidad humana...es siempre una realidad acrecentada, entendimiento e imaginación al mismo tiempo, una imagen de mil caras en la cual el individuo encuentra el camino a la identidad y a la comunidad junto con otros “hijos de Guadalupe”, para buscar e interpretar su propia historia y configurar su futuro.³⁵

LOS MEDIOS MASS MEDIA³⁶ Y LA VIRGEN DE GUADALUPE

Los Mass Media y su forma de influir

En este apartado se mencionará la importancia que han tenido los medios de comunicación en los últimos años, en este apartado dedicado a un análisis exiguo de los medios de comunicación hay que tener en cuenta las palabras de Raúl Trejo:

Estudiar los medios implica examinar la principal fuente de influencias sobre las relaciones sociales, el factor más dinámico en la conformación de la cultura política, el instrumento más sobresaliente en la instrucción o confusión de nuestra población. Al mundo de hoy no se le puede entender sin los medios. Con ello están imbricados todas

³⁵ Richard Nebel, Santa María Tonantzín, Virgen de Guadalupe. Continuidad y transformación religiosa en México, México, Fondo de Cultura Económica, 1995.

³⁶ A lo largo del siglo XX se han considerado a los medios de comunicación (*mass media*), a aquellos medios de comunicación que utilizando dispositivos tecnológicos difunden información de manera simultánea e indiscriminada a muchos destinatarios, generalmente desconocidos por los editores de la misma. Los “*mass media*” clásicos son: la prensa y las campañas publicitarias (en pleno siglo XIX), el cine, la radio, la televisión. En algunos casos, como la radio y la televisión, la información que distribuían debía verse y escucharse necesariamente en el momento mismo de la difusión.

las nociones de futuro, desarrollo y progreso de nuestro país. Además, los medios constituyen el espacio privilegiado para la exposición de ideas.³⁷

La audiencia activa ha venido a sustituir a la sociedad de los medios, sin embargo, estos siguen representando la principal influencia hacia los individuos. De acuerdo a la teoría de la audiencia activa, son los mismos individuos o los pequeños grupos quienes construyen su propia interpretación y significado de lo que es el mundo independientemente del mensaje que proporcionan los medios debido a sus propios prejuicios. Esto sólo puede aceptado si comprendemos primero que esta interpretación depende enteramente del grupo o el individuo, ya que algunos podrán aceptar el mensaje tal y como es transmitido, mientras que otros utilizarán sus experiencias, procesos lógicos o críticos para interpretarlo. De esta forma si no hay previa experiencia o conocimientos acerca de un tema, es más factible que la influencia del medio sea mayor.

Este entorno en donde los medios influyen en la sociedad es denominado por Trejo (2004) y por otros autores como una mediocracia:

El término por sí solo lo dice todo: vivimos en una democracia centrada en los medios masivos. ¿Por qué? Los medios masivos: 1.- Construyen el hecho político. 2.- acaparan el espacio público y configuran la opinión pública. 3.- son árbitros de acceso a la existencia política. 4.- se constituyen en el referente de la dinámica política y estatal. 5.- legitiman o deslegitiman al sistema político. 6.- fiscalizan el poder. 7.- median la relación entre el sistema político y la ciudadanía y 8.- fortalecen el televínculo y debilitan el vínculo partidario. (Trejo: 2004).

³⁷ Trejo Raúl, Poderes Salvajes. Mediocracia sin contrapesos. México: Cal y Arena. 2004. p. 30.

Los medios son un instrumento a través de los cuales se crea gran parte del espacio público, se influye en los círculos que toman decisiones y, en la mayoría de los casos, lo que no se reproduce en ellos deja de existir en términos de la imaginación pública. Esto lleva a la creación de una realidad construida a partir de lo que se ve y escucha en los *Mass Media*.

Los Mass Media han configurado a lo largo de su historia a la opinión pública creada a partir de la realidad presentada en ellos, es decir, al bombardear constantemente a la audiencia con las imágenes que creen convenientes configuran la realidad que ve el televidente. Muchos de los medios siguen con la desgastada idea de la objetividad, la cual es confundida con imparcialidad.

A lo largo de la década de los noventa y principios del nuevo siglo, los medios han tenido una participación más profunda en los conflictos internacionales. Esta participación ha ido más allá de solo entregar las noticias y presentarlas a una audiencia sedienta de información.

LA VIRGEN DE GUADALUPE Y LA REPRESENTACIÓN SOCIAL

La representación social implica, en un principio, una actividad de reproducción de las propiedades de un objeto, efectuándose a un nivel concreto, frecuentemente metafórico y organizado alrededor de una significación central. Esta reproducción no es el reflejo en el espíritu de una realidad externa perfectamente acabada, sino un remodelado, una verdadera construcción mental del objeto, concebido como no

separable de la actividad simbólica del sujeto, solidaria en ella misma con su inserción en el campo social.

Las representaciones sociales responden simultáneamente a una universalización y diferenciación de los grupos humanos, es decir, responden a las mismas situaciones, como establecer un concepto de lo sagrado, pero con las respectivas diferencias que cada grupo otorga a esta dimensión y aún dentro de un mismo grupo existirán diferencias en la concepción de lo sagrado de acuerdo a los estratos sociales en los que se forma dicha representación, así esta representación dará prueba del impacto de la ideología dominante o de las posibilidades de distancia con respecto a ella, al igual que constituirá el esfuerzo por compartir una experiencia extraña o bien mantener una distancia y conservar la autonomía de la visión propia.

El contenido de una representación social constituye un conjunto de opiniones y creencias constituidas como organizaciones duraderas de percepciones y de conocimientos relativos a un cierto aspecto del mundo de los individuos. Una representación social es analizable según varias dimensiones, las cuales son: La información, la actitud y el campo de representación.

La información se refiere a la suma de conocimientos poseídos en torno a un objeto social, a su cantidad y calidad, puede ser trivial, estereotipada u original, la noción de campo de representación expresa la idea de organización de contenido. Es decir, la representación es una creación cultural que intenta proyectar imágenes deseables de un sujeto, un evento o una cultura. La

representación no es una construcción de la realidad, pero su reconstrucción a través de las conversaciones crea la percepción de consenso sobre la realidad. Es una proyección imaginaria pero necesaria para aglutinar voluntades y crear un imaginario social que sirva de emblema a un grupo o a una sociedad. La representación sirve para dirigir la memoria en cierta dirección y hacia objetivos prefijados. La representación se puede decir que opera como una herramienta pedagógica para sus propios miembros, un medio de propaganda para el grupo dominante y un argumento para legitimar su estatus social.

En este sentido al hablar de la Virgen de Guadalupe viene a representar la imagen de una madre protectora, a quien se puede recurrir, que es sólo mexicana y que no está presente en ninguna otra cultura, en la medida en la que ninguna otra nación tiene una imagen de la Madre de dios plasmada de manera divina, esta representación implícitamente contribuye a disminuir la sensación de orfandad dejada por la conquista y que se sigue trayendo hoy día en nuestra sociedad por las dos grandes televisoras del país.

CAPITULO VI

Los estudios de recepción

Antecedentes.

Es en Estados Unidos durante la década de los 30 donde se inician los primeros estudios sobre los efectos que tiene la comunicación en las audiencias receptoras. Se establecía que al estar expuesto el receptor constantemente a los medios de comunicación éstos le ocasionarían efectos nocivos.

Pero es en las décadas de los 60 y 70 donde se modificó esta postura y se postuló por una postura mucho más crítica donde se comenzó a ver a la recepción como un fenómeno mucho más complejo, de tal forma había que incorporar más elementos para su estudio y por tanto optar por nuevas metodologías. Es así que el proceso de recepción se centra en el conocimiento de los hábitos de exposición a los medios de comunicación y los usos sociales, por ello se deja de pensar en el receptor como sujeto pasivo y se establece al receptor como un sujeto activo capaz de hacer uso del mensaje recibido y apropiarse de él mediante sus vivencias.

Por otra parte en los países europeos los primeros estudios sobre recepción se remontan a más de dos décadas, siendo la psicología y la pedagogía las que toman la iniciativa ya que consideran a la recepción como un componente determinante en la educación. Y es en Francia, sobre todo la pedagogía del lenguaje, la que determinó para que la sociedad, conjuntamente con los

educadores, tomara conciencia sobre la necesidad de una educación frente a los medios.

Podemos decir que en países desarrollados los estudios de recepción cuentan con mayor infraestructura y apoyo social, siendo que en los países poco desarrollados tales estudios se realizan en condiciones precarias.

En la actualidad en muchos países europeos los estudios de recepción se centran en la total integración de estos programas por parte de los sistemas y autoridades educativas, para lograr una total preparación por parte de los docentes y en los enfoques pedagógicos para educar a los sujetos en la percepción de los mensajes.

Por otra parte en Canadá, la Asociación Nacional de Telespectadores busca incidir en el proceso de recepción mediante la orientación especializada a los maestros y padres de familia acerca de la programación televisiva y del análisis de los distintos aspectos como son: la violencia, estereotipos sexuales, moral, etc. Esta organización busca organizar debates en torno a estos temas y su efecto en el público receptor.

En América Latina y en México los estudios de recepción se centran en diversos sectores de la sociedad y en investigadores que buscan establecer que la televisión funge como un poder ideológico, social, cultural y educativo, estos actores proponen estrategias para el estudio de la recepción televisiva y sus efectos en los receptores.

Es decir, los estudios de recepción se centran principalmente en el ámbito educativo, ya que el alto crecimiento de los medios de comunicación, en especial la televisión, han generado reacciones respecto a su influencia en la vida diaria de los receptores.

Y es así que en países Latinoamericanos la televisión ha involucrado a los padres de familia en los procesos de recepción televisiva, todo ello para aprovechar la influencia de la televisión y mejorar la comunicación familiar.

En México los estudios de recepción se han desarrollado gracias al trabajo de Guillermo Orozco, este autor plantea la necesidad de un análisis entre la relación televisión y los niños, destacando la importancia de establecer mecanismos de recepción en la audiencia infantil. Es decir, el autor señala que la recepción debe ser vista como un proceso de mediaciones, las cuales permiten comprender la interacción de los niños con la televisión, llegando a comprender los efectos que la ésta tiene en ellos.

Ahora bien, al hablar sobre las audiencias, éstas son consideradas como sujetos activos condicionados individual y colectivamente, siendo su participación fundamental, tal y como lo señala Guillermo Orozco.³⁸ Es decir para este autor los receptores crean los contextos idóneos y los marcos situacionales dentro de los cuales los mensajes adquieren sentido. Así, el autor identifica varias etapas de esta secuencia, las cuales inician con la atención, posteriormente pasa a la comprensión, después a la selección, la valoración y, finalmente, se llega a una

³⁸ Orozco, Guillermo. Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo. Ediciones de la Torre UIA. México. 1996. Pág. 32.

apropiación y producción de sentido, el autor señala que todo esto se trata de un proceso sociocultural.

Por ello uno de los planteamientos primordiales de esta corriente en cuanto a la metodología es el emplear elementos cualitativos y cuantitativos, ambos de importancia para la obtención de datos que permitan un análisis real.

Así los estudios de recepción integran contextos culturales, sociales e históricos de las audiencias, además de factores institucionales y de producción de los medios masivos dentro del análisis de construcción de significados. Ahora bien, los factores que inciden en el ámbito de la recepción son vistos como mediaciones, entre las que destacan: la familia, la escuela, las instituciones y los grupos de amigos entre otros.

La Recepción televisiva

¿Qué es lo que ha hecho a la televisión un medio sumamente poderoso? Podríamos decir que estar frente a este aparato causa siempre en las personas un efecto, el cual podemos mencionar como “positivo o negativo” dependiendo del tipo de información que se esté presentando. Es innegable que la o las personas que se encuentran expuestos frente a lo que está transmitido el televisor, pasan a convertirse en parte fundamental del proceso de comunicación que se da entre éste y el televidente, es decir, el receptor.

El receptor se puede decir que es la o las personas que se encuentran expuestas de manera directa o indirectamente a determinados mensajes. Es decir, el receptor es el fin último de los medios masivos de comunicación, ya que es a él a quien le llegan los mensajes emitidos por éstos. Recepción, en cambio, es todo acto consciente o inconsciente de recibir información de una fuente determinada.

Ahora bien, en el proceso de comunicación actúan tres elementos: el emisor, el receptor y el mensaje. Sin dejar de mencionar que también se encuentran dentro de este proceso como: el código y el canal. Continuando con lo anteriormente mencionado se tiene que dar un correcto funcionamiento de todas las partes ya que con ello se da un proceso satisfactorio dentro de la comunicación, de lo contrario se estará dando un proceso fallido y de forma inadecuada, provocando que el mensaje llegue de manera errónea.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente el ciclo se inicia con un emisor, el cual trasmite un mensaje, y este mensaje contiene un código que pasa por un canal y que lo hace llegar al receptor, y éste a su vez, se convierte en emisor al mandar una respuesta. Como podemos observar, el emisor tras transmitir el mensaje y este mensaje llegar al receptor, el receptor pasa a ser el emisor y el emisor en receptor, y con ello termina el proceso comunicativo con la retroalimentación.

Por otra parte es en este punto donde se comienza a dar una discusión, ya que se considera que el receptor tiene la capacidad de responder y completar el proceso comunicativo, pero sea dicho que si tomamos en cuenta el proceso que

se da entre el televidente y la televisión, éste no puede llegar a entablar dicho dialogo ya que debido a las características físicas y tecnológicas que presenta la televisión es muy difícil que el receptor llegue a emitir una respuesta, sin embargo hay casos en los cuales dicho proceso tiene solución ya que en la actualidad se están dando programas, sobre todo los deportivos, donde el receptor puede llegar a solventar el problema comunicativo.

Es por ello que Marshall McLuhan considera que la televisión es un medio en el cual se puede llegar a lo que hoy en día llamamos persuasión o influencia:

A partir de la década de 1950... El proceso de comunicación de la televisión con la sociedad ya no se veía como algo pasivo. No era que la TV infundiera sus mensajes como si estuviera escribiendo en una tabula rasa (el cerebro del espectador). En realidad, éste interpreta de distintas maneras lo que ve en pantalla. Así que se dejó de hablar de manipulación y en su lugar se utilizó la palabra persuasión y más tarde se habló sólo de influencia.³⁹

Ahora bien, con lo anteriormente señalado podría pensarse que al hablar del proceso de recepción se está hablando de un proceso comunicativo, y no es así, ya que el proceso comunicativo busca en sí mismo la retroalimentación entre las dos partes (emisor y receptor). En cambio, el proceso de recepción sólo busca la asimilación de los mensajes. Se puede decir que hay casos extraordinarios donde el receptor puede entablar o mandar una contestación al mensaje que le es transmitido por el televisor, ya que hay programas donde se le pide al televidente que se comunique para dar su opinión, pero aun así con casos extraordinarios.

³⁹ McLuhan, Marshall. *La comprensión de los medios como una extensión del hombre*. Diana, México, 1977, p. 47.

Por otra parte a pesar de los intentos por parte de los receptores, éstos aún no se han podido desligar por completo de la manipulación de los medios, en especial de la televisión, podría decirse que la influencia de este medio es muy fuerte, ya que pese a todo el televisor sigue siendo, para el receptor, parte inherente de su vida, teniendo con ello que lidiar de manera crítica hacia este medio masivo de comunicación.

... la “recepción” se presenta como una vía fructífera de exploración de las significaciones y la producción de sentido en los sectores populares...⁴⁰

Por otro lado podemos señalar que cuando el receptor comienza a cambiar algo de su persona, es decir, su comportamiento, su manera de entender la realidad, su lado sentimental o su manera de pensar, por determinado mensaje al que fue expuesto en la televisión se puede comenzar a señalar que este receptor ha llegado a asimilar el mensaje, ya que su comportamiento está siendo determinado y tiene repercusiones en algunos aspectos de su vida.

... sobre el impacto de la televisión, se da por supuesto que la recepción es sólo el lapso de tiempo de estar frente al televisor. Se asume, también implícitamente o explícitamente, que la recepción televisión-receptores es directa y que la influencia de la programación varía según el tipo de programa y según la cantidad de las horas que vea televisión.⁴¹

⁴⁰ Grimson, Alejandro y Valera, Mirta. *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Eudeba, Argentina 1999. P. 43

⁴¹ Orozco Gómez, Guillermo. *Recepción televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio*. Universidad Iberoamericana, México, 1997, p. 9.

Con todo esto, si bien se puede pensar que el receptor está totalmente a merced de la influencia de la televisión, podemos señalar que la influencia de este medio televisivo hacia el receptor depende de varios factores y no tan sólo del tiempo de exposición hacia este aparato, se puede decir que depende del tipo de receptor del que se esté hablando. Así que de manera breve expondremos algunas de estas clasificaciones.

Tipos de recepción

Se ha llegado a clasificar al receptor en cuatro grupos de acuerdo al grado de atribución que presentan.

Receptor consciente: Es aquel que se encuentra consiente de lo que está viendo, y por lo tanto sabe lo que está recibiendo de la televisión.

Receptor inconsciente: Es aquella que, de manera involuntaria, no ha decidido ver la televisión y debido a razones ajenas queda expuesto al mensaje de la televisión, y aunque no escuche o vea por unos instantes, lo está recibiendo.

Receptor activo: En este caso el receptor razona y analiza lo que ha recibido del televisor. Lo que como consecuencia trae que lo acepta o lo desapruere, estamos ante el receptor que toma conciencia acerca de lo que está recibiendo y actúa con base en eso.

Receptor pasivo: Es aquel que simplemente recibe el mensaje, ya sea de manera consciente o inconsciente, pero en este caso no lo razona o analiza, tan sólo decide aceptarlo tal y como se le es presentado en la televisión.

Esto *grosso modo* son los tipos de receptor que podemos encontrar. Ahora bien, de antemano los medios de comunicación han creado durante años campañas específicas para poder enviar sus mensajes a la población deseada, es decir, los medios deben distinguir particularmente de un niño, un adolescente o un adulto.

El análisis de la recepción... realiza simultáneamente análisis del contenido de los medios y de su recepción por parte de segmentos específicos de la audiencia.⁴²

Por otra parte también se sabe que la correcta recepción de los mensajes tiene que ver con las clases sociales, el género, la localización geográfica y hasta el nivel de estudios, siendo este último el más importante de todos, y esto es, en casi todos los casos por obvias razones.

Con lo anteriormente señalado podemos ver cómo los medios de comunicación crean los mensajes con determinadas características para poder llegar a un mayor número de audiencia, es decir, los medios buscan a un grupo específico de personas o grupos que tienden a compartir gustos comunes o preferencias en cuanto a ver, leer o sintonizar determinado medio de comunicación, en este caso que interesa, determinado programa.

⁴² Lozano Rendón, José Carlos. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México, alhambra mexicana, 200, pág. 197.

Ahora bien, debemos destacar que los medios masivos de comunicación siguen determinadas políticas al transmitir sus mensajes a la población y que estas están bien determinadas por parte de la empresa sin dejar de lado sus intereses personales de la empresa que los transmite, todo esto hace que los mensajes sean del todo subjetivos en todos los casos.

Se cree que para que un mensaje tenga realmente una injerencia en el receptor éste tiene que estar expuesto de manera permanente a dicha transmisión, pero se sabe que no importa el tiempo de exposición ya que siempre se le queda grabado algo al receptor de lo que está viendo aunque no esté consciente de ello, a pesar del tiempo de exposición ya sea éste mínimo. Se puede decir que la información cumple su cometido ya que el receptor no puede dejar de ignorar el mensaje aunque no haya puesto mucha atención. Debido a lo anteriormente señalado podríamos pensar que lo que se le presenta al telespectador no le puede causar ningún tipo de daño intelectual, claro si los contenidos fueran edificantes y le ayudaran a su desarrollo, pero se sabe que en casi todos los casos, no es así, ya que todas los mensajes que el televidente recibe están previamente manipulados por los medios de comunicación, y en todo caso, llegan a enajenar su capacidad intelectual y emocional del receptor.

Con ello podemos señalar que la televisión no es inofensiva y que el telespectador recibe por lo general diariamente una gran cantidad de información, tanto de eventos, hechos e ideologías que las cadenas televisivas constantemente están transmitiendo de manera alevosa, y es así que podemos señalar que todo lo transmitido por los medios de comunicación tiene una razón de ser.

Podemos señalar que las empresas mediáticas lo que buscan es que el receptor llegue a asimilar el mensaje ya previamente fabricado y con ello cambie su percepción de ver la realidad y su conducta para poder favorecer los intereses de determinada clase, en este caso podemos decir los intereses de las clases dominantes, y con ello llegar a la manipulación o enajenación del producto transmitido. Y al llegar a este punto podemos decir que en estos casos, depende del grado de manipulación que permita el receptor ya que si cuenta con herramientas para tener un juicio crítico tendrá la capacidad de razonar lo que se le está presentando en la televisión.

Y es así que entramos al terreno de la telenovelas, que por su contenido banal se puede llegar a creer que el receptor no puede llegar a ser influido y que no le afecta estar expuesto a ellas, pero podemos señalar, por lo ya anteriormente expuesto, que los melodramas que maneja este tipo de programación nos mandan mensajes donde podemos ver la imposición de costumbres, creencias y formas de vida que afectan su desarrollo crítico e intelectual.

Y llegando a este punto es importante mencionar que el receptor es libre de captar determinado mensaje dependiendo del ambiente en el cual se desenvuelva dicho receptor, ya que no es lo mismo el que esté viendo la televisión en casa o solo y con todo el tiempo necesario y además con un posible ambiente de tranquilidad, al que se encuentre ocupado en otras actividades y nada más se encuentre escuchando la televisión y de vez en cuando mirar lo que se está transmitiendo.

Analizando las distintas investigaciones que se han hecho sobre el tema hemos llegado a ver que no son muy comunes en cuanto al papel que ocupan los adolescentes en el proceso de recepción, ya que éstos se centran en especial en los niños, y es por ello que nosotros llevaremos esta investigación hacia los adolescentes y con esto los tomaremos como punto de referencia para realizar dicha indagación, ya que con ello podemos saber qué clase de adultos tendremos en un futuro, sobre todo los que consumen los productos televisivos, en este caso las telenovelas, en específico los consumidores de la telenovela *La rosa de Guadalupe*.

... la consolidación de la televisión supuso un punto de inflexión. La capacidad de poder distribuir contenidos a diferentes grupos sociales de una forma fácil y cómoda, hizo que se hiciera más necesario pensar sobre el potencial de influencia de este medio.⁴³

Al hablar sobre los estudios que se han hecho sobre el tema de la recepción se busca conocer cómo es que perciben las personas o los grupos de individuos lo que se les presenta en la pantalla, por nuestra parte estamos de acuerdo con la idea de saber cómo es que el receptor percibe estos mensajes, pero también consideramos necesario tomar en cuenta qué tipo de efectos tienen estos mensajes en ellos. Es decir:

... la recepción se justifica en muchas ocasiones por el interés en aprovechar la televisión como herramienta didáctica y educativa, en el más amplio de los sentidos. Los

⁴³ Huertas Bailén, Amparo. *La audiencia investigada*. España, Gedisa, 2002, pág.89.

autores hablan de la televisión como un agente de socialización y, por lo tanto, educador: mediante este soporte se puede aprender.⁴⁴

Por ello creemos que se debe de estudiar la recepción en todos sus aspectos para poder darle a la televisión una utilidad más allá de lo conocido, ya que con esto podemos exigir contenidos en los cuales la educación y la cultura estén en primer plano.

El sentido de esta investigación radica principalmente en que consideramos que la mayoría de los jóvenes que consumen la televisión tienen una total falta de educación para acercarse a este medio masivo de información, ya que en la actualidad un gran número de personas, en nuestro país, carece de los recursos necesarios para poder acceder a otros medios de entretenimiento y con ello son más vulnerables a la manipulación, ya que el poder de enajenación que ejercen estos medios de comunicación es muy fuerte en la sociedad.

Por otra parte, mucho se ha dicho sobre la mala reputación de la televisión y su gran poder de manipulación que tiene sobre los receptores, pero en realidad pensamos que si se dieran las condiciones necesarias y la educación por parte de la población, en este caso los jóvenes, se tendría a una población con un amplio criterio y con menos capacidad de maleabilidad y con resistencia a los mensajes mediáticos que ofrece la televisión.

⁴⁴ Huertas Bailén, Amparo. *La audiencia investigada*. Gedisa, España, 2002, pág. 135.

Tipos de programas y su programación

Al hablar de la televisión mexicana podemos encontrar diferentes tipos de programas y estos a su vez componen la programación de determinada televisora. Por ello Lorenzo Vilches nos menciona que su estructuración depende de tres factores, los cuales son:

- 1) Económicos: anunciantes, financiamiento y horario.
- 2) Elementos sociales y profesionales: grupos de opinión y presión, las normas y los televidentes.
- 3) La imagen de la cadena, del mercado y los tipos de programas.⁴⁵

Uno de los factores que debería regular a la televisión es la legislación que sobre ella se ha hecho, ya que se deben regular las obligaciones y los derechos, ya que según las leyes, la televisión tiene prohibido emitir expresiones maliciosas, entendido éstas como obscenidades, insultos a las creencias religiosas o personajes históricos entre otros.

También se ha reglamentado la publicidad que la televisión transmite, sobre los productos y los horarios en que son presentados. Podemos señalar el caso de las bebidas alcohólicas, ya que éstas deben ser publicitadas después de las 22 horas, ya que con esto se evita que los menores vean este tipo de productos.

⁴⁵ Vilches, Lorenzo. *La televisión. Los efectos del bien y del mal*. Barcelona España, Paidós, 1993, pág. 166.

Así podemos señalar que se ha regulado el tipo de programación y los horarios en los que son transmitidos, con ello se ha clasificado a los tipos de públicos y se les ha dividido de esta manera:

- Para niños, adolescentes y adultos a cualquier hora del día.
- Apto para adolescentes y adultos a partir de las 20 horas.
- Y a partir de las 22 horas apto para adultos.

Como podemos observar de acuerdo a la tipología anunciada la programación televisiva, en este caso la televisión mexicana, transmite noticiarios, películas con clasificación A, programas infantiles y telenovelas, con sus respectivas repeticiones, durante la mañana; caricaturas, programas de concursos, series juveniles, durante la tarde; telenovelas con contenido más fuerte, programas policíacos, cómicos, películas con clasificación B15 o C todo ello por las noches.

Como podemos ver la programación depende de cada televisora y el canal en el que es transmitido el mensaje, y de esta manera llegamos a la clasificación que interesa en este trabajo.

La programación de entretenimiento

Estos programas son los que con mayor demanda se transmiten en casi toda la programación televisiva, ya que se caracterizan por abordar asuntos banales y superficiales. De este tipo son los géneros derivados y conocidos como:

Telenovelas

Son melodramas que desde sus inicios han explotado el sentimentalismo y la fantasía y en sus inicios estaba dirigido, en especial, al público femenino. Esto es ya que en sus inicios las amas de casa, “al contar con más tiempo libre”, consumían este tipo de programación.

Las telenovelas cuentan con un horario exclusivo, y este es durante las tardes, ya que se considera que las mujeres han terminado con sus labores domésticas y tiene tiempo para ver televisión, actualmente algunas televisoras han adoptado una nueva tendencia que consiste en transmitir durante la hora de la comida determinadas novelas que siguen teniendo gran impacto en el público que las consume.

También y no podemos negar la televisión ha producido melodramas que se han dirigido al público infantil, sin dejar de mencionar que la fantasía y la exageración son parte importante de dichas novelas, ya que al ser presentadas al público infantil alteran la realidad y con ello los infantes creen en lo que les es transmitido.

Por último señalaremos que las novelas de corte juvenil se han estado transmitiendo con mayor énfasis, debido a que este público es el que mayormente consume este tipo de programación ya que las televisoras han adaptado las telenovelas a las necesidades de éstos, sin dejar de mencionar que nuevamente la “realidad” que les es presentada nada tiene que ver con las verdaderas problemáticas típicas de su edad, es decir, estas telenovelas procuran, en todo

momento, cambiar o enajenar la percepción de la realidad que tiene los adolescentes y con ello perjudicar su desarrollo intelectual.

Recepción y adolescentes

Ahora bien, partiendo de que el objetivo de este estudio es el analizar los efectos que produce la televisión en los adolescentes, en especial la telenovela *La rosa de Guadalupe*, parte de nuestro esquema tiene que analizar de manera somera la comunicación, es decir, debemos tomar a los adolescentes como los receptores y a la televisión como emisor. Dentro de nuestro esquema ambos se encuentran, al parecer, en una simbiosis, ya que los adolescentes se encuentran frente a la programación televisiva como algo que les propio, ya que para ellos son:

Un conjunto de informaciones y experiencias pasadas, vividas por el sujeto, así como un conjunto de otros significados.⁴⁶

Podemos señalar que el adolescente al enfrentarse a los efectos televisivos no va del todo dispuesto a absorber todos los mensajes, sino que requiere de la ayuda de otras instancias, las cuales, también fungen como emisores. Para la elaboración de este trabajo, las instancias serán la familia y la escuela, ya que consideramos que estos espacios en los que se mueve éste, son espacios importantes en la formación del adolescente. En la medida en que estos dos

⁴⁶ Orozco, Guillermo. "Televisión y producción de significados". Comunicación y sociedad. Cuadernos del CEIC. México, 1987. Pág. 66.

sectores se encuentren en la vida del adolescente consideramos que la persuasión televisiva podrá ser contrarrestada.

Por otra parte dentro de este trabajo también se tomará en cuenta a la recepción crítica de manera breve, ya que esta postura es encaminada a desarrollar acciones concretas dentro del sujeto, es decir esta postura debe ser apoyada por otras instancias que estén relacionadas con el adolescente. Señalando que esto debe ser de manera permanente.

Por nuestra parte consideramos que formar entes críticos requiere que éstos no sean pasivos, ya que toda acción crítica hacia los medios debe ser transformadora.⁴⁷ Es decir, esta acción transformadora puede ayudar a:

...desentrañar lo verdadero de lo falso y a cuestionar las proposiciones dadas y contrarrestarlas con su propia experiencia. A través del fomento de este entretenimiento, los adolescentes están en condición de adquirir un instrumento de lectura del mundo y, a partir de esto, son capaces de levantar hipótesis sobre la realidad, de tener respuestas para sus propios problemas y así podrán transformar su mundo interior y exterior.⁴⁸

Con lo anteriormente señalado podemos decir que la recepción crítica es:

...una postura encaminada al desarrollo de acciones transformadoras concretas para lograr una distancia reflexiva frente a la televisión. El adolescente es capaz de discernir entre diversos tipos de mensajes. Tomar distancia reflexiva frente a ellos y

⁴⁷ Alcocer, Martha / Alicia Molina. "Qué le vemos a la televisión". En *Educación para la recepción (Hacia una lectura crítica de los medios)*. Ed. Trillas, México, 1995. pág. 66-67.

⁴⁸ Alcocer, Martha / Alicia Molina. "Qué le vemos a la televisión"... 1995. pág. 66-67.

rechazar aquellos que así lo juzgue conveniente o, capaz de recrear y reproducir sus propios mensajes y significados...⁴⁹

Con ello, tal y como señala Orozco, la postura que adopte el adolescente:

... está condicionada en gran parte por el tipo de socialización que mantenga con los grupos con los que convive la mayor parte del tiempo.⁵⁰

Como podemos ver estos factores tanto la familia como la escuela pesan de manera significativa en la formación y desarrollo del adolescente, ya que con ello los repertorios que forma el adolescente le ayudan a enfrentar de manera crítica la programación televisiva y sus efectos que puede llegar a tener en la percepción de la realidad de éstos.

No está por demás señalar que la recepción de los adolescentes no se origina ni se termina frente a un televisor, sino que todo ello nace y tiene su origen a partir de la socialización que llega a entablar el adolescente con su familia, y por otro lado de la instrucción que obtiene por parte de los planteles educativos.

Por último, sólo señalaremos que el concepto de repertorio es:

... un supuesto epistemológico fundamental: la realidad no es inteligible por sí misma. Esto es, no tiene un significado unívoco ni transparente, porque los agentes sociales-individuales o institucionales, tienen que codificarla en una forma que sea apreciable, el repertorio permite entonces acomodar nueva información e interpretarla de acuerdo con un contexto más concreto. En este sentido, un repertorio provee al sujeto

⁴⁹ Orozco, Guillermo. "El niño como televidente no nace, se hace", En Educación para la recepción (Hacia una lectura crítica de los medios). Ed. Trillas, México, 1995. Pág. 34.

⁵⁰ Orozco, Guillermo. "El niño como televidente no nace, se hace"... pág. 34.

aprendiz con una especie de referencia para significar la realidad. Un repertorio se constituye a partir de diversas interacciones del sujeto consigo mismo, con otros y con las instituciones. No cambia drásticamente, permanece en continuo desarrollo, ampliándose y desarrollándose con nuevos aprendizajes...⁵¹

La recepción televisiva: la mediación y el adolescente

Podemos señalar que cuando el adolescente se encuentra frente al televisor éste organiza la recepción poniendo:

... en juego su aprendizaje y aptitudes (repertorio) frente a los códigos visuales vividos. Estos elementos son susceptibles de proporcionarle una significación que en cuestión de segundos él estructura en su mente.⁵²

Es decir la actividad del adolescente al enfrentarse al televisor no concluye al apagar o al terminar su programación preferida. Ya que la producción de significados se extiende a otras situaciones de la vida que éste experimenta, Podemos decir que son apropiaciones preliminares y que son llevadas a instancias y momentos dentro de su cotidianidad, las cuales suele intercambiar y reapropiárselas.

Por ello podemos ver que el adolescente no es sólo un receptor pasivo frente al televisor, sino que es también hijo de familia, un alumno, y dentro de su círculo de amigos un compañero de juegos. En todas estas situaciones y ante

⁵¹ Orozco, Guillermo. "El niño como televidente no nace, se hace". En educación para la recepción... Pág. 40.

⁵² Bardin, Lawrence. "El texto y la imagen". Revista de Comunicación No 10. 1976. Pág. 17-20.

diferentes agentes sociales el adolescente trae, intercambia, produce y reproduce distintas significaciones. (Orozco, Guillermo: 1995: Pág. 36).

Podemos señalar qué cuando el adolescente se encuentra frente al televisor, no se encuentra del todo en una pasividad, ya que su actividad física está en constante acción, desde comer, jugar con objetos mientras observa su programación preferida, y dados los casos puede estar entablando una conversación con las personas que se encuentran a su alrededor. Esto lo señalamos ya que es innegable que la programación comercial conjuntamente con los patrocinadores, según Orozco, buscan hacer del receptor un ente totalmente pasivo y manipulable.⁵³

Con ello, podemos decir que el adolescente receptor en todo momento está aprendiendo conceptos, actitudes, conductas, valores y significados, y es debido a esta retroalimentación que se puede decir que aprende más de lo que se pretende enseñarle.

... mientras exista mayor educación y mayores vivencias, habrá una mayor construcción de significados por la familia: esto constituye un repertorio más amplio...⁵⁴

Es importante señalar que el tipo de relación que se da entre las mediaciones que son: la escuela-familia-televisión y el adolescente, influirá de manera significativa y de manera directa en el tipo de recepción de éste.

⁵³ Orozco, Guillermo. "El niño como televidente no nace, se hace" ... Pág. 36.

⁵⁴ Orozco, Guillermo. "Tv y producción de significados". En *Comunicación y sociedad*. Cuadernos del CEIC. U de G. 1987. Pág. 66.

En primer lugar, como es conocido, la familia representa el primer agente socializador del individuo, ya que ésta tenderá a hacer énfasis en la actuación del niño. Es decir, en todo momento la autoridad de los padres y, en general la autoridad moral juega un papel central en el niño. Así podemos señalar que el adolescente pasa a ser un receptor de afecto, formación y atención.

Así, la familia en tanto institución formalmente encargada del adolescente, pretende de hacer de éste un sujeto social, ya que al inculcarle ciertas formas sociales de conducta como la solidaridad, la disciplina, la identidad, el respeto, etc., con esto se espera que el adolescente sea útil para su familia, pero en especial sea un sujeto útil a su comunidad.

En cambio para la televisión el adolescente al ser un receptor, no deja de ser un consumidor potencial de toda su programación, así como de artículos y servicios que ésta le ofrece. La televisión busca en todo momento que el adolescente receptor se entretenga y disfrute, hasta llegara a los grados de evadir la realidad, proporcionándoles modelos y conductas a seguir.⁵⁵

Ante lo anteriormente señalado es necesario implementar acciones concretas para lograr una educación crítica hacía los medios, en este caso, hacía la televisión. Se puede señalar que implementando acciones detalladas donde se le muestre al adolescente de qué manera la televisión pretende influenciarlo en sus conductas, podrá acercarse a ella de manera mucho más crítica con un sentido más viable de su realidad, ya que:

⁵⁵ Orozco, Guillermo. "El niño como televidente no nace, se hace". Pág. 42.

La falta de pláticas explícitas... pueden provocar en el adolescente una apropiación falsa de los hechos sociales y con ello, forjarse una imagen deformada del mundo.⁵⁶

Por otra parte es necesario señalar que no es suficiente si sólo se señala a partir del impacto televisivo que tiene en ellos, sino qué la intervención tiene que ver con la convivencia que se da entre los padres y sus hijos o, en su caso, dentro de una institución educativa y los medios didácticos que la institución implemente en sus espacios.

De acuerdo a las investigaciones realizadas sobre el tema se ha visto que si la familia se involucra de manera significativa en la comunicación real del adolescente en su desarrollo, el tipo de relación que entabla éste con la televisión influye de manera específica.

A medida que se integra el niño en la comunicación familiar, disminuye su tendencia a ver televisión.⁵⁷

Comunicación, televisión y educación

Se puede decir que a mayor comunicación tenga el niño o el adolescente con su familia, existirán menos elementos que desorienten su realidad y posibilitan un entorno donde la crítica de éste hacia los medios se dé de manera natural, lo cual se verá reflejado también en ámbito educativo formal.

⁵⁶ Chávez Pelayo, Joaquín. *Introyección de roles y efectos de la televisión en el niño*. Tesis. ITESO, Guadalajara, Jalisco. 1980. Pág. 36.

⁵⁷ Orozco, Guillermo. "El niño como televidente no nace, se hace". Pág. 45-46.

Podemos decir que en la actualidad la educación que recibe el adolescente llega por medio de tres instancias socializadoras, las cuales son: la familia, la escuela y la televisión.

El adolescente cuando se enfrente a los medios de comunicación recibe de ellos: diversión, aprendizaje, hábitos, interrelación social, costumbres, modas, evasión, etc. Claro, cada una de estas funciones es diferente de acuerdo a las características individuales y sociales donde se esté desarrollando el adolescente.

Al ser la televisión la forma más importante de comunicación ésta ha generado una nueva forma de pensar y expresarse, el lenguaje audio-visual es en la actualidad parte de nuestras vidas. La imagen pasó a ser un lenguaje donde el tiempo y el espacio son diferentes, y hasta el modo de expresión son ya propios de las nuevas generaciones que consumen esta información.⁵⁸

Ahora bien, en el pasado la escuela era el único medio de aprendizaje con el que contaba el niño, en la actualidad, el maestro busca los medios necesarios para propiciar un aprendizaje significativo en sus educandos, pero tiene la desventaja de tener a sus alumnos durante un período corto de tiempo, ya que gran parte del aprendizaje que recibe el niño tiene lugar fuera de la escuela.⁵⁹

Si bien, los maestros se esfuerzan por proporcionar la educación formal en sus alumnos, es innegable que los niños pasan muchas más horas frente al televisor proporcionándoles de manera fácil y sencilla el aprendizaje de otras

⁵⁸ Freinet, Celestin. *Las técnicas audiovisuales*. Ed. LAIA. Barcelona, 1976. Pág. 15.

⁵⁹ Howard y Andrey Nichells. *Enseñanza creativa*. Ed. Diana. México, 1979. Pág. 33.

formas de vivir, de ser y de pensar y, en ocasiones, todas ellas ajenas a nuestra realidad.

Hay una confusión entre él y su mundo exterior, el niño tropieza con dificultades para esperar los productos de la imaginación de los objetos de su realidad exterior.⁶⁰

Por otro lado, es en la familia donde se da la crianza y educación de los nuevos entes sociales. Es en el núcleo familiar donde se aprende a compartir y a socializar con otras personas, así como adquirir el conocimiento del mundo que nos rodea, a recibir educación necesaria para que nuestro comportamiento sea el esperado de acuerdo a la situación en la que nos enfrentemos en la vida. Pero, sin embargo, es innegable que la televisión se ha insertado en nuestras vidas y es una realidad que existe y que en muchas ocasiones ha contribuido a contribuir a cambiar ya sea para bien o para mal las formas y comportamientos de nuestras familias.

De la misma manera, es en la escuela formal donde el niño comienza a adquirir los nuevos conocimientos que le darán conciencia social, entrará en comunicación con otros individuos diferentes al entorno familiar, y así, comenzará a establecer la idea de un comportamiento social, el cual es el esperado por la familia y la nación.

También aprende varias maneras organizadas de jugar y trabajar; se convierte en un miembro de grupo de sus compañeros y trata de ser conocido por el grupo; goza de la recompensa de sus habilidades...⁶¹

⁶⁰ Porcher, Luis. *La escuela paralela*. Ed. Kapeluz. Buenos Aires, 1979. Pág. 63.

Ahora bien, según investigaciones que fueron hechas por la Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTEK), con los niños que finalizan su educación primaria se concluye que a ellos: Le interesa todo lo que sean reglas, valores y normas sociales, por eso le gustan las telenovelas ya que ahí aprende una forma de relación social, lo cual es ajena a nuestra sociedad.⁶²

El niño al estar frente al televisor y consumir su programación aprende cosas que no sabe, esto podemos decir que es debido a la etapa de socialización por la que está pasando, donde la necesidad de parámetros es necesaria para que él pueda relacionarse mejor con su medio ambiente y el mundo que lo rodea. Se interesa mucho más por los sentimientos que comienza a experimentar hacia otros seres humanos, ya que estos sentimientos sustentan las relaciones sociales de todos los seres humanos. Dichos sentimientos son: amor, afecto, seguridad, protección, odio, miedo, alegría, culpabilidad, inseguridad, desprotección, tristeza, agresión, etc. Los intereses que experimenta el niño van de acuerdo a la edad y conforme al ambiente social en el que se esté desarrollando.

En estas etapas el niño se encuentra inmerso en una evolución y donde su desarrollo es fundamental, ya que es durante este periodo donde se dan los procesos de cognición, los afectivos, los motores y de identificación social.

Al proyectar estereotipos la televisión en los adolescentes, éstos buscan en sus personajes preferidos una identificación y proyección de sus ideales. Para ellos al estar estos personajes mucho más cerca y de manera inmediata a su

⁶¹ Asociación Mexicana de Pediatría. *El crecer de nuestros hijos*. IMSS. México, 1979. Pág. 336.

⁶² Asociación Mexicana de Pediatría. *El crecer de nuestros hijos...* Pág. 94.

realidad los toman como modelos a seguir, ya que él los identifica como algo que forman parte de su mundo y para nada son algo ajeno a sus vidas.

Por último, debemos considerar a la educación como parte del proceso de comunicación, ya que ella crea, intercambia y transforma significados, tanto culturales como sociales, sin dejar de lado los valores que ésta nos transmite, ya que orientan el proceso de desarrollo del individuo, y así, de esta manera, se cumplen las funciones de la educación. Así mismo, la educación es diálogo, sin ésta no existe la comunicación, y al existir la comunicación el proceso educativo se puede dar.⁶³

⁶³ Torres Novoa, Carlos (Compilador). *La praxis educativa de Paulo Freire*. Ed. Gernika. México, 1979. Pág. 146.

CAPITULO VII

ESTRATEGIAS Y METODOLOGÍAS

En el presente capítulo se expresa la metodología que sirvió para el diseño y elaboración del instrumento de investigación. Así como los resultados obtenidos en el estudio de recepción aplicado al grupo focal del 1º de Secundaria de la Escuela Secundaria José Martí número 84.

Así, el presente muestra el análisis, evaluación e interpretación de los datos recolectados en el grupo que nos sirvió como muestra representativa después de haber proyectado un capítulo de *La rosa de Guadalupe* titulado “¿Qué pasó en la secundaria Green?”

En primera instancia se expone la creación de la telenovela así como los parámetros bajo los que fue establecida.

Breve reseña de la telenovela: *La rosa de Guadalupe*

La Rosa de Guadalupe

El grupo Televisa en el año 2008 lanza a la pantalla una telenovela con corte religioso, sobre todo, se centra en los milagros que llega a conceder la Virgen de Guadalupe a todo aquel que se lo pida con fervor. Esta telenovela se trasmite todos los lunes, miércoles y viernes de 5 a 6 pm por el canal 2 de Televisa en la ciudad de México. Dicha telenovela narra una serie de historias donde los

personajes se enfrentan a problemas “reales” o que pertenecen al contexto actual mexicano como es el narcotráfico, la drogadicción, la violencia, el *Bullyin*, etc. todo ello sacado de las distintas noticias que se dan en el acontecer mexicano, y que en todo momento son resueltos mediante los ruegos y peticiones de salvación para que la virgen interceda por ellos en todo momento. Es una narración de tipo ficcional que propone la solución en el ruego y el culto hacia la guadalupana. El programa propone guías que funcionan de orientación a la acción, así como una moraleja final que establece un modo de vivir dentro del culto guadalupano.

La Rosa de Guadalupe es una serie creada por Carlos Mercado Orduña, esta novela alude a la religión católica, en específico, a la Virgen de Guadalupe.

Cada capítulo de la novela comienza con el esbozo del problema, y donde el personaje principal comienza a involucrarse en distintas situaciones, como: las adicciones, el maltrato físico o sexual, el bullying, etc.

En el clímax de la historia, cuyo momento es cuando el personaje principal se encuentra en graves problemas y donde parece ya nada tiene solución, aparece una persona cercana al personaje principal y ésta pide o intercede para que la virgen ayude solucionando el problema, y la señal de que ha sido escuchada su petición es cuando el personaje principal es “tocado por una suave brisa” que representa el actuar de la Virgen de Guadalupe, y al final del episodio, la Rosa Blanca desaparece mientras uno de los personajes narra el mensaje propio de cada capítulo a modo de moraleja.

La intertextualidad que le da forma a toda la historia es el mito de la aparición de la Virgen de Guadalupe a Juan diego en el cerro del Tepeyac en el año de 1531. Esta es la base de la intertextualidad, ya que al hacer uso de elementos simbólicos, como el mito de la aparición que da título a la telenovela “La Rosa de Guadalupe, que sin lugar a dudas remite al momento de la aparición, siendo elemento distintivo de dicha aparición las rosas que son la prueba fehaciente del milagro. En la telenovela podemos ver que el o los personajes que recurren a la Guadalupana y hacen uso del ruego se les aparece una rosa blanca frente alguna imagen de la Virgen de Guadalupe como señal de que la petición fue escuchada y se solucionará el problema mediante el milagro. Por su parte Televisa en todo momento actualiza el mito de la Virgen de Guadalupe y lo difunde, lo acerca a la audiencias y participa y fomenta la devoción del culto a la Virgen de Guadalupe y que a su vez se apropia de este símbolo para proyectarlo a todo aquel que lo desea mediante la magia de la pantalla.

También debemos hacer notar que la telenovela *La rosa de Guadalupe* utiliza diversas imágenes que parecen ser parte integral de los personajes. Estas imágenes las vemos con altares adornados con flores. Al decir de estas imágenes lo que demuestran que al estar dentro de las casas de los personajes los identifica como creyentes de la Virgen de Guadalupe, ya que al ser la única imagen que se presenta en los altares de los hogares de los protagonistas de la trama.

Para Moscovici (1979)⁶⁴ la imagen tiene como función recibir nuevos mensajes, para dirigir la percepción y la interpretación del mensaje que tiene como función seleccionar la información. Este es uno de los mecanismos que utiliza la imagen para penetrar en el universo de los individuos o de un grupo dado, el objeto, en este caso la imagen de la Virgen de Guadalupe, entra en una serie de relaciones y articulaciones con otros objetos que ya están allí, de los cuales toman propiedades y les da las suyas. Tal y como se puede apreciar en la telenovela *La rosa de Guadalupe*, la imagen de la guadalupana aparece en múltiples formas y objetos, la reproducción de la imagen se encuentra en diversos artefactos como son: computadoras, altares, retratos, collares, pulseras, etc. Con ello podemos ver que la imagen se hace presente, accede, convive y entra en el mundo de los personajes, e inclusive en el actual mundo tecnológico.

Por otro lado es significativo que la imagen de la Virgen de Guadalupe sea representada de acuerdo en el contexto de la trama, es decir la actualización de la imagen se toma de la autorizada oficialmente por la iglesia, y es esta imagen la que se muestra cuando se ven capítulo donde los personajes involucrados son adultos, en el caso de los adolescentes o jóvenes la imagen que se les presenta es la caricaturizada e infantil.

Esta estrategia es debido a que dicha imagen caricaturizada de la Virgen de Guadalupe funciona como acercamiento, ya que al parecer los adolescentes llegaron a un momento en que el alejamiento hacia la religión católica se hizo patente, sobre todo en Latinoamérica. Es por ello que la telenovela *La rosa de*

⁶⁴ Moscovici, Serge. *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires, Editorial Huemul. 1979.

Guadalupe se realizó como un programa que atrajera a los grupos de jóvenes, sobre todo forma parte del cultivo hegemónico donde la Virgen se utiliza como herramienta en beneficio de la televisora Televisa en México, es toda una estratagema para la difusión, circulación y acercamiento al culto de la Virgen de Guadalupe con los adolescentes una imagen caricaturizada que se adapte a los contextos y espacios de los nuevos usuarios.

Por último diremos que la imagen o las imágenes de la Virgen de Guadalupe son en todo momento actualizadas, sobre todo cuando vemos estas imágenes con rostro infantil que en el sentido religioso estarían situadas como una profanación total hacia la imagen, sin embargo son aceptadas por la institución religiosa y por los usuarios como imágenes sagradas.

Y, es así, que con el gran desarrollo que se ha dado en los medios de comunicación a mediados del siglo XX y principios del XXI, nos enfrentamos ante un gran desafío por hacer estudios y estrategias metodológicas que nos des respuesta sobre cómo los jóvenes se relacionan con la televisión. El propósito de la presente tesina es mostrar cómo se procedió en la investigación, conjuntamente con el tratamiento de los datos y dar a conocer los resultados y conclusiones a la que se llegó con dicha investigación.

Es decir, el fin es mostrar los hábitos y usos que le dan los jóvenes al ser receptores de la televisión, el tiempo que pasan frente a ésta, para luego, con ello, pasar a explorar las mediaciones de que es objeto su interacción con este medio.

En especial cuando frente al televisor consumen la telenovela *La rosa de Guadalupe*.

METODOLOGÍA

16 preguntas del cuestionario 1

9 preguntas del cuestionario 2

La metodología utilizada en esta investigación es de tipo cuantitativo y cuantitativo, por lo que se utilizó una estrategia integrada por: cuestionarios, aplicados a los estudiantes de la Escuela Secundaria número 84, José Martí, ubicada en la Delegación Iztapalapa, colonia Ampliación los Reyes Culhuacan. Con alumnos de 1º año de secundaria, cuya edad está comprendida entre los 12 a los 13 años.

Esta investigación sólo pretende analizar la recepción dentro de la telenovela *La Rosa de Guadalupe* por parte de los jóvenes de secundaria y describir las posibles formas en que ellos perciben los mensajes de dicha telenovela y cómo se da esta actividad en ellos.

Se eligió trabajar con jóvenes de secundaria por considerar que habitualmente ellos son los que se relacionan de manera más estrecha con los medios masivos de comunicación, en especial con la televisión. No está por demás señalar que son los jóvenes los que mayormente están inmersos dentro de una cultura configurada y reproducida por los medios; es decir que gran parte de su saber lo han recibido de dichos medios mediante las funciones sociales que

éstos llevan a cabo. Por otra parte se eligió trabajar con adolescentes de esta edad debido a que de manera general comienzan a integrarse de manera más real al mundo que los rodea y comienzan a buscar respuestas para poder transitar al mundo adulto.

El cuestionario se estructuró con preguntas abiertas y cerradas, mismo que se aplicó para conocer los hábitos de consumo y usos de la televisión, en este caso, lo referente a la Telenovela la Rosa de Guadalupe. La población que se seleccionó fue debido a que nos llamó la atención por saber cómo los jóvenes de 1º de secundaria encuentran en el uso y consumo de la televisión un medio para responder a sus preguntas para poder transitar hacia el mundo adulto. Es decir cómo la televisión los educa para su futura vida adulta.

Es por esto, que el interés que ha surgido de nuestra parte es propiciado por el notorio cambio e influencia que en los últimos años ha tenido en los jóvenes las telenovelas con corte juvenil respecto a la manera de vestir, escuchar música, así mismo como la forma de comunicarse, incluso la influencia sobre distintos tipos de enfermedades como la anorexia, bulimia, las adicciones, el sexo. Todas estas problemáticas, si es verdad, han sido abordadas en otros programas televisivos, no podemos negar la fuerza histórica, comercial y cultural de las telenovelas que por ello hemos decidido partir desde la hipótesis de qué tanto ciertas telenovelas en la actualidad son dirigidas con el fin de educar a la juventud, este es el fin de esta investigación que a continuación presentaremos.

Cuadro de variables

Variable	Justificación	Evaluación	Perfil
Edad	Porque es importante definir la influencia de la TV, a ciertos rangos de edad.	La edad la usaremos para delimitar la investigación a los jóvenes.	Psicográfico.
	Sabremos si las encuestas piensan que la telenovela la Rosa de Guadalupe son hechos basados en la vida real.	Notaremos el nivel de identificación que las encuestas ven la Telenovela la Rosa de Guadalupe.	Psicográfico.
	Sabremos si los jóvenes aprenden algo de la Telenovela la Rosa de Guadalupe	Notaremos si es verdad que los jóvenes se dejan influenciar por la Telenovela la Rosa de Guadalupe.	Demográfico.
	Sabremos si algunas cosas que son aprendidas de las Telenovela la Rosa de Guadalupe. Pueden servir para educar a los menores de edad.	Notaremos si los mensajes aprendidos en la Telenovela la Rosa de Guadalupe llegan a trascender en una generación más joven.	Demográfico.

La encuesta fue aplicada el día 22 mayo de 2013, en las instalaciones de la Escuela Secundaria número 84 José Martí, que se encuentra ubicada en la Delegación Iztapalapa, dentro de la zona llamada Los Reyes Culhuacan.

La encuesta realizada se encuentra constituida de un sólo cuestionario dividido en dos partes, el cual contiene 16 preguntas para la primera parte y 9 preguntas para el segundo. Estas preguntas tienen como objetivo determinar en la medida de lo posible la influencia de la telenovela *La rosa de Guadalupe* en la adolescencia del área de la ciudad de México, D.F. Estos datos nos sirven para determinar el nivel de respuesta que tiene dicha telenovela de esa población y determinar si existe una verdadera influencia entre los adolescentes, y si es así, ver si esta influencia es determinante en su educación para entender la realidad.

La encuesta fue aplicada a jóvenes de ambos sexos, que contaban entre 12 a 13 años de edad, tomando en cuenta que todos los encuestados no tenían idea sobre el tema a tratar en la presente investigación.

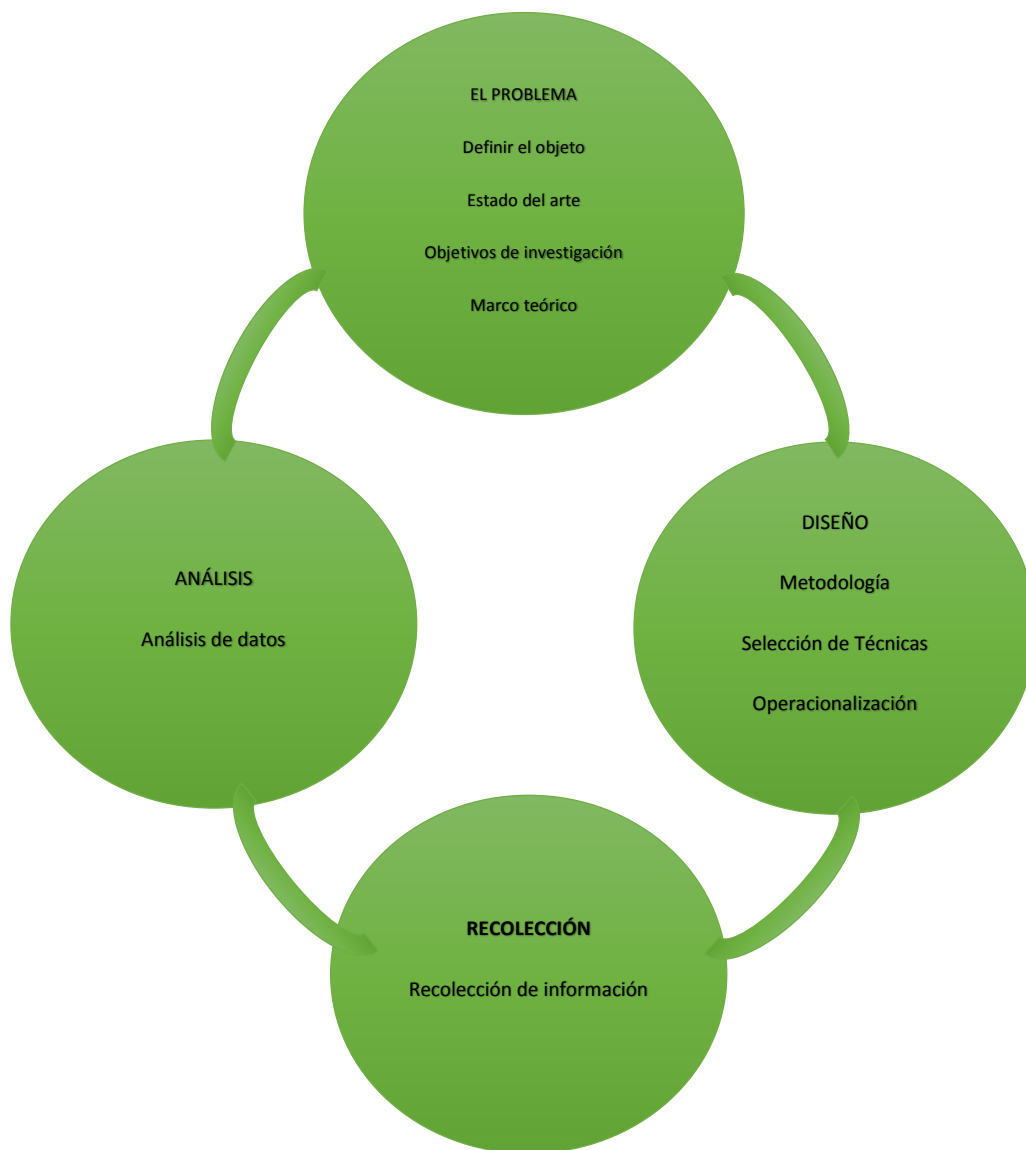
En cuanto a la metodología en las últimas décadas se han tendido puentes entre dos corrientes epistemológicas, en lo que ha venido a llamarse el realismo. Existe una realidad social independiente al observador, pero ésta no puede ser conocida objetivamente. Así, se puede describir la realidad, pero no aspirar a establecer la verdad sobre ella. Desde esta perspectiva, tanto lo cuantitativo como lo cualitativo tiene relevancia.

Esta investigación se suscribe desde una perspectiva realista. Se concibe la metodología y técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación como

herramientas significativas para describir la realidad, aunque no puedan abarcarla ni explicarla completamente. Es por ello que se constituye como una herramienta irrenunciable para la investigación presente.

A continuación se presenta un diagrama sobre cómo se desarrolló el proceso de investigación de la presente tesina:

Diagrama sobre el proceso de investigación



El proceso de investigación

Selección de población y de la muestra

Comenzaremos por definir que la muestra se compone de:

- **Población:** es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.⁶⁵
- **Muestra:** subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativa de dicha población.

Ahora bien, con nuestras bases teóricas ya bien definidas respecto a nuestra investigación, se pudo realizar el trabajo de campo para obtener la información necesaria que nos permita conocer cómo los jóvenes perciben lo que ven en la telenovela *La rosa de Guadalupe*, así como sus preferencias y hábitos televisivos.

El estudio se hizo mediante la aplicación de 234 encuestas a jóvenes de 1º de Secundaria de la Escuela Secundaria José Martí número 84. En un rango de edad entre los 11 y 12 años. Dicha aplicación fue el día 22 de mayo de 2013.

El sector a estudiar es el de los jóvenes ya que consideramos que en el futuro serán el eje principal del país, tanto en el desarrollo político, económico, social y cultural de México.

En el caso del sexo que debe tener la muestra se optó porque fuera indeterminado, ya que los hábitos de consumo y las preferencias de ambos se generalizaron en las gráficas.

⁶⁵ Selltiz, C., Jahoda, M. Deutsch, M. y Cook, S.W. *Métodos de investigación en las relaciones sociales*. Madrid: Rialp, 9ª ed. 1980.

En cuanto estudiar a los jóvenes de 1º de Secundaria, y en especial a los jóvenes de la Escuela Secundaria número 84 del D.F., Es por qué consideramos que por ser el Distrito Federal la capital del país es, desde nuestro punto de vista, la entidad que representa a todo México, en especial a todos los jóvenes que cursan el 1º de Secundaria de manera formal.

La edad de los jóvenes que se encuestaron se encuentra entre los 12 y 13 años de edad, y se eligió porque influye para conocer las preferencias respecto al consumo de la telenovela *La rosa de Guadalupe*, la edad es un factor fundamental para ver el impacto que tiene dicha telenovela en los mismos. Ya que, a partir de los 18 años de edad, los jóvenes tienen una mayor responsabilidad y libertad de elección en todos los ámbitos de su vida.

El nivel socioeconómico es un aspecto que no fue tomado en cuenta en nuestro objeto de estudio, ya que no consideramos necesario el nivel de vida, sino los hábitos de consumo de los adolescentes respecto a la telenovela *La rosa de Guadalupe*.

La encuesta se aplicó en la Escuela Secundaria número 84 José Martí a los jóvenes de 1º de Secundaria durante el turno matutino.

Debido a que la finalidad de nuestro estudio es conocer el impacto que la exposición a la telenovela *La rosa de Guadalupe* provoca en los jóvenes, nos enfocamos a analizar dicho impacto, así como sus hábitos de consumo, para conocer la influencia que manifiestan. Y así, con los datos obtuvimos información

que nos permitió compara y analizar lo expresado por los jóvenes respecto a dicha novela y poder alcanzar nuestro objetivo.

PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

A continuación se presentan las gráficas de los datos obtenidos.

Sinopsis de: algo raro sucede en la secundaria Green

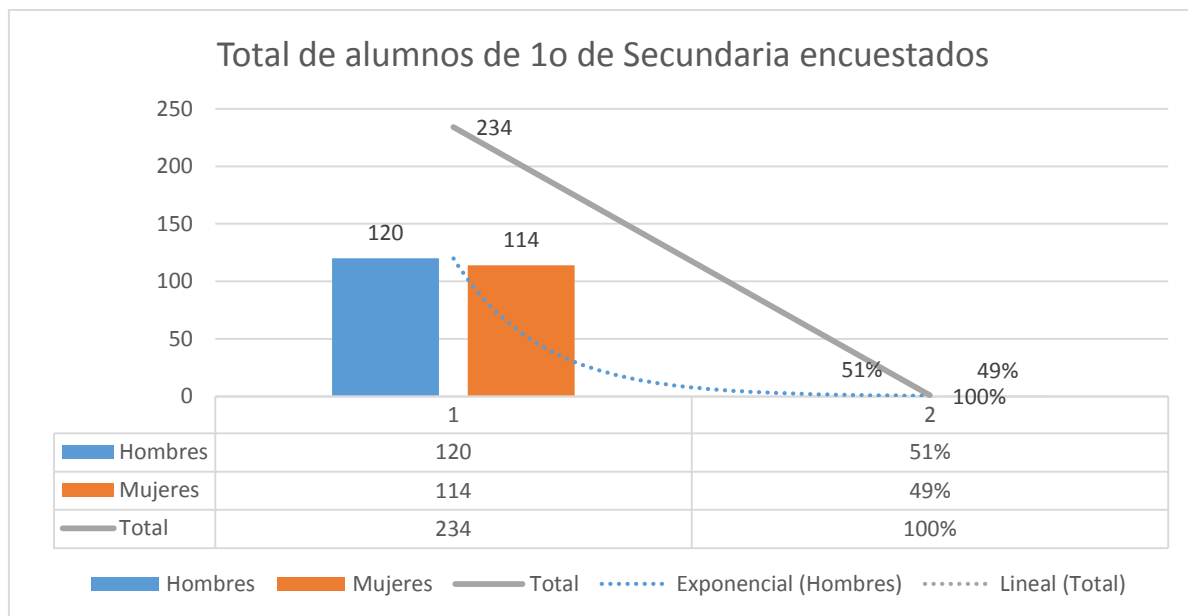
El capítulo, dentro de su trama, trata sobre el suicidio de un alumno de la Secundaria Green. Tras lo ocurrido todos en la escuela se enteran de esto sin saber la verdadera razón de dicho acontecimiento. Pero conforme avanza el capítulo los responsables son 6 estudiantes que les gusta practicar el bullying. Dentro de los agresores se encuentra una estudiante llamada Tessa, cuya actitud cambia al sentirse culpable por lo ocurrido, a lo que decide no seguir más con ellos. Dicha iniciativa motivará a que sea agredida por aquel grupo que practica el bullying. Al parecer nadie debe saber lo que pasa dentro de la institución, trayendo con ello todo una intriga por averiguar qué es lo que pasa en la secundaria Green.

ANÁLISIS DE DATOS

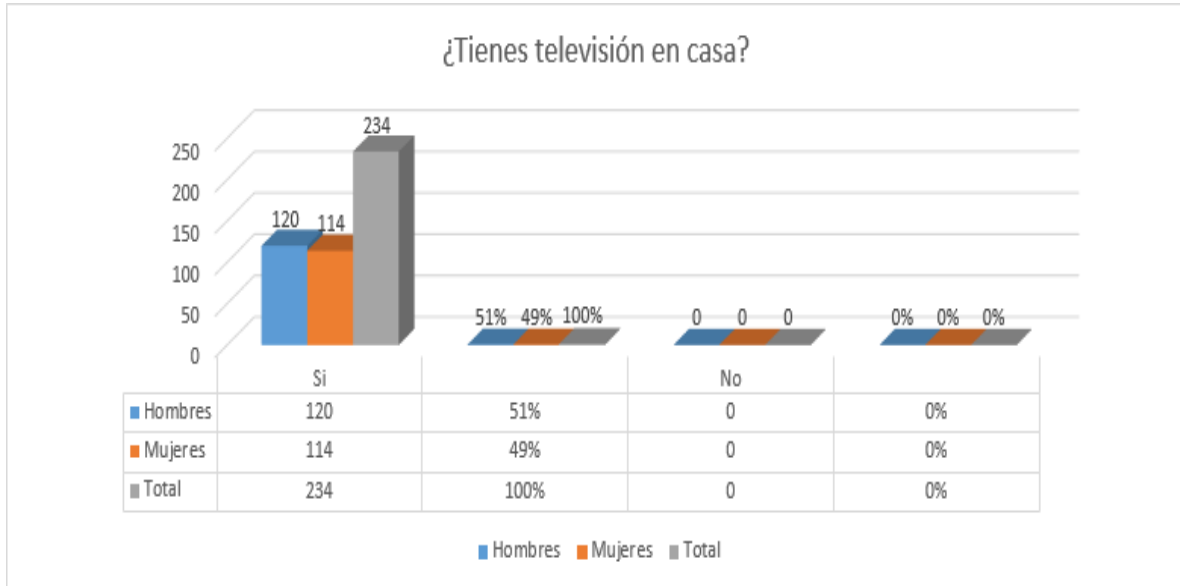
A continuación se presentará el análisis de las gráficas y tablas de frecuencia de los datos obtenidos. También se debe tomar en cuenta que si en las gráficas se observa la separación entre hombres y mujeres no nos centramos en la cuestión de género, sólo lo hacemos con la finalidad de tener una mejor claridad de los resultados, es decir, finalmente el conteo se generaliza en la gráfica presentada conjuntamente con los resultados arrojados de las encuestas.

Datos de representatividad de la muestra

Alumnos encuestados de 1o de Secundaria	Frecuencia	%
Hombres	120	51%
Mujeres	114	49%
Total	234	100%

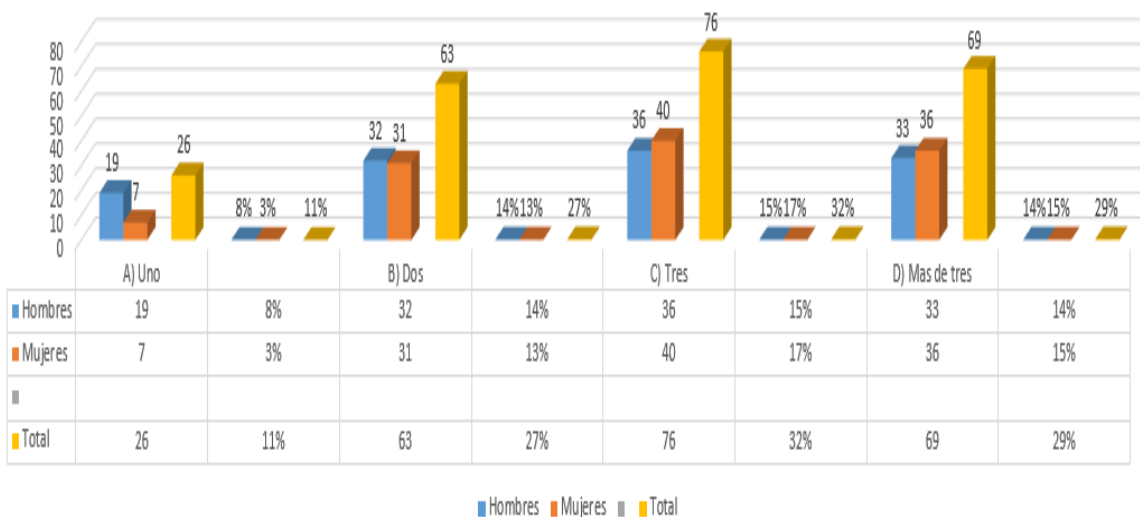


CUESTIONARIO 1



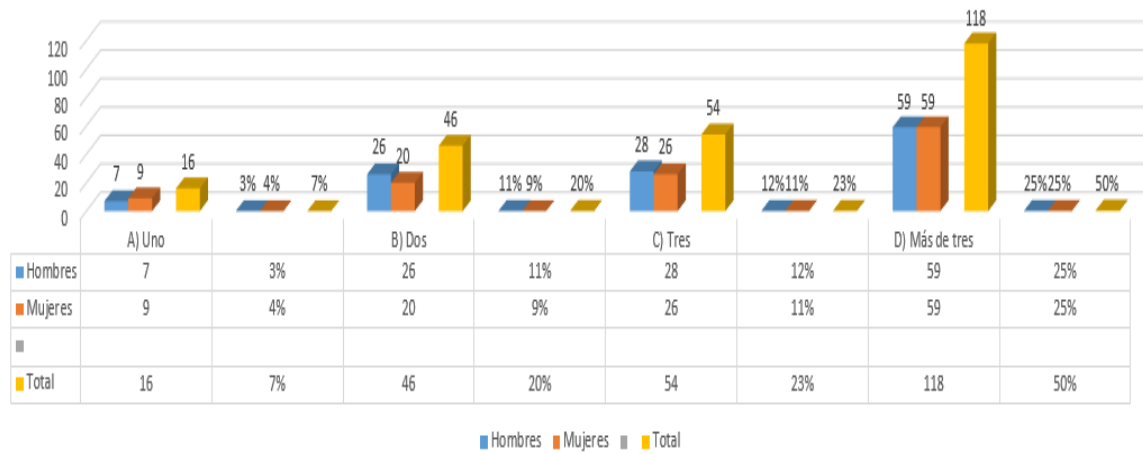
Todos los jóvenes de 1° de la Escuela Secundaria Número 84 José Martí que fueron encuestados contestaron: Sí a la pregunta ¿tienes televisión en casa?, estos datos se dividen en 120 hombres y 114 mujeres que corresponden al universo total de nuestra muestra que fueron 234 encuestados, en este caso se cumplió con el 100% respecto a la pregunta formulada.

¿Cuántos televisores hay en tu casa?



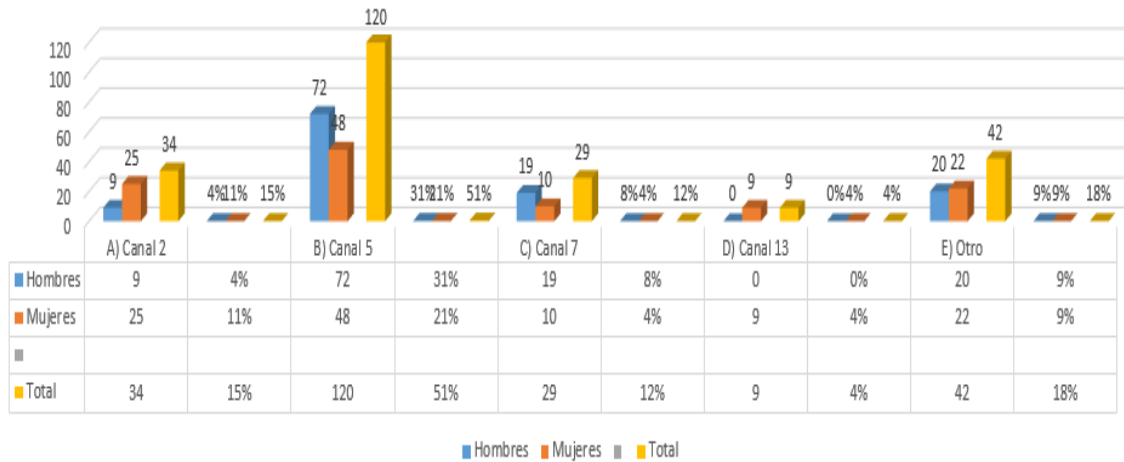
Respecto a la pregunta: ¿cuántos televisores hay en tu casa? Los resultados arrojaron que los que cuentan con más tres televisores en su casa son el 29%, con ello podemos especular que los alumnos encuestados cuentan con este aparato en todo momento dentro de su hogar y posiblemente en casi todas habitaciones disponibles o espacios dedicados al entretenimiento. Es decir que los que cuenta con más de tres televisores en su hogar tienen a este medio de información y de entretenimiento a su alcance en todo momento.

¿Cuántos canales de televisión ves a diario?



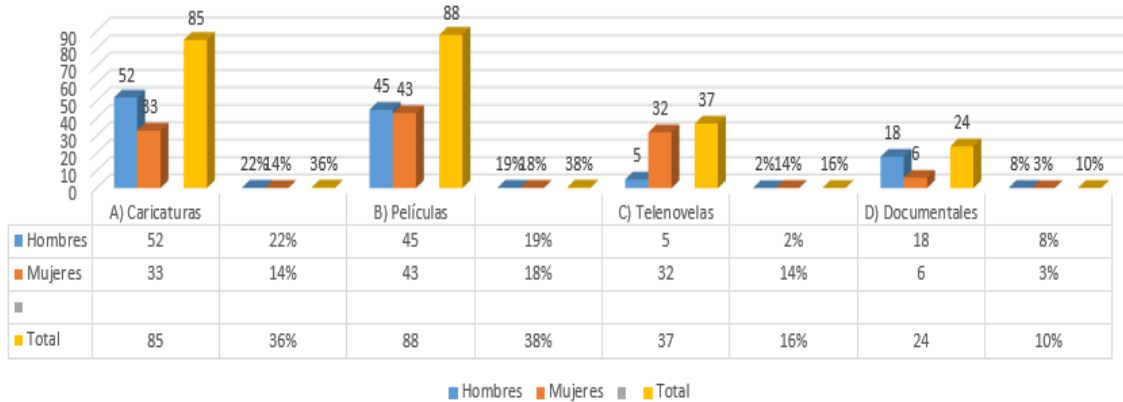
Aquí podemos ver que en los hogares de los jóvenes entrevistados hay un 50% que ve más de tres canales diarios. Y si comparamos tiempos de transmisión por cada programa nos encontramos que el tiempo que dedican los jóvenes frente al televisor se encuentra entre 30 minutos a 1 hora, es decir que si los jóvenes ven más de tres canales diarios podemos especular que consumen un tiempo aproximado entre 5 horas a 4 horas diarias. Con ello podemos suponer que al momento de estudiar puede ser muy difícil separarse de este aparato.

¿Cuál es tu canal preferido?



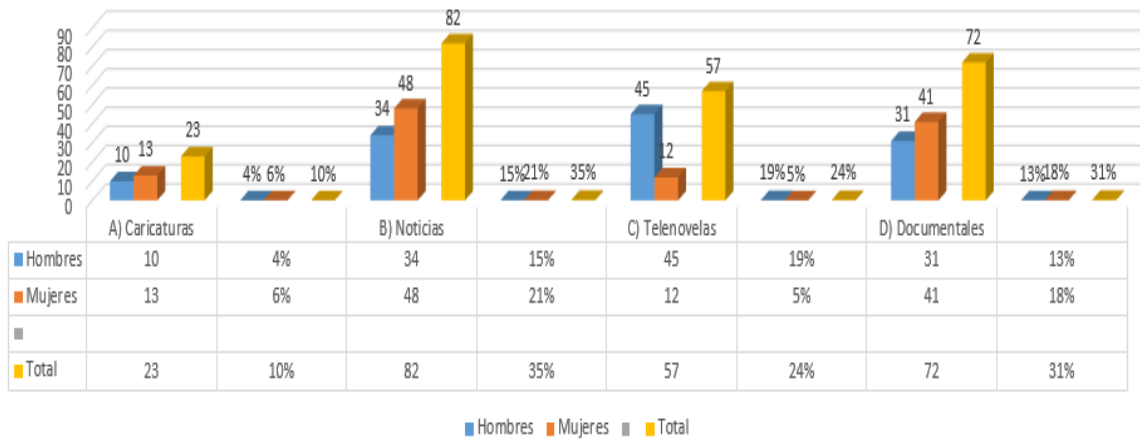
A la siguiente pregunta: ¿cuál es tu canal preferido? Es significativo observar que los jóvenes prefieren consumir los canales que trasmite el grupo Televisa, ya que podemos ver que el 66% de ellos prefieren dicha cadena televisiva.

Cuál de los siguientes tipos de programas prefieres ver?



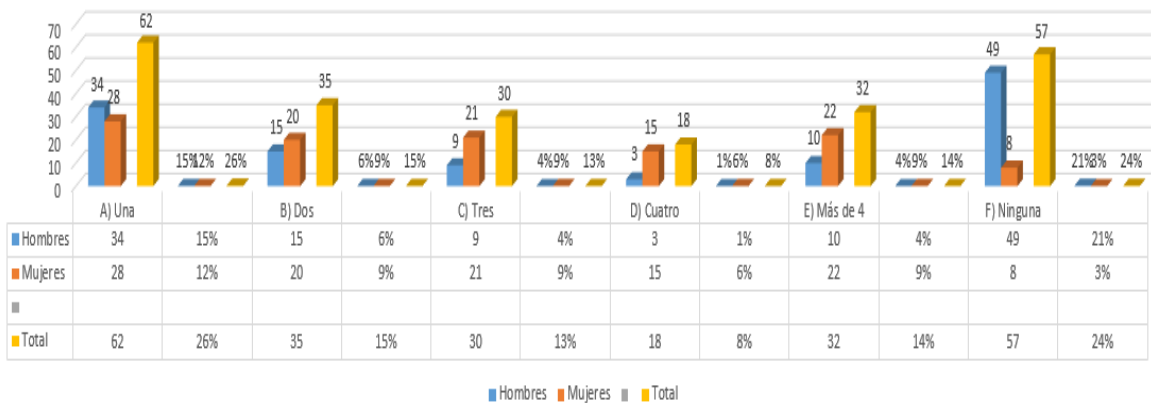
En esta gráfica vemos que las telenovelas se encuentran con un 16% del universo estudiado. Lo que nos gustaría rescatar de esto es ver cómo son las mujeres las que con un 14% de ese 16% prefieren consumir dicha programación.

¿Cuál de los siguientes tipos de programas es el que menos prefieres ver?



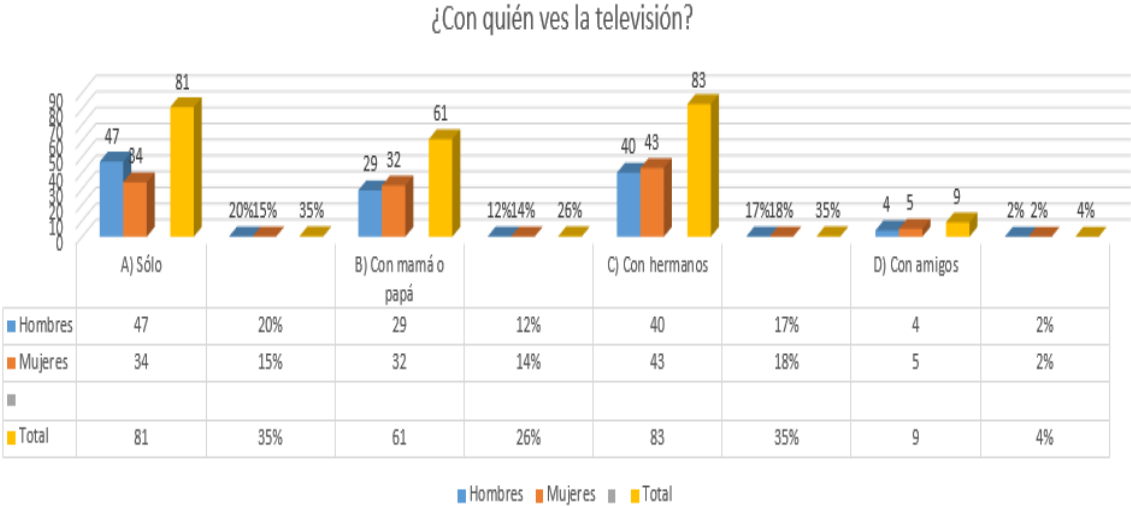
En esta gráfica podemos ver que las caricaturas es la programación que más prefieren los jóvenes, pero lo significativo es que después de ellas es el 24% de los jóvenes prefiere ver telenovelas.

¿Cuántas novelas ves al día?



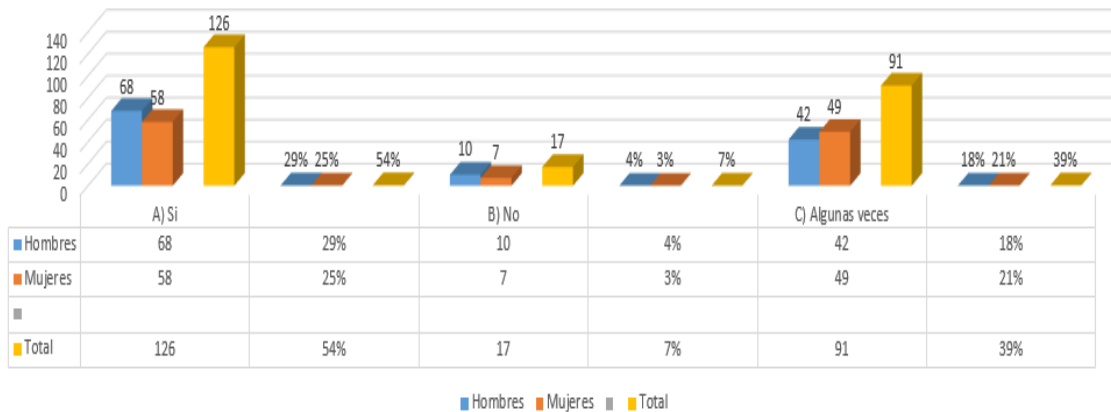
A la pregunta: ¿cuántas novelas ves al día? Podemos observar que en este caso el 26% de los encuestados prefiere ver al menos una novela, mientras el 24% no ve ninguna, pero esto puede resultar engañoso, ya que si sumamos los restantes

que contestan que al menos ven de 2 novelas en adelante, la suma nos da 50%, es decir que la suma total de los que prefieren ver telenovelas es de 76% que difiere con el 24% que no prefiere ninguna.



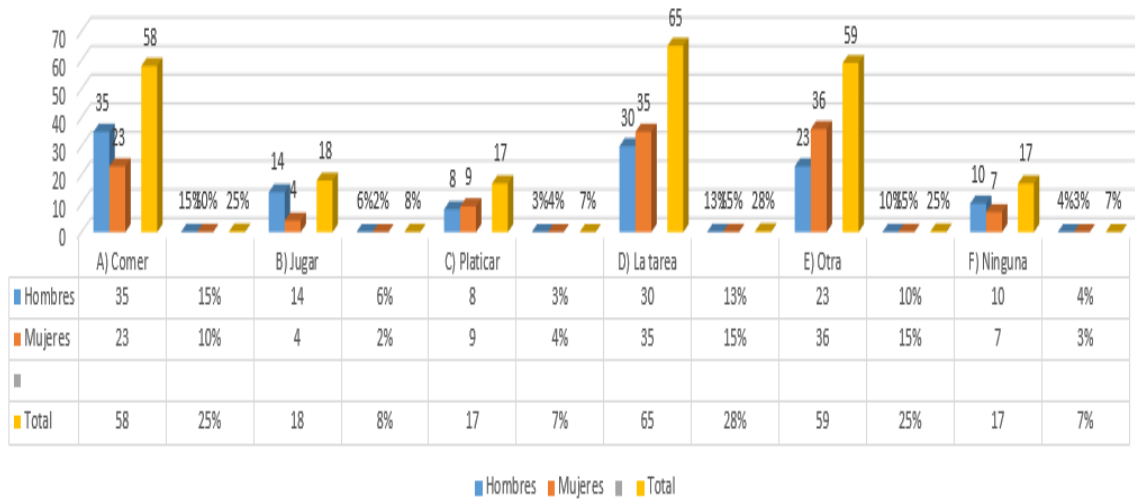
A la pregunta: ¿Con quién ves la televisión? los resultados arrojaron que un 35% de nuestro universo prefiere ver la televisión totalmente sólo, sin embargo hay otro 35% que dice ver la televisión con algún hermano, ahora bien, si hacemos la suma de aquellos que prefieren ver el televisor ya sea con los padres o los hermanos nos encontramos que la suma da: 61%, en este caso dejamos de lado el otro 4% sobre los amigos, ya que lo que queremos destacar es al núcleo familiar que es la base del desarrollo emocional y psicosocial del adolescente. Con ello vemos que los jóvenes encuestados se encuentran con algún familiar cuando están consumiendo los mensajes que les son transmitidos mediante este aparato.

¿Realizas alguna otra actividad mientras ves la televisión?



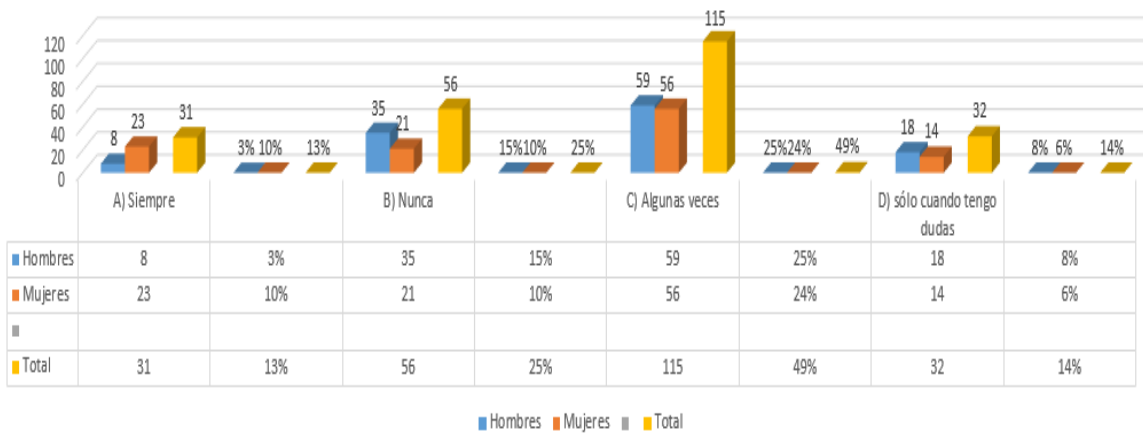
Aquí la encuesta arrojó que los jóvenes que se encuentran realizando otra actividad mientras ven la televisión se encuentran en el 54%, y contrasta de manera significativa con el 7% que no hace otra cosa más que ver la televisión. Pero nuevamente si hacemos la suma con aquellos que algunas veces se encuentran en otra actividad mientras consumen la programación televisiva tenemos la cantidad de 94%, esto tiene relación con lo que señalamos páginas arriba, ya que en la actualidad y, de manera normal, los jóvenes se dedican a estar haciendo otras actividades mientras ven el televisor, esto no quiere decir que no consuman los mensajes que ella trasmite, por el contrario, aun así, los jóvenes de manera parcial o esporádica se encuentran a merced de dichos mensajes.

¿Qué otra actividad realizas mientras ves televisión?

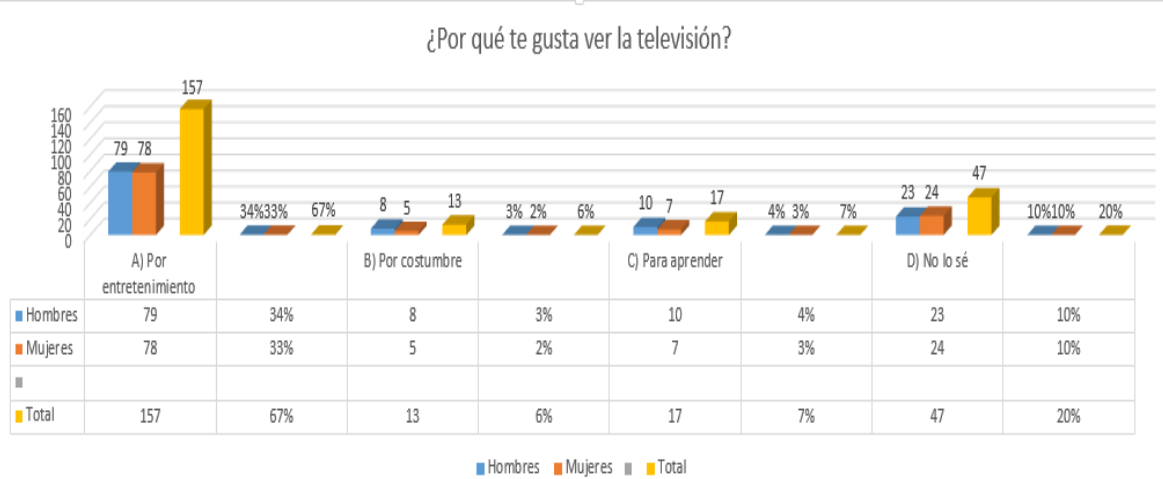


Los datos arrojados en esta gráfica sobre las actividades que realizan cuando ven televisión son en verdad significativos, ya que se puede apreciar que el 28% de la población encuestada se encuentra elaborando su tarea y a la vez consumiendo la programación de su preferencia.

Mientras estás viendo la televisión ¿platicas con alguien sobre lo que vez en la televisión?

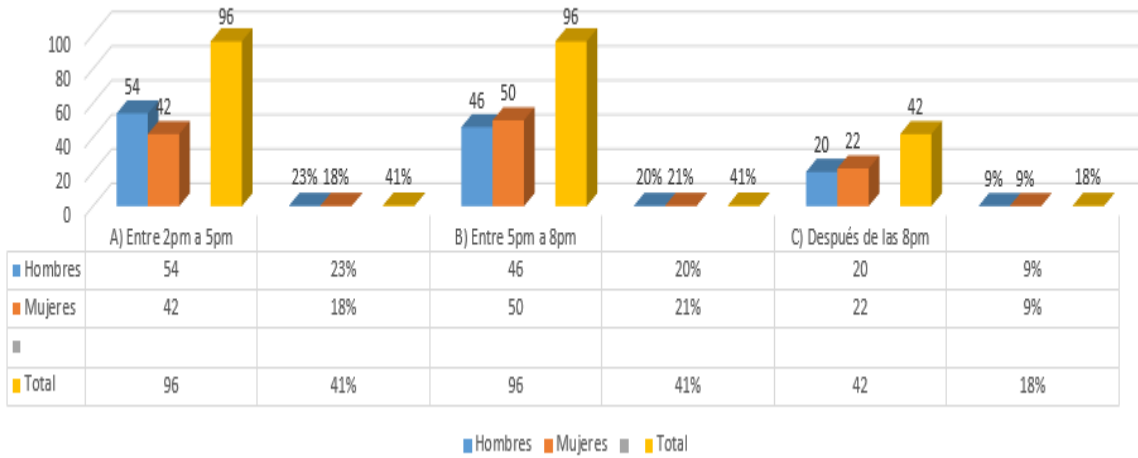


En este tipo de pregunta y observando la gráfica correspondiente podemos apreciar que los jóvenes prefieren platicar sobre lo que están viendo es decir tenemos un 49% en nuestro universo que lo prefiere así, y si sumamos los que contestaron que siempre y los que tienen dudas el porcentaje se incrementa en un 76%, con ello podemos ver que si hay un dialogo sobre la programación, pero queda la duda de que si aquellas personas que están junto al joven son capaces de darles la información correcta.



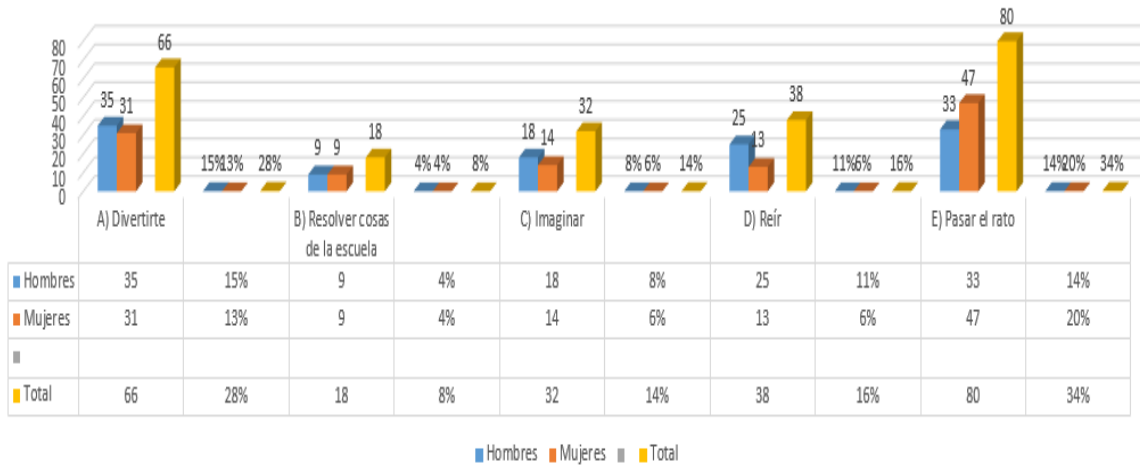
En la siguiente muestra estadística podemos ver que a la pregunta ¿por qué te gusta ver televisión? nos encontramos que la gran mayoría de nuestro universo seleccionado contestó que: por entretenimiento, cuyo porcentaje fue de 67%. De aquí queremos rescatar que con un porcentaje relativamente menor nos encontramos con un 7% de nuestra muestra que contestó que lo hace para aprender.

¿Comunmente a qué hora ves la televisión?



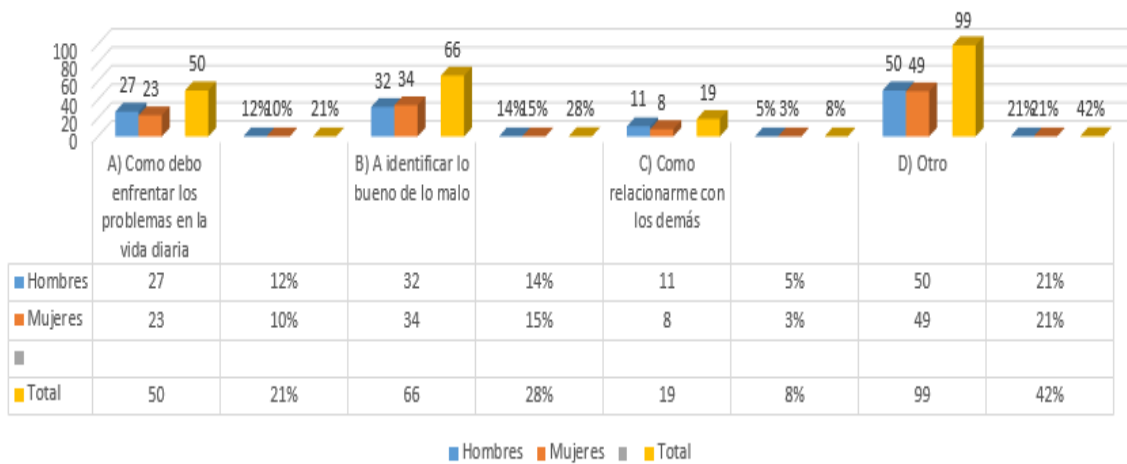
Ahora bien, en la siguiente muestra representativa lo que queremos señalar de manera significativa es que los jóvenes encuestados ven la televisión desde un horario que va de las 2 pm a las 5pm y otro porcentaje que lo hace de las 5 pm a las 8 pm, ambos con un 41%. Lo que nos interesa reiterar es que el horario que va de las 5pm a las 8pm entra dentro las horas en las que es transmitida la telenovela la Rosa de Guadalupe, y lo que es también significativo es recordar que los jóvenes encuestados prefieren ver más la programación de la cadena Televisa.

Lo que ves en la televisión te ayuda a:

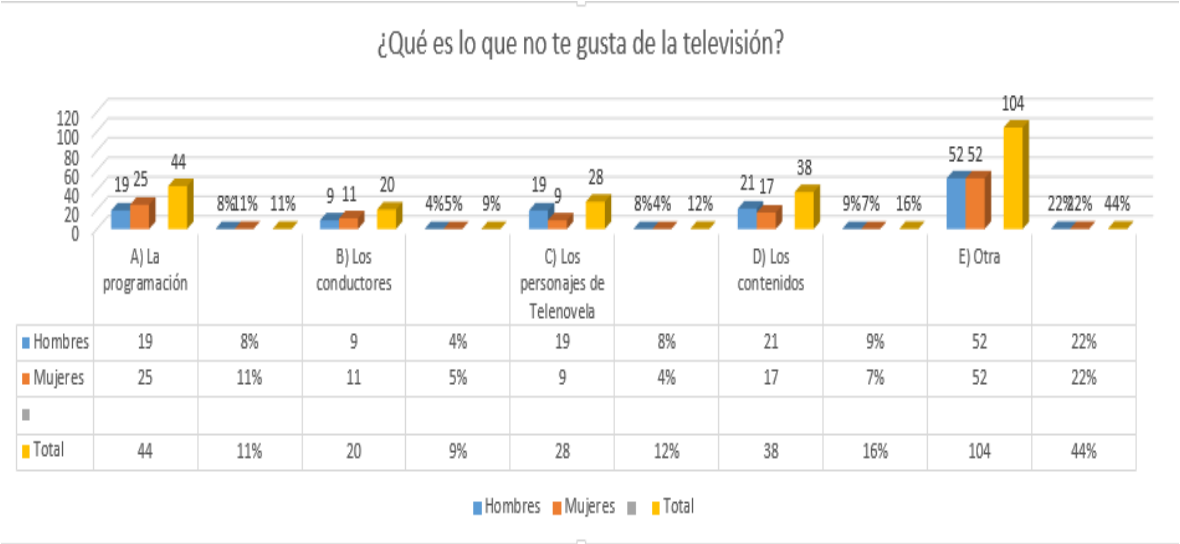


En este universo representativo podemos observar que la mayoría de los jóvenes encuestados contestó que consume los programas televisivos por entretenimiento 28% y por pasar el rato 34%. Mientras que con un 8% lo hace para resolver cosas de la escuela.

¿Qué aprendes de la televisión?

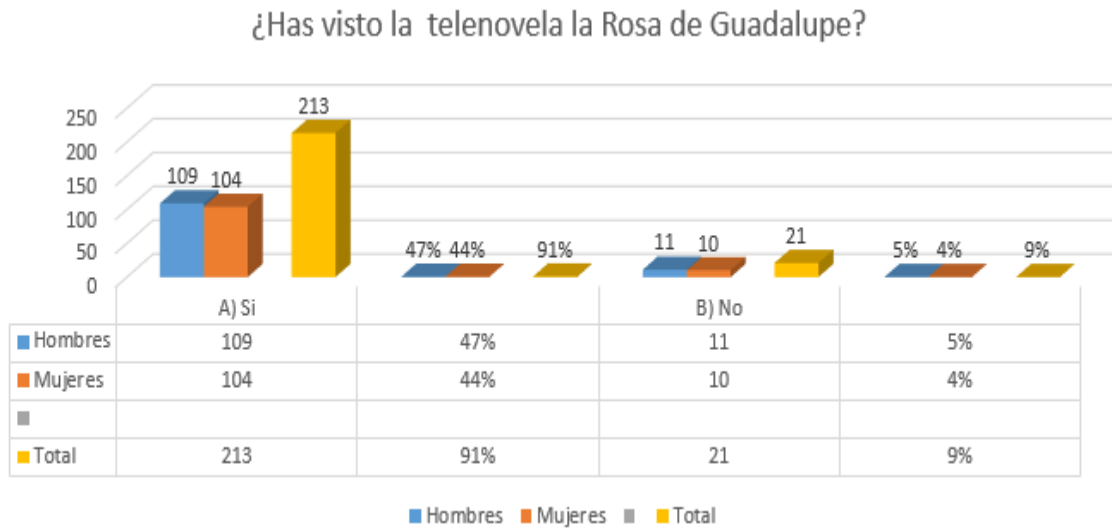


Aquí en esta gráfica independientemente de que vemos que el 42% señaló sobre la pregunta ¿qué aprendes de la televisión? con la respuesta de: otro, no debemos dejar de observar que la pregunta en sí es sobre lo que se aprende de este medio de información ya que tenemos que el 21% respondió que si aprende a cómo resolver sus problemas diarios, mientras que el 28% la televisión le ayuda a identificar lo bueno de lo malo y finalmente tenemos que un 8% dice que le enseña a cómo relacionarse con los demás, es decir que todos contestaron de manera afirmativa que la televisión en todo momento los está educando.



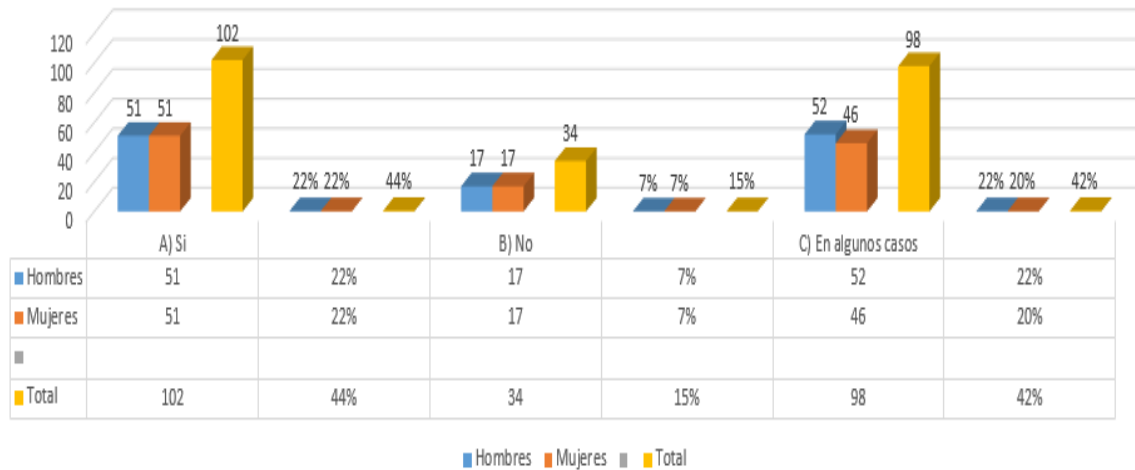
En el siguiente esquema a la pregunta: ¿qué es lo que no te gusta de la televisión? resalta de manera significativa el porcentaje de 44% respecto responder: Otra. Es decir los jóvenes no pueden determinar a ciencia cierta qué es lo que realmente no les agrada de la programación que les ofrecen las televisoras, ya que si tomamos en cuenta la pregunta anterior: ¿por qué ves televisión?, recordemos que la mayoría lo hace por entretenimiento.

SEGUNDA PARTE



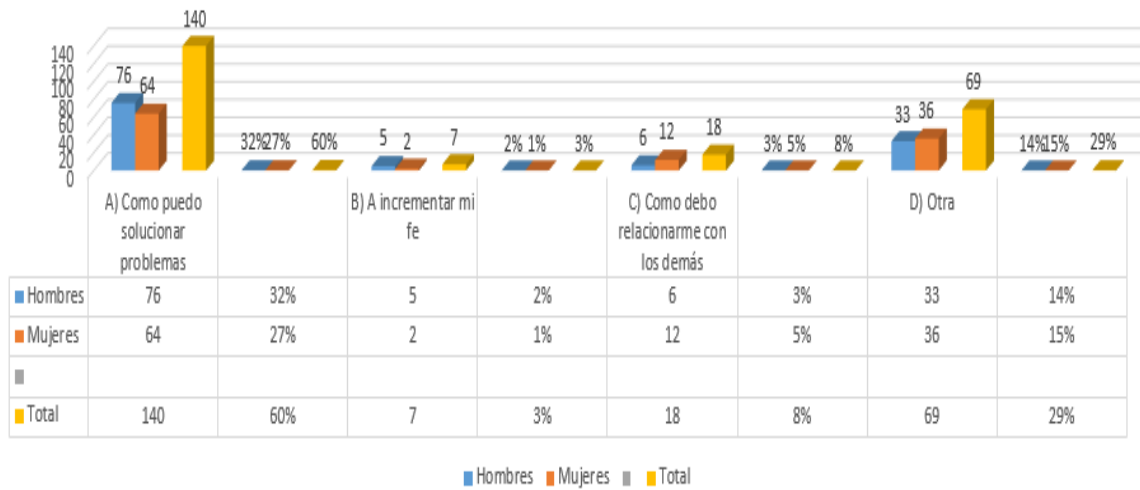
Los jóvenes que fueron encuestados respecto a la pregunta: ¿has visto la telenovela la Rosa de Guadalupe? respondieron con un 91% de manera afirmativa dentro de nuestro universo, mientras que contrasta de manera significativa con el 9% que contestó que no. Es decir nuestro universo representativo de cierta manera ha tenido conocimiento de dicha novela en algún momento de su vida.

¿Lo qué ves en la telenovela la Rosa de Guadalupe crees que te puede ayudar?



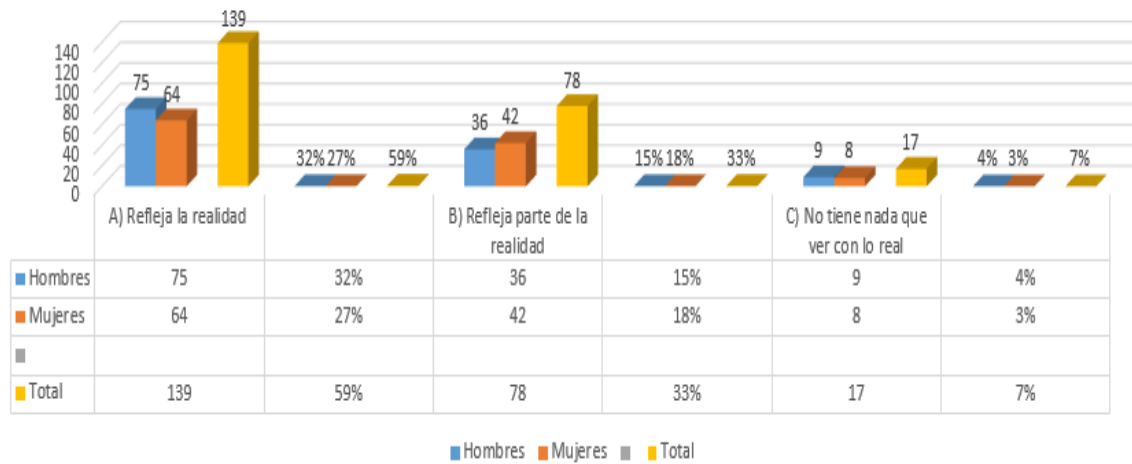
Llegando a este punto y, observando la gráfica de nuestro grupo de jóvenes encuestados, éstos respondieron con un 44% contundente que creen que lo que ven en la telenovela la Rosa de Guadalupe realmente les puede ayudar, y si sumamos el otro restante que contesto: en algunos casos y que llegó a un 42% tenemos que la cifra es de 86%. Con ello podemos señalar que dentro de nuestro universo hay un 86% que ve en la telenovela la Rosa de Guadalupe un medio para resolver algún tipo de problemática en sus vidas.

¿Qué es lo que aprendes de la telenovela la Rosa de Guadalupe cada que la ves?



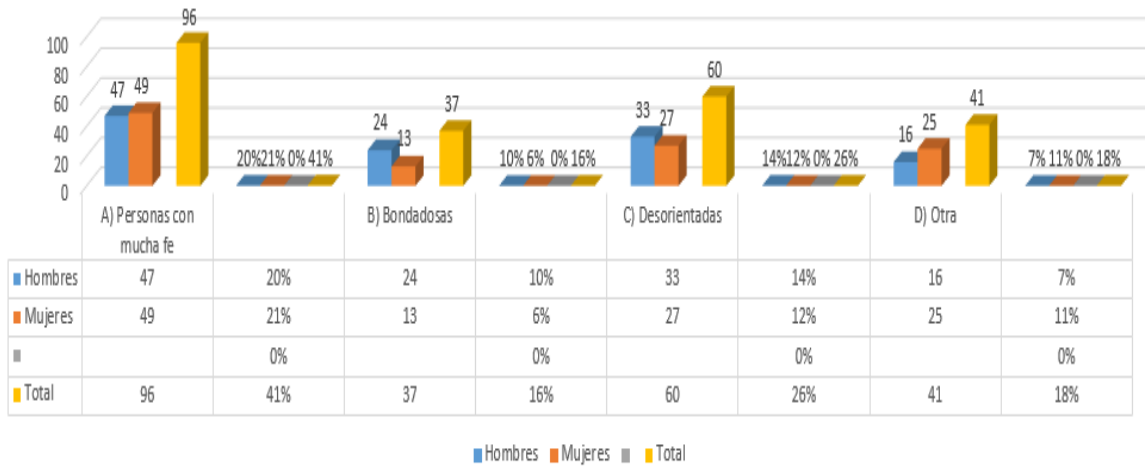
En los siguientes resultados los jóvenes encuestados respecto a la pregunta si aprendían algo cada que veían la Rosa de Guadalupe, tenemos un contundente 60% que respondió que al ver la telenovela les ayuda a solucionar sus problemas, es decir, la televisión, en general y la telenovela la Rosa de Guadalupe en particular, está tomando el rol de educador para los jóvenes, al considerar éstos que no es necesario otro mediador tal como una institución pública o en su caso la familia para ayudarles en sus problemáticas de la vida diaria.

¿Qué te pareció el capítulo de la Rosa de Guadalupe que se te mostró?



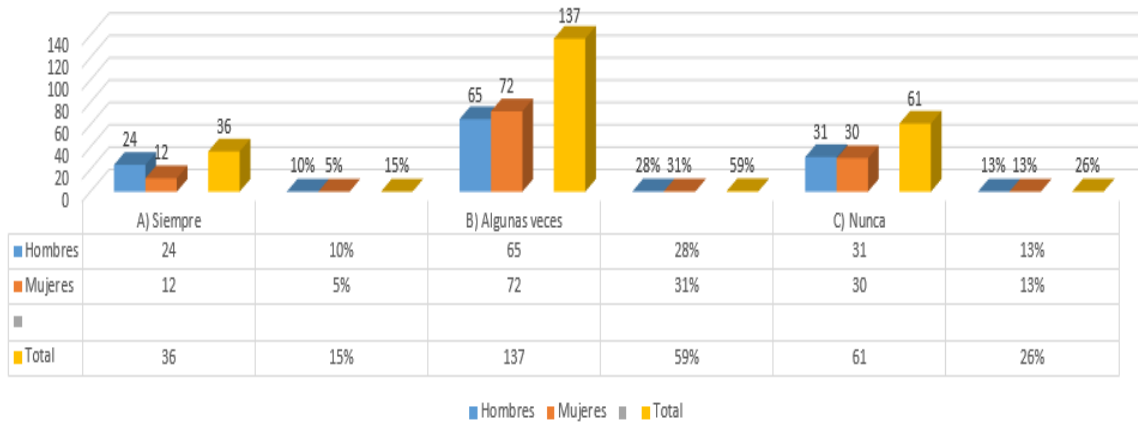
A continuación en la siguiente gráfica mostramos los resultados que se dieron cuando fue proyectado el capítulo: Algo raro sucede en la secundaria Green, en este caso es significativo que tenemos un 59% que considera que el capítulo mostrado realmente refleja la realidad, le sigue un 33% que menciona que refleja parte de la realidad y al final vemos un 7% que considera que nada tiene que ver con lo real. En este caso podemos ver que la telenovela realmente cumple con su cometido ya que la mayoría de los encuestados no puede distinguir lo real de lo ficticio.

¿Cómo son generalmente las familias a las que ayuda la virgen de Guadalupe?



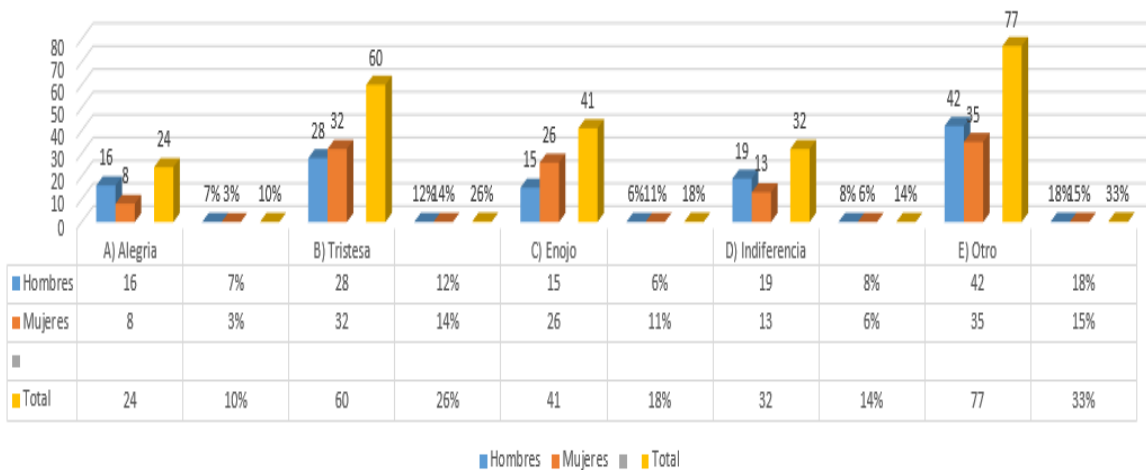
Para los jóvenes encuestados las familias que son presentadas en la telenovela la Rosa de Guadalupe son familias con mucha fe ya que el porcentaje que se alcanzó fue de 41%, mientras que un 26% considera que estas familias son del tipo desorientadas y finalmente un 16% cree que son familias bondadosas. En este caso podemos ver con claridad que el objetivo de la novela la Rosa de Guadalupe es mostrar a las familias mexicanas con una gran fe por encima de todo.

¿Con qué frecuencia te disgusta algo del comportamiento de los protagonistas en la telenovela la Rosa de Guadalupe?

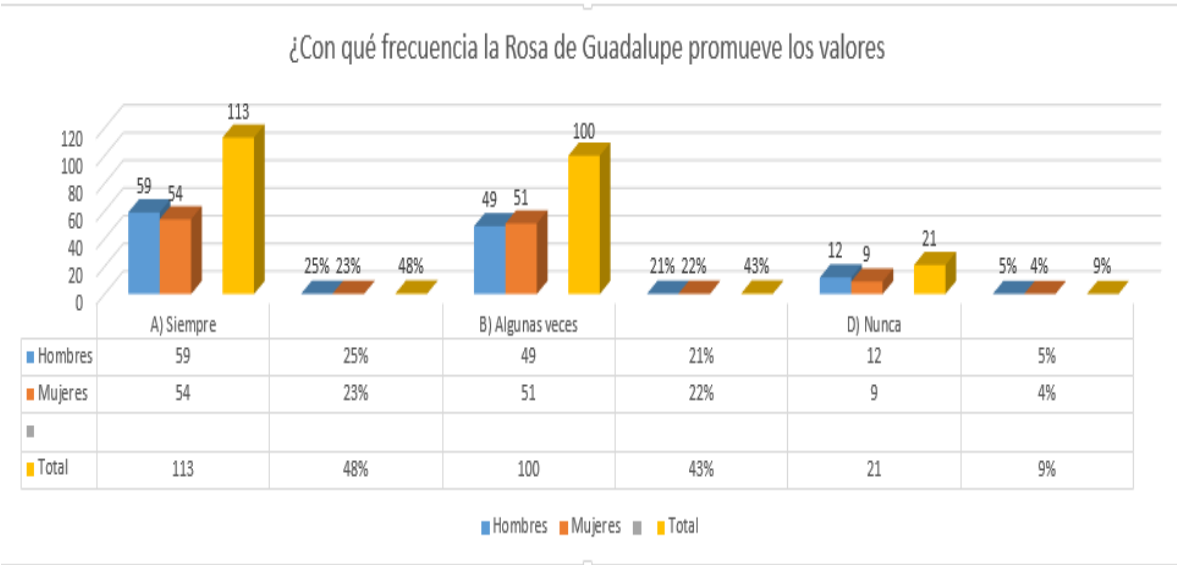


A la pregunta formulada vemos que los encuestados con un 59% contestaron que le molesta algunas veces el comportamiento de los personajes de la novela la Rosa de Guadalupe, podemos especular que llegan a experimentar cierto grado de ansiedad ante la dificultad de resolver las problemáticas presentadas por la novela.

¿Qué sentimientos te hizo sentir el capítulo mostrado de la Rosa de Guadalupe?

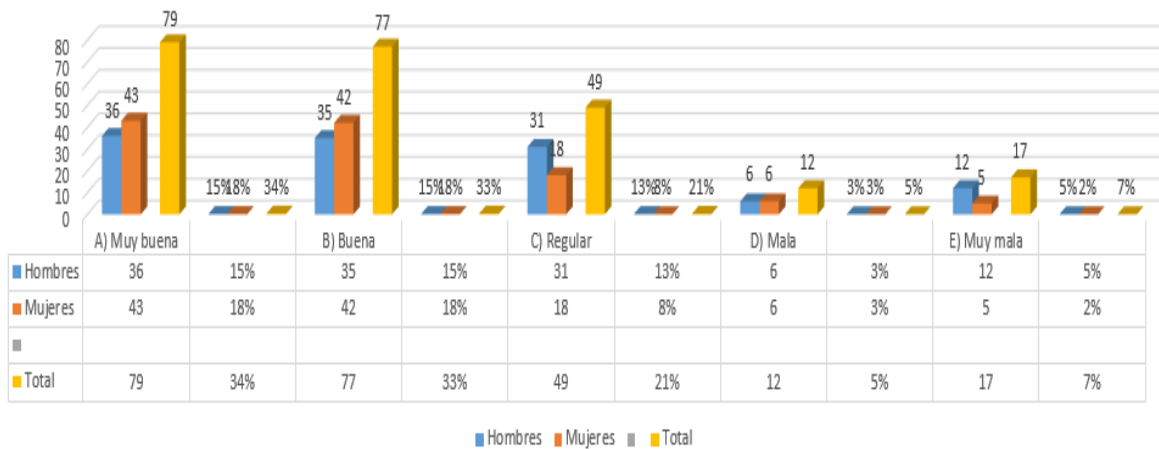


Sobre la pregunta señalada respecto a los sentimientos que generó el capítulo mostrado a nuestro universo de estudio podemos ver que hay un 26% que mostró tristeza frente a dicho capítulo, es decir la novela cumple con su objetivo al generar en los adolescentes estímulos y una total identificación con el tema presentado, ya que el uno de los fines de dicho capítulo es genera empatía hacía el protagonista de la historia.



Para los jóvenes encuestados la telenovela la Rosa de Guadalupe promueve los valores ya que el porcentaje alcanzado fue de un 48%, mientras que un 43% cree que algunas veces. Es decir también aquí podemos ver que uno de los objetivos de la novela dentro de su agenda es difundir los valores familiares, en especial los valores de la “clásica familia mexicana”.

Elige una opción para calificar la telenovela la Rosa de guadalupe?



Por último podemos ver que la telenovela *La rosa de Guadalupe* tiene como objetivo principal el que sea consumida por los jóvenes ya que el universo considera que en dicha novela es muy buena ya que alcanzó un porcentaje de 34%, siguiéndole un porcentaje de 33% que considera que es buena. Es decir la suma de estos dos datos nos da 129 con un porcentaje de 67%, en todo caso los jóvenes encuestados consumen el producto ya que lo consideran que cumple con sus expectativas de consumo televisivo.

CONCLUSIONES

Se puede decir que en México y en casi todo el mundo, la televisión es el medio de comunicación que tiene más relevancia e influencia sobre la sociedad, y es por esta razón que el hacer este tipo de estudios puede ser en el futuro de mucha utilidad, ya que permiten ver y conocer los efectos y los grados de influjo que tiene sobre la sociedad. En especial las telenovelas que son transmitidas mediante este medio de comunicación.

Por esto es importante ver que cómo los medios de comunicación masiva y en especial la televisión ponen mucho énfasis en los mensajes que transmiten. Es decir estos mensajes tienen que llegar de manera correcta a los receptores, y para lograrlo los medios se valen de estrategias presentes en el lenguaje y los códigos utilizados por la televisión en su intento por mantener cautivada a la audiencia.

Ahora bien, en México las posibilidades de mantener un medio de comunicación masiva lejos de los intereses particulares o políticos es casi imposible, ya que en su mayoría, y en especial la televisión, se encuentra manejada por dos empresas y se puede decir que son ellas las que dominan y controlan lo que la sociedad debe ver, y en casos extremos como debe pensar, sin olvidar que también se ha visto como impone modos de actuar.

Lo anteriormente descrito tiene su razón de ser debido a que la televisión en México surgió como un dominio de empresarios millonarios que fueron los que invirtieron su capital en este medio masivo de comunicación, y gracias a esto fueron conquistando espacios y prestigio, sin olvidar su lazo con la parte política

donde compartieron el poder y donde actualmente podemos ver cómo siguen dominando, incluyendo prensa escrita y radio.

Ahora en este caso para poder llegar de manera asertiva al receptor, la televisión se vale de un lenguaje y un discurso propio para fabricar los mensajes de tal manera que puedan tener un fin y un significado para dichos receptores, se manejan discursos que puedan moldear a la sociedad sin que ésta se dé cuenta y al mismo tiempo asimile el mensaje de manera clara y eficaz.

Así por lo anteriormente expuesto sabemos que recepción, es el acto de recibir determinada información a la que el sujeto se está expuesto. Y también como lo anotamos con anterioridad el receptor se divide en cuatro fases: receptor consciente, receptor inconsciente y receptor pasivo.

En el ámbito televisivo nos encontramos con una amplia gama programática ya que tenemos desde el entretenimiento, los noticiarios, los deportivos, sin dejar de mencionar los culturales, claro son los que menos se dan. Y en la actualidad podemos mencionar aquellos que son por la audiencia los más socorridos y que llevan por nombre de Talk Shows y Reality Shows, cuyo objetivo es denigrar en todas sus expresiones al ser humano.

Ya como expusimos con anteriormente los medios masivos, y en especial la televisión, crean y transmiten los mensajes a la población con una política bien determinada e intereses que van en beneficio de la empresa que representan, con ello se hace que todo lo que se transmite por ellos se en su totalidad subjetivo, es decir es parte de la naturaleza de los medios masivos de comunicación.

Ahora bien, el estudio de campo realizado para este trabajo tuvo como objetivo principal conocer el impacto que la telenovela *La rosa de Guadalupe* tiene entre los jóvenes, en este caso, entre los jóvenes de 1º de secundaria de la Escuela Secundaria José Martí número 84 ubicada en la delegación Iztapalapa ampliación los Reyes Culhuacan D.F., para lo cual se diseñó un instrumento de captación de información y se aplicó a los 234 jóvenes que oscilaban entre los 12 y 13 años de edad. Jóvenes que residen en la capital del país.

Los datos arrojados por la investigación de campo muestran que todos los encuestados dedican más de una hora al día para ver la televisión, llegando a los extremos de en los que dedican más de 4 horas diarias.

Por otra parte, no hay que olvidar que los adolescentes, atraviesan por una etapa de formación de la personalidad, con las inseguridades que ésta lleva consigo, y qué en muchas ocasiones son blanco fácil de una sociedad que ve en la televisión un medio para desarrollar gustos y preferencias.

Los resultados del presente estudio resaltaron la información relativa al impacto que genera en los adolescentes la telenovela la Rosa de Guadalupe. Según los resultados la telenovela sí es conocida por los adolescentes.

La recepción es un proceso complejo que va más allá de estar frente al televisor y sus mensajes. Sin duda la recepción se da antes, durante y después de estar en contacto con los mensajes televisivos, quién como hemos visto, selecciona, asimila, identifica o en su caso, rechaza los contenidos o mensajes que le son transmitidos.

Podemos decir que el entorno del adolescente es determinante en el proceso de recepción y que van con sus experiencias que va creando dentro de su entorno y que le permiten sentirse identificado o reflejado con lo que le trasmite la televisión.

La recepción se encuentra medida dentro de las relaciones sociales y culturales en las que se encuentra inscrito el receptor. Estas relaciones son las que proporciona el entorno familiar, la escuela, los amigos, etc. También debemos señalar que el desarrollo cognitivo del adolescente es una variable que incide en la recepción que tiene éste frente a la televisión y la influencia que llega a percibirse en sus conducta.

Los estudios de recepción es un campo demasiado basto y que requiere de una serie de estudios de mayor detalle, y que por nuestra parte el método elegido para dicha investigación permitió la recolección de datos por medio de un cuestionario aplicado a los sujetos receptores. Sin embargo hace falta explorar nuevos mecanismo que permitan la obtención de datos más detallados.

La aplicación de nuestro método permitió la recolección de datos sin pérdida de los mismos dentro del grupo focal. Así pudimos registrar el interés e identificación de los adolescentes receptores con la telenovela *La rosa de Guadalupe*. También pudimos certificar la recepción de los valores y la manera en que dicha telenovela media las conductas, de los adolescentes, dónde se ve cómo ésta toma también el lugar de educadora, desplazando el lugar de la escuela, siendo estas causas objetivo principal de esta investigación.

La aplicación del cuestionario permitió la obtención de datos sobre los hábitos televisivos de los adolescentes, así como los usos y funciones que tiene la televisión en su vida diaria. Y como pudimos percatarnos mediante el cuestionario se pudo registrar cómo los adolescentes con gran regularidad realizan otras actividades mientras ven televisión, entre las más frecuentes se encuentra el hacer la tarea, jugar y comer. Por otra parte los resultados arrojaron que la gran mayoría de los adolescentes encuestados cuentan en todo momento con este medio, ya sea para su entretenimiento, así como para buscar soluciones a sus inquietudes propias de su edad.

Siguiendo en la misma línea pudimos observar que muchos de estos adolescentes cuando están frente al televisor se encuentran en compañía de sus hermanos, con sus padres, y en muchos casos totalmente solos. También los datos arrojaron que cuando estos adolescentes ven televisión acostumbran realizar preguntas, claro, siempre que tengan alguna duda acerca de lo que están viendo. De igual forma es significativo ver como los datos arrojan que muchos adolescentes también señalan que aprenden con este medio masivo de comunicación.

Sin duda la televisión y sus contenidos le proporcionan a los adolescentes conocimientos, estilos de vida y modelos de conducta a seguir que influye de manera directa en su formación.

Ahora bien, *La rosa de Guadalupe* es una telenovela que pretende la enseñanza directa de innumerables temas de la actualidad y que de manera

directa está contribuyendo a la socialización de la juventud mexicana. Esta telenovela pretende contribuir al desarrollo moral, y religioso de los adolescentes ya que se encuentra diseñada de acuerdo a los intereses e inquietudes de los jóvenes.

Por ello no debemos olvidar que la niñez y en especial la adolescencia es una etapa en la que el niño percibe, vive y aprende, y todo lo que lo rodea es fundamental para la formación de su personalidad, sus hábitos, modales y costumbres. Así pues los adolescentes son particularmente susceptibles a la presentación estereotipada de grupos, situaciones, manifestaciones, etc. De tal manera que aprende de manera involuntaria patrones de conducta que toma de la televisión, y en nuestro caso de la telenovela *La rosa de Guadalupe*.

Por otra parte, estamos conscientes que la telenovela *La rosa de Guadalupe* puede provocar diferentes reacciones en los adolescentes, debido a que los contenidos o modelos de conducta de dicha novela, pueden llegar a ser un verdadero estímulo en su conducta futura. Sin embargo cada joven va a tener una respuesta diferente al estímulo recibido, ya que, como lo hemos señalado se ven inmiscuidos sus propios intereses, valores, experiencias, costumbres y manera de percibir la realidad.

La recepción de los valores que promueve la telenovela *La rosa de Guadalupe* presentado al grupo focal, dan pauta para abordar diversos temas que pueden contribuir a la enseñanza y beneficien el aprendizaje, conocimiento y desarrollo de las audiencias juveniles, siempre y cuando tengan una adecuada

formación crítica para recibir dichos mensajes. Podemos decir que la televisión es un medio que puede otorgar un espacio de reflexión y aprendizaje, del cual las escuelas tendrán que adoptar medidas para guiar su correcta asimilación.

Lo importante es generar y brindar apoyo a nuestro jóvenes para que consuman los contenidos de la televisión y que exijan de ella calidad, donde se aporte roles positivos para su desarrollo.

Sin duda los niños y jóvenes aprenden principalmente de su entorno, en primera instancia del núcleo familia, asimilan y promueven lo que viven, que en ocasiones se opone a lo que ven en la televisión, y en algunos casos se identifican gracias a sus propias experiencias.

Por tanto la televisión, y en especial la rosa de Guadalupe tienen el poder de fortalecer algún tipo de actitud o conducta de nuestros jóvenes, y que muchas veces se encuentra respaldado por la enseñanza que se da en la familia y que se puede encontrar apoyado y promovido por la escuela.

Así el estudio de recepción de la telenovela *La rosa de Guadalupe* me permitió ratificar que dicha novela que consumen los jóvenes es en verdad un medio que en todo momento les muestra modelos de conducta y en algunos casos, al parecer, está tomando el rol de la escuela al promover modelos de enseñanza. En este caso particular la novela cumple con su objetivo, al transmitir a los adolescentes valores por medio de su contenido y otorgándoles modelos de enseñanza en su tiempo libre, y con ello logrando una muy buena aceptación entre los adolescentes.

La televisión como medio de comunicación tiene la capacidad y el alcance de ampliar conocimientos, es capaz de transmitir valores, sensibilizar y crear conciencia en sus audiencias por medio de los mensajes que genera y expone. Por ello es necesario exigir de este medio de comunicación que genere contenidos de calidad, que sea un aliado que contribuya a la educación y conocimiento de nuestras juventudes.

Es decir, todo esto debe ser una responsabilidad compartida y asumida por parte de los padres y la escuela que tiene en sus manos la tarea de interesarse en la formación y desarrollo integral de los niños y jóvenes de nuestro país, y con ello buscar las formas de comentar, explicar, apoyar y, en sus casos, sancionar los modelos de conducta, así como los valores que la televisión trasmite. Los niños y adolescentes son receptores activos que pueden ser encaminados y estimulados de manera sana para elegir los programas que ven, siendo con ello que la televisión puede resultar provechosa para los jóvenes que la consumen. Y en este caso, si las escuelas se lo proponen pueden sacar provecho de este tipo de programación como son las telenovelas de corte religioso, ya que muchos de nuestros jóvenes se están identificando con este tipo programación, y es aquí donde la escuela debe tomar partido para no ser desplazada y seguir siendo la generadora de conocimiento para nuestros niños y jóvenes.

Finalmente, consideramos que el presente trabajo es de suma importancia para generar otras líneas de investigación, especialmente para pedagogos, interesados en abordar ésta temática, y poder aterrizar en propuestas concretas para evitar que nuestros adolescentes sean manipulados.

Bibliografía

A.A.V.V. *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, México, Grupo Editorial Televisa, 1998.

Alcocer, Martha / Alicia Molina. “Qué le vemos a la televisión”. En: *Educación para la recepción* (Hacia una lectura crítica de los medios). Ed. Trillas, México, 1995.

Alemán Velasco, Miguel. *El Estado y la televisión, en Nueva Política*. Vol. 1, Núm. 3, julio-sep. México, 1976.

Arauz Mejía, Sandoval Rebeca y Sergio Antonio. (Coord). *Tras las vetas de la investigación cualitativa*. México. 2007.

Asociación Mexicana de Pediatría. *El crecer de nuestros hijos*. IMSS. México, 1979.

Bardin, Lawrence. “El texto y la imagen”. *Revista de Comunicación*. No 10. 1976.

Benhabid, S., *The Rights of others*, Cambridge, University Press, 2004.

Bloss, Peter. *Psicoanálisis de la adolescencia*. (3ª ed.), Trad. Ramón Pérez, y Rosa Witemberg, México, 1980.

Carrandi, Ortiz Gabino. *Testimonio de la televisión mexicana*. Ed. Diana. México, 1986.

Castells, M., *comunicación y poder*, España, Alianza Editorial, 2009.

Charles, Mercedes y Orozco Gómez. *Educación para la recepción*. Ed. Trillas, México, 1990.

Charles, Mercedes y Orozco Gómez. *Educación para la recepción*. Ed. Trillas, México, 1990.

Chávez Pelayo, Joaquín. *Introyección de roles y afectos de la televisión en el niño*. Tesis. ITESO, Guadalajara, Jalisco. 1980.

Coren Stanley, et al. *Sensación y Percepción*, Quinta Edición, México, McGraw-Hill, 2001.

Cueva, Álvaro. "Qué flojera me dan los refritos", En *Público-milenio*, 7 de mayo. Guadalajara, México. 2005a.

Cueva, Álvaro. Revista Álvaro Cueva Presenta. Edición especial, núm. 1, septiembre. México: Ediciones Álvaro Cueva.

Dayan, Daniel (comp). *En busca del público*. Barcelona: Gedisa, 1997. P. 380.

Dulanto Gutiérrez, Enrique., *et al Psicología*, México Interamerica, 2000.

Erikson, E., *Childhood and society*, New York, Norton. 1950.

Esteinou Madrid, Javier. Los Medios de comunicación como instrumentos de desarrollo. Revista Especializada en *tópicos de comunicación*. No. 29. Agosto-Septiembre 2002.

Fernández Christlieb, Fátima, *La responsabilidad de los medios de comunicación*. México: Paidós. 2002.

Fernández Christlieb, Fátima, *Los medios de difusión masiva en México*. México: Juan Pablo. 1982.

Freinet, Celestin. *Las técnicas audiovisuales*. Ed. LAIA. Barcelona, 1976.

Freud, S. (1908). *El creador literario y el fantaseo*. Obras completas. (Vol. IX) Buenos Aires. Amorrortu.

Garza Treviño, Juan Gerardo, *Educación en Valores*, México, Editorial Trillas, 2000.

González Nuñez José de Jesús. *Psicopatología de la adolescencia*. Manual Moderno. 2001

González Treviño Jorge Enrique. *Televisión y comunicación. Un enfoque teórico práctico*. Edit. Alhambra Mexicana. México. 1994.

Grimson, Alejandro y Varela, Mirta. *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Eudeba, Argentina, 1999.

Guido, M y Valadez, T. *Ser adolescente*. México: Edit. Trillas. 2002.

Guski, Rainer. *La percepción. Diseño psicológico de la información humana*. Barcelona. Ed. Herder. 1992.

Hall, S., *Adolescence: its psychology and its relations to physiology, anthropology, sociology, sex, crime and education*, Appleton. 1904.

- Howard y Andrey Nichells.** *Enseñanza creativa*. Ed. Diana. México. 1979.
- Huertas Bailén, Amparo.** *La audiencia investigada*. España, Gedisa, 2002, p. 190.
- Lacan, J.** Seminario 14: *La lógica del fantasma*. Buenos Aires. Versión Escuela Freudiana de la Argentina. 1966.
- Lehalle, Henri.** *Psicología de la adolescencia*. Barcelona: Edit. Grijalbo. 1990.
- López, Pumarejo Tomas.** *Aproximación a la telenovela*. Ed. Cátedra S. A. Madrid 1987.
- Lozano Rendón, José Carlos.** *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México, Alhambra mexicana, 2000, pág. 260.
- Mattelart Michele y Piccini Mabel.** “La televisión y los sectores populares”, en *La comunicación y cultura. La comunicación masiva en el proceso político*. Edit. Nueva Imagen. México. 1987.
- Mcluhan, Marshall**, citado por Ferrés, Joan, *Televisión y educación*, Ediciones Paidós Ibérica. España. 1994.
- McLuhan, Marshall.** *La comprensión de los medios como extensión del hombre*. Diana, México, 1977.
- Meyerson, E.** *Réal et déterminisme dans la physique quantique*, Hermann & Cie, Éditeurs, Paris. 1933.

Moscovici, Serge. *El psicoanálisis, su imagen y su público.* Buenos Aires, Editorial Huemul. 1979.

Musgrove, F. *Youth and the social order.* Indiana. University Press, Bloomington. 1964.

Navarro Kuri, Ramiro. "Posmodernidad y Juventud". Jóvenes, *Revista de Estudios sobre Juventud*, Centro de Investigaciones y estudios sobre la juventud, causa joven, 4ta. Época, núm. 1. México, 1997.

Nightingale, Virginia. *El estudio de las audiencias, el impacto de lo real.* Traducción de Raúl Quintana. Paidós Comunicación. P. 271.

Orozco Gómez, Guillermo (2003). Los estudios de recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos. En *Intexto*, v. 2, No 9, p.1-13, julho/dezembro 2003 Porto Alegre. En: <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/download/3629/4400>

Orozco Gómez, Guillermo, *Televisión y audiencias, un enfoque cualitativo,* Madrid, Ediciones de la Torre. 1996.

Orozco Gómez, Guillermo. "El niño como televidente no nace se hace", en *Educación para la recepción (Hacia una lectura crítica de los medios.* Ed. Trillas. México, 1995.

Orozco Gómez, Guillermo. "Familia, televisión y educación en México", en *Hablan los televidentes,* Cuadernos de Comunicación No 4. México, 1992.

Orozco Gómez, Guillermo. “La recepción televisiva desde el modelo de efectos de los medios”, *Cuadernos de Comunicación No 6*. México, 1994.

Orozco Gómez, Guillermo. “Mediaciones en la recepción televisiva, una metodología para abordar la interacción de la familia en la escuela en el aprendizaje informal de los televidentes”, Ponencia presentada en el Primer Seminario Internacional sobre Recepción de Mensajes. Quito, Ecuador, 1988.

Orozco Gómez, Guillermo. “Notas metodológicas para abordar las mediaciones en el proceso de recepción televisiva”, *Cuadernos de Comunicación No 2*. México, 1991.

Orozco Gómez, Guillermo. *Recepción televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio*. Universidad Iberoamericana, México, 1997.

Orozco, Guillermo (2011), “Entre espectáculo, mercado y política: la telenovela mexicana en más de cinco décadas” (181-218) en Jara, Rubén, *et. al. Telenovelas en México: nuestras íntimas extrañas*. D.F: Grupo Delphi.

Orozco, Guillermo. “La recepción televisiva desde el modelo de efectos de los medios. Un análisis epistemológico de sus premisas” (9-28), en Orozco, Guillermo (coord.), *Televidencia: perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*. D.F: Universidad Iberoamericana. Cuadernos del PROIICOM. No 6. UIA. México, 1994.

Orozco, Guillermo. “Televisión y producción de significados”. *Comunicación y sociedad*. Cuadernos del CEIC. México, 1987.

Orozco, Guillermo. “Tv y producción de significados”. En Comunicación y sociedad. Cuadernos del CEIC. U. de G. 1987.

Orozco, Guillermo. *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo.* Ediciones de la Torre UIA. México. 1996.

Papalia E. Diane. *Desarrollo humano.* Colombia: Edit. Mc Graw Hill. 2005.

Porcher, Luis. *La escuela paralela.* Ed. Kapeluz. Buenos Aires, 1979.

Raths, L. et al. *El sentido de los valores y la enseñanza, como emplear los valores en el salón de clases.* Uteha, México. 1967.

Richard Nebel, *Santa María Tonantzin, Virgen de Guadalupe. Continuidad y transformación religiosa en México,* México, Fondo de Cultura Económica, 1995.

Robbins, S.P. *Comportamiento Organizacional.* Editorial McGraw Hill, México 2001.

Rugarcia Torres, Armando. *Educación en valores,* Editorial Lupus Magister, UIA, México 1996.

Segal, J. *La fantasía.* Buenos Aires. Longseller. 2001.

Selltiz, C., Jahoda, M., Deutsch, M. y Cook, S.W. *Métodos de Investigación en las relaciones sociales.* Madrid: Rialp, 9ª ed. 1980.

Serge Gruzinski, *La guerra de las imágenes, De Cristóbal Colón a Blade Runner (1492-2019),* México, FCE., 1994.

Thompson B. Jhon. *La ideología y la cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la Comunicación de masas.* México: UAM. Unidad Xochimilco. División de Ciencias Sociales y Humanidades. 1998.

Torres Novoa, Carlos Alberto (Compilador). *La praxis educativa de Paulo Freire.* Ed. Gernika. México, 1979.

Toussaint, F. *Televisión sin fronteras.* México: Siglo XXI. 1998.

Trejo Raúl, *Poderes Salvajes. Mediocracia sin contrapesos.* México: Cal y Arena. 2004

Tufte, T., “Soap operas y construcción de sentido: mediaciones y etnografía de la audiencia”, en: *Comunicación y sociedad*, 2007.

Vassallo, M., *Telenovela internacionalización e interculturalidad,* Brasil, Unoversidad de San Paulo, 2004.

Vilches, L. *La televisión. Los efectos del bien y del mal.* España: Paidós. 1996.

Vilches, Lorenzo. *La televisión. Los efectos del bien y del mal.* Barcelona España, Paidós, 1993, p. 206.

Villalpando, José, *La virgen de Guadalupe. Una biografía,* México, Planeta, 2004

Zarur, A. *El estado y el Modelo de televisión adoptado en México. 1950-1988.* México: UAM. 1996.

6.- ¿Cuál de los siguientes tipos de programas es el que menos prefieres ver?

A) Caricaturas B) Noticias C) Telenovelas D) Documentales

7.- ¿Cuántas novelas ves al día?

A) Ninguna B) Una C) Dos D) tres E) cuatro F) Más de cuatro

8.- ¿Con quién ves la televisión?

A) Solo B) Con mamá o papá C) Con hermanos D) Con amigos

9.- ¿Realizas alguna otra actividad mientras ves la televisión?

A) Sí B) No C) Algunas veces

En caso de haber elegido el inciso A) en la pregunta anterior contestar la pregunta 10, de lo contrario no contestarla y continuar con la pregunta número 11.

10 ¿qué otra actividad realizas mientras vez la televisión?

A) Comer B) Jugar C) Platicar D) La tarea E) Otra.

11. Mientras estás viendo la televisión ¿Platicas con alguien sobre lo que vez en la televisión?

A) Siempre B) Nunca C) Algunas veces D) Sólo cuando tengo dudas

12. ¿Por qué te gusta ver la televisión?

A) Por entretenimiento B) Por costumbre C) Para aprender D) No lo sé

13. ¿Comúnmente a qué hora ves la televisión?

A) Entre 2pm a 5pm B) Entre 5pm a 8pm C) Después de las 8pm

14. Lo que ves en la televisión te ayuda a:

A) Divertirte B) Resolver cosas de la escuela C) Imaginar

D) Reír E) Pasar el rato

15 ¿Qué aprendes de la televisión?

A) Como debo enfrentar los problemas de la vida diaria

B) A identificar lo bueno de lo malo

C) Como relacionarme con los demás

D) Otro

16. ¿Qué es lo que no te gusta de la televisión?

A) La programación B) Los conductores C) Los personajes de telenovela D) Los contenidos E) Otro

SEGUNDA PARTE

1. ¿Has visto la telenovela: La rosa de Guadalupe?

A) Sí B) No

2. Lo que ves en la telenovela la rosa de Guadalupe ¿Crees que te pueda ayudar?

A) Sí B) No C) En algunos casos

3. ¿Qué es lo que aprendes de la telenovela la rosa de Guadalupe cada que la vez?

A) Como puedo solucionar problemas B) A incrementar mi fe C) Como debo relacionarme con los demás D) Otra

4. ¿Qué te parecieron el capítulo de la rosa de Guadalupe que se te mostró?

A) Refleja la realidad B) Refleja parte de la realidad C) No tiene nada que ver con lo real

5.- ¿Cómo son generalmente las familias a las que ayuda la virgen de Guadalupe?

A) Personas con mucha fe B) Bondadosas C) Desorientadas D) Otra

6.- ¿Con qué frecuencia te disgusta algo del comportamiento de los protagonistas en la telenovela la Rosa de Guadalupe?

A) Siempre B) Algunas veces C) Nunca

7.- ¿Qué sentimiento te hizo sentir el capítulo mostrado de la Rosa de Guadalupe?

A) Alegría B) Tristeza C) Enojo D) Indiferencia E) Otro

8.- ¿Con qué frecuencia promueve la Rosa de Guadalupe los valores?

A) Siempre B) Algunas veces C) Nunca

9.- Elige una opción para calificar la telenovela la Rosa de Guadalupe.

A) Muy buena B) Buena C) Regular D) Mala E) Muy mala

iiisue



C. MARÍA ELENA SANTOYO AGUILAR
DIRECTORA,
ESCUELA SECUNDARIA "JOSÉ MARTÍ" NO. 84
P R E S E N T E.

Por medio de la presente, me permito solicitar a usted que la C. **Laura Villegas Malagón**, estudiante de la Licenciatura en Pedagogía, en la Universidad Nacional Autónoma de México, realice su trabajo de campo dentro de las instalaciones de la escuela secundaria que usted dignamente dirige, para que pueda recabar información para la conclusión de su tesis.

La tesis de la alumna lleva por título *"La Rosa de Guadalupe ¿una forma de educar? Y su repercusión en la percepción de los adolescentes de secundaria"*.

Sin otro particular, se extiende la presente a petición de la interesada para los fines que considere convenientes.

Atentamente,
"POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU"
Cd. Universitaria, D. F., a 03 de Abril de 2013.


AUTONOMA DE MEXICO

DRA. MARÍA CONCEPCIÓN BARRÓN TIRADO
Investigadora del IISUE.