



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES UNIDAD
LEÓN**

**TEMA: NEGANDO LA DIVERSIDAD: LA INFLUENCIA DE LA
TELEVISIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DEL CONCEPTO DE
BELLEZA FEMENINA EN SAN FRANCISCO DEL RINCÓN,
GUANAJUATO DURANTE LOS AÑOS 2014 A 2015**

FORMA DE TITULACIÓN: TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADO EN DESARROLLO Y GESTIÓN
INTERCULTURALES**

P R E S E N T A:

LORENA ENRÍQUEZ ROMERO

DIRECTORA: DOCTORA CLAUDIA CHIBICI-REVNEANU

LEÓN, GUANAJUATO

2016





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Reconocimientos

Esta tesis recibió apoyo del Proyecto PAPIIT 400614. Historias de conflicto y felicidad para el desarrollo. El papel de la narratividad en la construcción cultural de problemas sociales y del bienestar subjetivo

Asimismo, durante mi trayectoria estudiantil recibí el apoyo de las becas PRONABES, Contigo vamos a la escuela y Beca Alimenticia ENES León-Colgate, los cuales fueron de suma importancia para mi permanencia en la licenciatura.

Agradecimientos

Gracias a mis padres, por cada noche de desvelo y por cada madrugada fuera de casa. Por cada día de trabajo que abrían mi camino hacia mis metas.

Gracias a mis hermanas y hermano, por ser mis guías, mis consuelos y mí ejemplo.

Gracias a todos y cada uno de mis maestros, por enseñarme que en mi mente no existen límites y sobre todo por creer en mí.

Gracias a la Universidad, por permitirme cumplir un sueño que me acompañó todos los días desde mi infancia hasta el día de hoy.

Contenido

Introducción	1
Capítulo 1. La construcción de la belleza femenina	11
1.1 Género	11
1.1.3 El género como parte de la cultura	14
1.2.1 Construcción dialógica	16
1.3 La participación de los medios de comunicación en la construcción de la identidad femenina	17
1.3.1 En diálogo con los medios	19
1.3.2 Los medios de comunicación como vehículos de estereotipos de belleza	19
1.4 Belleza y delgadez	22
1.4.1 El "mito de belleza"	22
1.4.2 Imagen y arquetipo femenino	23
1.6 Imaginario femenino	25
Capítulo 2. La mujer en los medios de comunicación	28
2.1 Estructura televisiva	28
2.2 La televisión en el hogar mexicano	29
2.3 La telenovela	31
2.3.1 La telenovela y los estereotipos femeninos	33
2.3.2 El impacto social de las telenovelas	34
2.4 La telenovela, parte de la vida mexicana	35
2.4.1 Las telenovelas en América Latina y México	36
2.4.2 La simultaneidad de la telenovela	37
2.4.3 Narrativa	38
2.4.4 Narrativa a través del tiempo	40
2.5 La construcción de la presencia femenina en televisión	41
2.5.1 La diversidad oculta	43
Capítulo 3. La creación del modelo femenino perfecto en las telenovelas	46
3.1 Las telenovelas como medios de reflexión y crítica	46
3.2 Una sola forma de ser mujer	47

3.2.1 Estética	48
3.3 Mercancía	50
3.4 Sobrepeso: la enfermedad de la belleza	54
3.4.1 Negación de la diversidad: enfermedades sociales	55
3.2.4 El estereotipo de delgadez y el estereotipo de sobrepeso	58
3.5 Discriminación como violencia	60
3.5.1 Derecho a la no discriminación	61
<u>Capítulo 4. Estudio de caso: San Francisco del Rincón, Guanajuato</u>	<u>65</u>
4.1 Características de San Francisco del Rincón	65
4.1.2 Municipio San Francisco del Rincón	66
4.1.3 Ubicación y entorno social	66
4.1.4 Población y características socio-culturales	68
4.2 La imagen femenina en la telenovela <i>La Gata</i>	69
4.2.1 <i>La Gata</i> : una historia	70
4.2.2 La mujer, protagonista	71
4.2.3 La elección	73
4.3 Investigación de campo	74
4.3.1 La telenovela: Reflejo de belleza	75
4.4 Entrevistas	75
4.4.1 Entrevistas preliminares: La delgadez como característica común en las mujeres de la televisión	77
4.4.2 Entrevistas sobre belleza	80
4.4.3 Grupos Focales: el sobrepeso no es belleza	83
4.4.4 Profundización a través de entrevistas largas: sólo las mujere bonitas aparecen en televisión	85
<u>Conclusiones</u>	<u>93</u>
<u>Referencias</u>	<u>101</u>
<u>Anexos</u>	<u>105</u>
Entrevistas preliminares	105
Focus group sobre belleza	106
Entrevistas largas (Guía)	106

Introducción

En la actualidad la televisión es un elemento importante en la conformación de identidades por medio de la influencia que ejerce sobre la población. El propósito de este trabajo de investigación es exponer cómo es que las telenovelas, siendo una programación de alto consumo en nuestro país, influyen en el concepto de belleza femenina de las propias mujeres.

El presente trabajo aborda la vinculación entre la televisión y una clase de monismo estético, ya que ambos presentan la delgadez como única forma de belleza femenina. Se analiza la silenciosa pero siempre presente influencia de la televisión sobre su audiencia; cómo es que el contenido de la televisión siempre deja rastros de su visualización en las personas que la sintonizan.

Ortega y Solsona (2000) nos dicen que en la telenovela se pretende presentar escenarios y situaciones ficticias que se apegan a la vida real, en el caso de los mexicanos, peculiarmente el de las mujeres, sin embargo esto no siempre es así de literal. Las telenovelas al igual que el resto de la programación cumplen en primer lugar con la necesidad del entretenimiento, placer y con la de venderse como un producto mercantil.

Lo anterior no permite, como ya se mencionó, un retrato de la realidad, mucho menos de la diversidad real de los mexicanos, al punto de negar o suprimir la diversidad de las mujeres en México; de esta manera se crea una forma de violencia de género implícita.

La imposición de estereotipos, en este caso el de la delgadez, se vuelve un importante factor de riesgo ya que en primera instancia se sustenta con argumentos de salud y además se introduce como la parte más elemental de la belleza, la cual es un factor importante en la construcción dialógica de la identidad femenina.

Inicialmente, dicho argumento se analizará de manera teórica y posteriormente referenciándose específicamente en la telenovela mexicana “La Gata” y en un estudio de caso realizado en San Francisco del Rincón, Guanajuato con la población femenina joven de este municipio.

Es importante mencionar que los cambios que sufre una sociedad gracias a los medios de comunicación con los que esta interactúa no pueden definirse como cambios totalmente malos o totalmente buenos; sin embargo la idea de este trabajo de investigación surge a partir de la influencia que la televisión genera en el desarrollo o creación del criterio que poseen las mujeres para considerarse bellas o no.

La investigación se ha llevado a cabo mediante una metodología que se describirá a detalle más adelante en dónde se incluyen entrevistas grupales a mujeres francorrinconeses de 15 a 23 años, para conocer su opinión y percepción sobre la imagen femenina que es transmitida por la televisión en canales abiertos, específicamente a la telenovela *La Gata*, del Canal 2 de Televisa. Las entrevistas permitieron un enfoque amplio de opiniones y además de análisis, que de igual forma se contrastará con la información recabada escrita en los últimos años sobre el tema de imagen femenina en los medios masivos de comunicación, lo cual expondré en el capítulo cuarto.

A lo largo de este trabajo se expondrá entonces de qué manera la figura femenina delgada mostrada en televisión se propone como la única manera de ser bella para las mujeres.

Así mismo, se mostrará de qué manera las mujeres que participan como protagonistas en telenovelas son aceptadas como un modelo a seguir y un componente importante en el proceso de construcción del concepto de belleza femenina en aquellas mujeres que tienen la posibilidad y el acceso a la televisión abierta.

Se pretende además analizar cómo es que la imagen femenina es un elemento importante en la construcción del género femenino y cómo la imagen mostrada en televisión afecta a éste último. De igual forma se intentará analizar si existe un monismo estético delgado en las telenovelas mexicanas; específicamente en *La Gata*.

Por otro lado se analizará cualitativamente la influencia que tiene la imagen femenina de la telenovela *La Gata* de Televisa por la sociedad, y la aceptación de ésta como algo real y como una manera de representación de la belleza por parte de algunas de las mujeres habitantes de San Francisco del Rincón, Guanajuato.

El presente trabajo se basa principalmente en tres hipótesis interrelacionadas; primero, el que las telenovelas basen sus historias en la vida de un grupo vulnerable como lo son las mujeres, quienes en su mayoría sintonizan este tipo de programación de manera diaria siendo así como los medios de comunicación ejercen influencia directa o indirecta en la opinión de las y los televidentes, no sólo en su conducta sino en sus creencias y en sus valores.

Segundo, en la transmisión del canal 2 o Canal de las Estrellas, físicamente las protagonistas de las telenovelas son delgadas, así como el general de los demás personajes femeninos que participan en el programa. De esta manera, los televidentes aceptan como normal y como bella a una mujer que cumpla con características similares a las exhibidas en las telenovelas.

Y tercero, las mujeres protagonistas de telenovelas producidas en Televisa son consideradas como modelos de belleza. Esta imagen femenina en televisión no representa a la diversidad femenina mexicana suprimiendo las características físicas que no se apegan a ella o exponiéndolas como lo contrario a la belleza.

A partir de un estudio piloto realizado en San Francisco del Rincón para poder definir los objetivos del presente trabajo, fue que se llegó a la conclusión de que las mujeres en México ven como no se identifican con las mujeres que ven en televisión de origen nacional. Sin embargo la diferencia que expresaron mediante entrevistas realizadas no fue su origen étnico o características raciales, sino más bien del cuerpo, de la figura que representaban las mujeres en la televisión y que poco se apega a la realidad de las mujeres mexicanas.

Para la investigación se eligió trabajar con telenovelas ya que al tratarse de contenido televisivo, este es el de mayor consumo en la población mexicana según CONACULTA (2004); por otro lado, las telenovelas han ganado fama como un importante elemento que define roles de género, sobre todo los femeninos (Martínez, 2014). Además como estrategia de mercadotecnia, dicha programación propone un estereotipo de belleza femenina hacia las propias mujeres.

Es decir, las telenovelas entonces ofrecen especial atención a grupos vulnerables de la sociedad, incluidas y principalmente para este trabajo de investigación: las mujeres. Podríamos suponer entonces que este tipo de programación favorecen a la inclusión de los roles femeninos y su

diversificación en la sociedad, o a la disminución de la discriminación o sexismo. Sin embargo, los medios de comunicación.

En un contexto internacional, Silverstone, aunque no es el único autor que nos habla del tema, aborda la importancia del estudio de los medios de comunicación a nivel global en sus libros *¿Por qué estudiar los medios?* (2004) y *La moral de los medios de comunicación* (2010); en ellos contempla la influencia de los mismos y la gran importancia que han cobrado en las últimas décadas para la sociedad en general. Aunque no profundiza en ninguna minoría o cultura en específico, el enfoque que dedica a los medios de comunicación es bastante amplio.

Para una visión enfocada a nuestro país, es importante mencionar a Olga Bustos, ya que mantiene un argumento bastante centrado y profundo en la influencia de los medios de comunicación en el comportamiento alimenticio de las mujeres y sobre el culto a la belleza en artículos como "Los medios y la construcción de género: factor de riesgo para trastornos alimentarios como anorexia y bulimia" (2011).

Hernández Carvallido (2011) si bien se concentra en el análisis de obras artísticas como literatura, cine y música, por otro lado también estudia el papel de las mujeres en las industrias culturales y cómo es que mujeres investigadoras y críticas decodifican estas participaciones. Además, CONACULTA ofrece estadísticas acerca del consumo cultural a nivel nacional, así como también la COFETEL (2011).

Por otro lado, también nos ocuparemos de la importancia del cuerpo en la sociedad y la importancia que esta última le otorga al primero. De esto nos habla Enrique Gervilla Catillo en "*La Tiranía de la belleza, un problema educativo hoy. La estética del cuerpo como valor y como problema*" (2009). Otro autor significativo sobre el tema es Josep Toro *El cuerpo como delito* (1996), quien indaga acerca de la delgadez y la alimentación dentro de la sociedad, ya que el valor de la delgadez cómo lo saludable se ha ido suprimiendo poco a poco hasta ser tomado en cuenta como algo completamente estético.

Naomy Wolf (1991) argumenta acerca del culto femenino a la belleza, lo poco cercano a la realidad que éste es y cómo forma un aspecto tiránico del dominio de los medios de comunicación, ya que éstos sustentan en gran medida los

Para la elaboración de esta investigación será necesario un sustento teórico de diversas disciplinas, tales como estudios de género; sociología; psicología y antropología, así como también estudios de medios masivos mediante el cual se desglosará el problema antes propuesto en las siguientes partes:

Principalmente para manejar el término de género inicialmente como un término biológico y posteriormente como una construcción cultural dentro de la investigación, me basaré en Marta Lamas con *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual* (2013).

Para desarrollar el proceso de la construcción de identidad, ya que abordo la identidad femenina me sustentaré primordialmente en Berger y Luckmann con *La construcción social de la realidad*"(1966). De igual forma incluiré a Charles Taylor con *El Multiculturalismo y la Política del Reconocimiento* (1993) para de igual manera sustentar la construcción de identidades.

Siguiendo con identidades me respaldaré en Benedict Anderson, con *Comunidades Imaginadas, Reflexiones sobre el origen y la difusión del Nacionalismo* (1993) en donde nos habla acerca del impacto de los medios de comunicación en la conformación de identidades pero sobre todo porque aborda su construcción de manera dialógica.

Para complementar lo anterior, me sustentaré en Roger Silverstone, quien argumenta la importancia de los medios de comunicación en la actualidad, principalmente en dos de sus textos: *La ética de los medios de comunicación* (2010) y *¿Por qué estudiar los medios?* (2004), los cuales ya mencioné antes.

Por otra parte, Michael Wieviorka menciona la influencia de los medios de comunicación en la discriminación y racismo en su libro "*El racismo, una introducción*", es decir, este autor argumenta que los mensajes e imágenes mostradas en los medios de comunicación influyen en la opinión de quienes pueden verlas.

Es importante mencionar que la televisión, al igual que otros medios audiovisuales de comunicación, crea estereotipos y también comúnmente fortalece actitudes racistas hacia minorías sociales. Si bien este trabajo, por razones mencionadas anteriormente, no aborda el racismo visto desde la discriminación por el origen étnico, expone sus características científicas no únicamente como las bases de la racialización (Wieviorka, 1998:107), sino también como las bases de la negación de un sector de la población.

En la cuarta parte, Estereotipos de belleza, utilizaré el argumento de Naomi Wolf, del cual ya hablé anteriormente. En su libro *El mito de la belleza* nos expone la constante lucha de las mujeres con los modelos de belleza impuestos y mantiene que los derechos políticos no son suficientes cuando el derecho de las mujeres sobre su mismo cuerpo no existe.

Se ahondará en los estereotipos, los cuales al tiempo que forman parte de un mensaje, para Núñez (2005) conforman también un mecanismo de estímulo-respuesta, en donde quienes reciben dicho mensaje crean uno nuevo propio. Por otro lado Ortiz (2001), nos dice que los estereotipos actúan de manera silenciosa ya que una de sus características es pasar inadvertidos.

Wieviorka (1998) no nos habla de estereotipos como tales, sin embargo enfatiza que los medios de comunicación suelen calificar y categorizar actos y personas. Por otro lado Quin y McMahon (2010) nos dicen que los estereotipos son una forma sencilla de representar a un determinado grupo de personas, también lo definen como un “prejuicio popular” que es usado comúnmente para identificar a un grupo de personas. La sencillez del estereotipo nos permite generalizar y nos invita a omitir lo diferente (p. 139).

Los estereotipos entonces están presentes en la televisión, son imágenes sencillas cuyo propósito es representar a un grupo de personas para facilitar su identificación. Son sencillos para memorizar y por ello no suelen abarcar todas las características del grupo social que pretenden representar.

Olga Bustos y Josep Toro indagan en la importancia que ha cobrado la delgadez como un elemento importante de la belleza femenina en las últimas décadas. De la misma manera abordan la importancia que se le otorga al cuerpo como elemento social del individuo; la primera con su

artículo “Los medios y la construcción de género: factor de riesgo para trastornos alimentarios como anorexia y bulimia” y el segundo con su libro *El cuerpo como delito* (1996).

También se abordará el monismo, como base de un monismo estético, entendiendo el primero como una postura filosófica que defiende la idea de que sólo existe una forma universal de vivir, una uniformidad en la naturaleza humana (Parkeh, 2002). Entonces expondré como el estereotipo de belleza femenina expuesta en televisión crea un monismo estético que excluye el resto de características físicas que no se asemejan al modelo propuesto

Como se ha visto, el enfoque del presente trabajo es interdisciplinario como la misma licenciatura de Desarrollo y Gestión Interculturales, abarcando una investigación de distintos campos tales como sociología, estudios de género, antropología del cuerpo y comunicación.

Para comprobar mis hipótesis trabajo con literatura que abarca los enfoques que ya mencioné; sin embargo la realización de entrevistas individuales y grupos focales de mujeres son la base de mi trabajo de investigación.

La elección de la telenovela y el tema fue el resultado de una entrevista grupal o grupo focal realizado en 2014, en donde los resultados arrojaron que las entrevistadas se sentían agredidas por la imagen de belleza que se mostraba en televisión, lo cual se abordará con mayor detalle en el capítulo cuarto.

Es importante mencionar que mediante el primer grupo focal se obtuvo que si bien no todas las entrevistadas sintonizaban telenovelas, si conocían a los personajes o actores y las historias de los respectivos melodramas. Mediante esto, surge un nuevo cuestionamiento, que se enfoca a lo que sucede con las telenovelas como elementos transmisores de roles de género.

Inicialmente, se elaboró un breve análisis de la telenovela, en base en la literatura mencionada, *La Gata* de Televisa, y de la imagen femenina que ésta muestra, para de esta manera poder proseguir con la investigación. De este análisis se podrán construir las entrevistas que serán aplicadas a mujeres francorrinconenses. De esta forma indagaré sobre el concepto de belleza propuesto por la televisora en la telenovela antes mencionada.

Para el estudio de caso de la población de San Francisco del Rincón, Guanajuato el procedimiento es el siguiente:

Se propone una investigación cualitativa, ya que se exploran y describen las respuestas y opiniones de las mujeres entrevistadas originarias de San Francisco del Rincón dentro de la misma ciudad, extrayendo las conclusiones, analizándolas e interpretándolas partiendo de lo que Sampieri, Fernandez y Baptista (2001) denominan como un “patrón cultural”.

Para lograr conocer y evaluar el valor cultural que las mujeres le otorgan a las imágenes femeninas que ven en televisión, se trabaja con un análisis actitudinal (Throsby, 2001) mediante entrevistas grupales e individuales, de esta manera al trabajar de manera grupal se conocerá la diferencia entre la respuesta individual y grupal, así como también, las respuestas individuales me servirán para conocer patrones en las respuestas.

Se emplean como técnicas de investigación la entrevista cualitativa semiestructurada (Tarrés, 2001), ya que si bien se emplearán guías para la realización de cuestionarios, en las respuestas se le permite al entrevistado extender su opinión, además de que se permite la construcción simultánea de la información a partir de las respuestas del entrevistado.

Se usa también la técnica de Grupos Focales o Focus Group, en donde me centro en el diálogo entre los entrevistados mediante sus respuestas y sus posibles expresiones y actitudes, ya que para Matus y Molina (2006) al encontrarse en un grupo, los entrevistados suelen analizar mejor las preguntas, extender sus respuestas y complementarlas. También me serví de anotaciones durante las entrevistas, además de las grabaciones de audio.

Las entrevistas individuales se realizaron en el centro histórico de San Francisco del Rincón, con diferentes mujeres que amablemente accedieron a responder mis preguntas.

La formación de los grupos focales fue dentro de las instalaciones de una institución educativa donde se ofrecen los niveles medio superior y superior, pidiéndoles a algunas de las alumnas que se integraran de manera voluntaria a un grupo focal para registrar sus opiniones. Se desarrollaron

dos grupos focales, ambos en 2015, con la ayuda y colaboración del Colegio San Francisco, dentro de sus instalaciones.

La tesis consta de cinco capítulos, el primer capítulo se trata una vista panorámica al problema que planteo. Abordo y desgloso los conceptos que me sirven como guías en base a teorías antes propuestas. De igual manera incluyo una introducción en donde incorporo antecedentes y los motivos por los cuales llegué a la elección de este problema como tema para mi tesis. Se aborda la construcción de la imagen femenina desde el imaginario masculino y la delgadez como uno de los elementos más importantes que caracterizan dicha imagen expuesta en televisión.

En el siguiente capítulo expongo como es que los medios de comunicación se han vuelto un elemento importante en la vida cotidiana y como es que la televisión es el medio de comunicación masivo con más influencia en la sociedad mexicana. También se explica acerca de la importancia de la televisión en la conformación o construcción de identidades propias y externas de los televidentes.

Como argumento principal del tercer capítulo se profundiza en la influencia de la imagen femenina que proponen las telenovelas y como es que la protagonista de la telenovela “La Gata” es propuesta por su televisora productora como la imagen de la belleza femenina.

En el capítulo cuatro se expondrán las características principales de la ciudad en donde se tomará la muestra de población femenina para desarrollar la investigación. Se describirán las condiciones sociales y culturales en que viven las mujeres habitantes de San Francisco del Rincón.

Se analizarán las entrevistas grupales e individuales elaboradas en San Francisco del Rincón acerca de la opinión sobre la belleza femenina de las jóvenes entrevistadas; es decir, cómo es que aceptan los modelos femeninos de belleza expuestos en televisión y si es posible que las entrevistadas los adopten como reales y como un modelo a seguir.

Como capítulo final, en las conclusiones expondré mis resultados acerca del impacto social que genera la imagen femenina en las televidentes jóvenes habitantes de San Francisco del Rincón. Expongo también si es que mi hipótesis se cumple o se anula con las respuestas obtenidas

mediante las entrevistas y cuáles son los puntos o elementos que surgieron durante el proceso con la participación de las entrevistadas que no contemple al iniciar la investigación.

Capítulo 1. La construcción de la belleza femenina

En el presente capítulo se abordarán conceptos básicos y elementales para poder profundizar en el desarrollo de la construcción de identidades. Esto es un punto importante en esta investigación ya que la hipótesis parte de que las telenovelas alteran o complementan la concepción de la belleza femenina, la cual es adoptada por las mujeres como real. Para poder entender cómo es que la concepción de los medios de comunicación influye en la construcción de identidades es necesario comprender cómo es que se conforma una identidad como tal.

1.1 Género

Iniciaré hablando sobre el género como parte del cuerpo biológico, como una presentación del individuo, lo cual no es lo que define la esencia de la mujer y del hombre, las diferencias que los constituyen obedecen a construcciones simbólicas derivadas del lenguaje y de las representaciones, no de un orden biológico natural.

“Género” es un término que ha existido por cientos de años, sin embargo en el campo de las ciencias sociales es relativamente nuevo. Martha Lamas nos habla de que si bien se comenzó a usar como una categoría de acepción específica a finales de los sesenta en Europa, no fue hasta una década más tarde que se propago por el resto de los continentes, incluyendo América. (2000, p. 97)

Podemos definir el concepto de género como “un conjunto de disposiciones por el que una sociedad transforma sexualidad biológica en productos de la actividad humana y en el cual se satisfacen esas necesidades humanas transformadas” (Rubín, 1998). Es decir, el

autor define género como una construcción social basada en diferencias biológicas, la cual es impuesta para dividir y hacer diferencias entre las conductas y atributos de lo femenino y lo masculino. Sin embargo es justo ser incisivos, tal y como propone Carballido (2011), asegurando que esta división ha desencadenado distintas expresiones de desigualdad en la relación entre hombres y mujeres.

Más recientemente se ha propuesto manejar el término “género” más allá de las diferencias sociales entre los individuos, tal y como Lamas, M. (2000) propone. Se trata de incluir también la “diferencia sexual”, concepto que encierra elementos tales como papeles, roles, prescripciones sociales y los imaginarios de lo “femenino” y lo “masculino” que cada individuo es capaz de construir. (p. 88)

Es decir, “género” no se limita a explicar o hacer obvias las diferencias sexuales biológicas. Si bien, como mantiene Marta Lamas, el concepto de género se basa en las diferencias físicas, trata de explicar toda diferencia social que es construida a través de interacciones y de instituciones sociales que todo individuo es capaz de poseer y de desarrollar.

El concepto de género abarca las diferencias entre roles que se construyen dentro de una sociedad. El género otorga características femeninas y/o masculinas a los individuos, condicionando también su comportamiento basándose en sus atributos sexuales.

El género es parte de la constitución del individuo social, siendo la noción principal para establecer pautas, procesos y comportamientos que cada sociedad le atribuye a los individuos para otorgar relaciones, roles y tareas dentro de dicha sociedad mediante sus atributos sexuales biológicos. El individuo social no se limita a ser un organismo, sino que este es un atributo mediante el cual se hace presente.

Aunque el ser humano es un cuerpo, el desarrollo individual de cada persona está precedido por un orden social dado, es decir, las relaciones que establece cada ser humano con su medio ambiente son influenciadas y transformadas por el orden social en el que se desarrollará.

La enseñanza y el otorgamiento de roles y tareas atribuidos a cada género pueden ser implícitas o explícitas. Por ejemplo, la forma de vestir de una mujer será aprendida y copiada por una niña, en que a esta se le explique que es de esa forma en que tiene que vestirse.

Conway, Bourque y Scott (2000) explican la relación entre el género y las instituciones sociales como interacciones dentro de un sistema social entre las entidades económicas, sociales, políticas y religiosas. Dicho sistema social en conjunto con las instituciones sexuales crea conductas y temperamentos sexuales tan complejos que no pueden ser entendidas o explicadas con las diferencias sexuales biológicas. Entonces entender “género” como diferencias biológicas niega o suprime toda carga cultural y social que por naturaleza, cualquier ser humano posee.

Para Lamas (2013) en la actualidad podemos apreciar que los límites sociales establecidos por modelos basados en el género varían tanto histórica como culturalmente, y que también funcionan como componentes fundamentales de todo sistema social. El hecho de vivir en un mundo compartido por dos sexos puede interpretarse en una variedad infinita de formas; estas interpretaciones y los modelos que crean operan tanto a nivel social como individual. (p .2)

Al llamarlos “límites” podría sobreentenderse como algo negativo, sin embargo, estos límites del género nos sirven para cubrir la vasta variedad de funciones políticas,

económicas y sociales, además no se trata de fronteras rigurosamente estáticas, sino que regularmente son negociables y movibles.

Es decir, a lo largo del tiempo varían las categorías de género y con ellas los territorios sociales y culturales asignados tanto a mujeres como a hombres. Lamas (2000) lo ejemplifica con los cambios en la división del trabajo que trajo consigo la urbanización e industrialización de occidente, ya que esto provocó que el hogar y el lugar de trabajo quedarán por demás separados, además de que el papel de las mujeres de clase media cobró una vida laboral mucho más activa.

Ahora bien, los roles sexuales asignados que desempeña el individuo, son construidos a través de la división del trabajo, la cual a su vez se basa en las diferencias físicas entre los cuerpos; si bien estas diferencias se ocupan de dividir actividades de lo más comunes, la verdad es que van más allá, ya que según Lamas (2003), con éstas podemos diferenciar el grado de participación en las diversas instituciones sociales (económicas, políticas y religiosas) incluyendo de esta manera valores y creencias que con el paso del tiempo, cada sociedad identifica y/o conceptualiza como lo femenino y lo masculino.

1.1.3 El género como parte de la cultura

Aunque es bien sabido que existen diversas definiciones de culturas, en este trabajo entenderemos el concepto de cultura tal y como lo propone León Olivé, es decir como "(...) una comunidad que tiene una tradición desarrollada a lo largo de varias generaciones, cuyos miembros realizan (...) diferentes practicas (...) cognitivas, educativas, religiosas, económicas, políticas, tecnológicas, lúdicas y de esparcimiento (...), que comparten una o varias lenguas, una historia y varias

instituciones, que mantiene expectativas comunes y se proponen desarrollar colectivamente proyectos significativos para todos ellos” (Olivé, 2004, p. 31-32).

Díaz-Polanco (2006) expone que los conflictos y problemas originados por compartir territorio, recursos o bienes, anteriormente se presentaba en diversos grupos sociales; sin embargo, en la actualidad dichos conflictos se presentan dentro de una misma sociedad o cultura, “(...) ya no se trata (...) de un problema entre sociedades, sino de un enraizado problema *intrasocietal*” (Díaz Polanco, 2006, p. 13).

Con lo anterior quiero decir que los problemas interculturales no se originan entre pueblos o sociedades, sino dentro de uno mismo. Por ejemplo, los problemas culturales que se originan por la diferencia de género se desarrollan dentro de una misma sociedad.

De esta manera, Olivé (2004) nos dice que la diversidad cultural es un hecho, lo cual trae consigo problemas y destaca a los países ibéricos ya que se trata de territorios que se han constituido por diversas tradiciones culturales a lo largo de la historia y que aún hoy en día esta coexistencia vive, indudablemente. (p. 2)

Dicho lo anterior podemos decir que México se trata de un país compuesto de diversas tradiciones culturales. Esta diversidad se compone, también, de los orígenes étnicos de la sociedad actual, de lo cual las características físicas de cada individuo son un reflejo. Díaz Polanco menciona que a lo largo de la historia, la diversidad cultural se ha tenido que enfrentar a numerosos esfuerzos y luchas por su supresión, sin embargo, tal y como menciona el autor “es imposible suprimir la diversidad sociocultural o étnica”. Nos dice también que la diversidad no es una anomalía en la sociedad, sino que más bien se trata de la sustancia principal del hecho pluralista actual. (p. 15-18)

Por otro lado es importante para el presente trabajo destacar que “el género es una forma de diversidad cultural” (UNESCO, 2014, p. 54) ya que se trata de una construcción cultural social, por lo tanto las relaciones, los valores, normas y roles relativos a lo “masculino” y a lo “femenino” son distintas en cada sociedad. Por lo tanto, la equidad de género es de igual manera un elemento cultural que se ha encontrado con obstáculos como la discriminación, limitando o incluso negando

el desarrollo de grandes sectores de las sociedades, limitando también el desarrollo de las culturas en su totalidad.

Bonfil (1992) señala como elementos culturales emotivos a los que se refieren a aquellas creencias o valores que clasifican y aceptan o no las acciones que se puedan desarrollar dentro de una sociedad (p. 116).

Como parte de estos elementos culturales, el autor también comprende a aquellos que denomina "simbólicos" los cuales son códigos que nos permiten descifrar acciones, es decir permiten una eficaz comunicación para aquellos que comparten un mismo código (p.116-117). El género entonces también es un código compartido por los integrantes de toda una sociedad, y tal como nos dice el autor estos elementos culturales, en este caso, códigos, si bien son compartidos no necesariamente son coherentes.

Entonces la identidad de la mujer se constituye, también, a partir de la identidad del hombre, es decir, como en las relaciones interculturales, en donde el hombre es él propio y la mujer es el "otro", lo diferente, lo cual conforma pautas de interacción como abordaré más adelante.

1.2 La construcción de la identidad femenina

Con base a lo anterior, podemos definir entonces que la identidad femenina es construida basándose en el género, el cual es desarrollado culturalmente por la sociedad. La mujer se construye a sí misma también a partir de la diferenciación con "el otro", que en este caso se trata del hombre y por medio de la reproducción de comportamiento de otras mujeres.

1.2.1 Construcción dialógica

En palabras de Berger y Luckmann (1966), existe una dualidad entre el cuerpo y lo social (p .222), es decir mientras que los factores biológicos del ser humano limitan algunas de las funciones sociales de cualquier individuo, también la sociedad limita algunas de las funciones biológicas de

éste. Con lo anterior quiero decir que la sociedad determina el funcionamiento, la actividad, la conciencia y el uso que se le da al cuerpo del individuo.

Las formas de comunicación e interacción también forman parte fundamental de la construcción social, tal y como lo mantienen Berger y Luckmann (1966), en donde en la actualidad los medios de comunicación establecen pautas para la conformación de opiniones e intereses individuales entre la sociedad, sin embargo profundizaré en este papel de los medios de comunicación más adelante.

Taylor (2009) también mantiene que la identidad tanto individual como colectiva se construye dialógicamente, si bien a nivel íntimo nos dotamos de autenticidad. Siempre definimos nuestra identidad en diálogo con las cosas que nuestros otros significantes desean ver en nosotros, y a veces en lucha con ellas.

Aún después de que hemos dejado atrás a algunos de estos otros significantes y desaparecen de nuestras vidas, la conversación con ellos continuará en nuestro interior mientras nosotros vivamos. Es decir, la identidad se construye a partir de relaciones que pueden ser para el beneficio de los vínculos así como también para el desarrollo de las partes involucradas o también, a partir de las relaciones de dominación.

Mi argumento en el caso de las telenovelas que nos dotan de personajes y situaciones ficticias que, como se ve más adelante con mayor detenimiento, somos capaces de adoptar como experiencias reales que influyen en nuestra vida y relaciones en el presente y en el futuro.

1.3 La participación de los medios de comunicación en la construcción de la identidad femenina

Los medios de comunicación, como mantiene Silverstone (2004), se han convertido en una dimensión cultural y social, son parte cotidiana de nuestra vida, están presentes en todo momento,

cada día de nuestras vidas. Aunque para acceder a algunos de los medios de comunicación aún existen obstáculos, la televisión está presente en la vida diaria de la gran mayoría de los mexicanos; es por ello que es de suma importancia analizar su contenido y sus capacidades.

Las transmisiones de televisión abierta llega a más del 90% de los hogares en México según el INEGI (2013), siendo uno de los principales fines de las empresas que tienen la capacidad de transmitir en televisión el de captar la atención del público, sin tomar en cuenta la debida importancia si lo que se reproduce es real o se encuentra distorsionado, si afecta o no a un sector de la población televidente.

En la actualidad es importante mencionar el papel fundamental de los medios de comunicación en la construcción de identidades y roles, sobre todo porque la influencia de los medios de comunicación hoy en día se manifiesta desde el hogar de cada individuo, incluso antes de que el individuo establezca otro tipo de socialización fuera de su casa, fuera de su familia.

Wieviorka (1998) nos dice que la opinión de la gente acerca de las demás personas se desprende de las imágenes y de lo que dictan los medios de comunicación. Argumenta que: “La recepción de lo que ofrecen los medios de comunicación no es idéntica para todos ni tampoco necesariamente pasiva” (p. 104). De esta manera, mantiene también que los medios de comunicación, provocan conductas en la sociedad, por imitación, ya que nos dice también que “categorizan y califican actos y/o personas al asignarles nombres y orden de importancia” (p. 104).

Ginés (2013) ha mantenido que si bien los medios de comunicación representan e influyen en la construcción de identidades de género, el proceso no es tan simple y mecánico, sino que los medios construyen y estructuran un significado de género. Además también es importante recalcar que lo que se muestra en televisión no tiene una única interpretación, es decir, su decodificación depende de los contextos y repertorios de cada televidente, además de que no es posible etiquetar una única forma de ser mujer.

La televisión se ha convertido en uno de los principales vehículos que transportan al alcance de todos, imágenes distorsionadas de la realidad, en este caso una imagen distorsionada del cuerpo femenino como abordaré más adelante.

1.3.1 En diálogo con los medios

Ya hemos visto que las identidades se crean de manera dialógica, es así como creamos un diálogo también con la televisión; al encenderla entramos en una interacción con los demás televidentes que sintonizan también este medio de comunicación.

El diálogo que construye las identidades se genera cuando el individuo entra en contacto con los demás y de esta manera el individuo crea su propia identidad, diferenciándose con los demás y los demás crean una identidad para el individuo para diferenciarlo de ellos.

Para Silverstone (2004) observar la televisión se convierte en una experiencia que contribuye a la capacidad de comunicarnos con el resto de nuestra comunidad, que influye en la manera en que entendemos nuestra realidad.

1.3.2 Los medios de comunicación como vehículos de estereotipos de belleza

Mencionaré de nueva cuenta a Wieviorka (1998) quien refiriéndose a conductas racistas, nos dice que los medios de comunicación fomentan estereotipos, opiniones y conductas, es así como de igual forma más tarde Silverstone (2007) también menciona el papel que juegan los medios de comunicación en la formación de opiniones. (p. 41)

Dicho esto, los modelos a seguir para las mujeres tienden a llevar consigo el objetivo de aceptación social o de estatus. La inconformidad de la imagen corporal propia o del otro es un

elemento importante del cual diversos autores han ahondado como un resultado de los estereotipos impuestos por los medios de comunicación.

Wolf (1991), argumenta acerca del culto femenino a la belleza, lo poco cercano a la realidad que éste se encuentra y cómo forma un aspecto tiránico del dominio de los medios de comunicación, ya que estos sustentan en gran medida los estereotipos de belleza y en ocasiones ellos mismos los imponen dando lugar así a un especie de inconformidad masiva y secreta de las mujeres con su físico, dejando a un lado el resto de los elementos que conforman su vida.

Sin embargo, como lo he dicho antes, no podemos asegurar que la relación entre la televisión y la sociedad funciona de manera mecánica y lineal en donde lo que vemos se convierte en la causa y nuestro comportamiento en el efecto de la anterior; lo que sí es que los medios de comunicación se vuelven el "vehículo perfecto", en palabras de Plaza (2010), para transportar al alcance de la mayoría los estereotipos de belleza, la cual implica delgadez.

Esta clase de vehículo transmite a las jóvenes un concepto de belleza que forzosamente conlleva delgadez, como si sin ésta última no pudiera existir la primera. La televisión entonces, según Arnaiz y Comelles (2007) invita a las mujeres a buscar parecerse a una imagen mercantilizada bien se ha podido ajustar y reforzar su argumento con la búsqueda de un cuerpo "saludable", lo cual abordo en páginas más adelante.

De igual forma, los autores antes mencionados también mantienen que si bien en numerosas ocasiones el ideal de un cuerpo delgado se justifica con el deseo y necesidad de salud, tal y como Naomi Wolf argumenta, la mayor parte de las mujeres anhela un cuerpo delgado para así ser aceptadas, para tener un cuerpo aceptable.

Como lo expuse anteriormente, el género además de proporcionar conductas diferenciadas entre mujeres y hombres, también conlleva al sexismo, discriminación y exclusión. Los medios de comunicación, en este caso la televisión como parte del proceso de socialización, no se queda exenta de difundir mensajes e imágenes donde las prácticas sexistas se hacen presentes constantemente.

Bustos (2011) argumenta que la televisión, entre otros medios de comunicación, explota los estereotipos femeninos, justamente esa imagen delgada como objeto sexual o para satisfacer a otros, ya que en ésta se mantiene el objetivo o el argumento de ser “más valoradas” (p. 66) y al mismo tiempo más queridas y deseadas.

Es decir, según mi hipótesis, el estereotipo de belleza femenina mostrada en las telenovelas mexicanas, responden a modelos corporales de nuestra cultura y son vinculadas directamente con la aceptación y el prestigio social: entre más delgada más bella y entre más bella más aceptada. La delgadez, sin embargo, no sólo es un simple elemento característico de la belleza que resplandece en nuestros días, va más allá.

La belleza que se muestra en televisión se ha convertido en un elemento de identificación de las mujeres, se ha vuelto una afirmación de lo femenino. ¿Por qué? Como dicen Berger y Luckmann (1974) el cuerpo femenino siempre ha sido reconocido por medio del otro, del hombre, y las mujeres han aprendido a reconocerse así, siendo miradas por el otro.

Es entonces cuando podemos vislumbrar la presión social en que vive la población femenina no sólo ejercida por los demás, sino también por ellas mismas en cuanto a la exigencia de su aspecto físico. No quiero decir que los hombres no sufran de una situación similar, sin embargo, en su caso las exigencias son otras.

El fomento de estereotipos de belleza femenina es propuesto como violencia simbólica la cual es una expresión más del racismo, ya que los valores del sector dominante de la población se superponen a los de aquel sector más vulnerable; este tipo de violencia a menudo es ignorada y poco cuestionado en cuanto a su existencia ya que es aceptado como lo natural por los individuos que fungen como víctimas, es decir, además de asumirlo, lo repiten frecuentemente.

1.4 Belleza y delgadez

La belleza es una parte fundamental de la identidad femenina en nuestros días. Wolf (1991) lo ejemplifica de manera sencilla como la trama de cualquier cuento de princesas, es decir, el hombre fuerte rescata y enamora a una mujer bella. (p.12) Y esto es una historia que no sólo vemos en cuentos y largometrajes infantiles, hoy en día lo vemos constantemente en la programación que las televisoras ofrecen.

1.4.1 El "mito de belleza"

El mito de belleza de Wolf se refiere a una ideología en dónde las mujeres tienen que representar un cuerpo perfecto que responda a las exigencias de la sociedad, que en conjunto con los medios de comunicación han creado poco a poco esta ideología. Esta forma de pensar dice también que para poder aceptar los éxitos y características de cada mujer, estas deben de poseer un cuerpo aceptable.

De hecho, no conforme con ello, en conjunto y gracias a la capacidad de los medios de la comunicación se construye un argumento de discriminación hacia aquellas mujeres que no cumplen con las características deseadas.

Además, el mito de Wolf no sólo incluye la exigencia del cuerpo femenino, sino que también dicta el papel que ejecutará el hombre sobre ésta. Argumenta que no sólo se trata de una exigencia estética, también de comportamiento y ésta responde también a un orden de poder en el cual la mujer se encuentra sometida (p. 12).

Wolf se centra bastante en las imágenes y argumentos que llevan consigo las revistas para mujeres, afirmando que éstas presentan una figura femenina que de forma invisible nos obliga a admirarla, imitarla y obedecerla. Este argumento hoy en día, y desde la década en que fue escrita la obra de Wolf, no es exclusivo de las revistas femeninas, sino que se trata de una imagen que se ha propagado en los medios visuales y audiovisuales de comunicación.

1.4.2 Imagen y arquetipo femenino

Nos referiremos al término “imagen” como una representación de la realidad, aunque en la actualidad hay autores que se refieren a la representación física visual o imaginativa, como la generada por la literatura. En esta ocasión me referiré únicamente a la visual ya que nos ocuparemos del estudio de la televisión.

La imagen de consumo tiene como objetivo justamente vender. Los medios de comunicación crean imágenes de consumo para vender su programación y así crearle fidelidad de los televidentes. Estas imágenes, como lo argumenta Silverstone, se desapegan a la realidad con el fin de llamar la atención de la mayoría. Esto obviamente no sólo implica fantasía u opiniones, sino que va más allá al generar discriminación o racismo.

Tal y como lo mantiene Wieviorka, las imágenes transmitidas en las telenovelas no son decodificadas como la realidad por los televidentes, pero sí generan influencia en sus opiniones y en la construcción de identidades.

Según la Real Academia Española arquetipo se refiere a la “representación que se considera modelo de cualquier manifestación de la realidad” (RAE, 2016). Peculiarmente las telenovelas mexicanas generan su propio arquetipo de mujer protagonista entendiendo arquetipo como imágenes y/o símbolos que necesariamente comparten características o propiedades en común, que si bien los convierte en símbolos más simples y sencillos de entender o de encasillar, los hace más fuertes ante otros, además de tratarse de una imagen sencilla pero muy atractiva (O’Sullivan, Hartley, Saaunders, Montgomery y Fiske, 1995)

Hay que diferenciar el concepto de arquetipo del de estereotipo, el cual se entiende como “Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable” (RAE, 2016). Los arquetipos son imágenes altamente atractivas que generan aceptación y que pueden cobrar una fuerza tal que no se limitan a los contextos culturales. En este caso, los arquetipos de mujer en las telenovelas son aceptados como “bellos”, aunque no muestren en realidad la diversidad femenina de México.

Por otro lado, los arquetipos de la televisión mexicana mucho discrepan por ejemplo de otros arquetipos como lo son los de modelos femeninos de la alta costura europea; modelos que de igual forma comparten características físicas entre sí y que internacionalmente son reconocidas por ser mujeres bellas, pero que difícilmente son aceptadas como “bellas” por el público mexicano femenino como abordo más adelante.

Silverstone (2004) dice que como seres humanos solemos buscar placer, aunque sea de una manera muy moderada y que por ello elegimos la programación o contenido que nos complacerá. Las industrias mediáticas, en este caso las televisoras, están listas para producir y vender ese placer que la mayoría del público exige; placer de fácil acceso.

Entonces entendemos el cuerpo femenino como un objeto de placer que nos ofrecen los medios de comunicación, como un elemento con gran importancia en la conformación de la identidad de la mujer, a diferencia del cuerpo masculino, al cual se le resta importancia en cuanto a la identidad del hombre, la cual se vale de otros componentes como sus habilidades.

Bustos (2011) mantiene que la imagen femenina es explotada mediante el cuerpo para satisfacer a otros, a los hombres; mientras que la imagen masculina generalmente es vinculada con el poder, es decir, al cuerpo de los hombres no se le adjudica un gran valor, porque la figura masculina se vale de otros elementos como intelectuales o habilidosos.

Siguiendo con Bustos (2011), el cuerpo de la mujer es el que históricamente ha tenido mayor atención en cuanto a las imposiciones sociales. Toro (1996) también nos dice que en diversas culturas el cuerpo de la mujer es "significativamente" superior al del hombre tanto a la mirada de ellas mismas como para la de quienes la rodean (p. 57).

1.6 Imaginario femenino

En la actualidad, sin interferir con el argumento anterior, la belleza física de las mujeres recibe una gran importancia como elemento de su identidad, la cual generalmente está asociada con el sobrepeso o delgadez, pero siempre como un deber ser y para satisfacción de los otros (función biológica reproductiva, o bien como objeto de deseo para otros). Según Bustos (2011), partiendo de la construcción de la identidad femenina basada en el cuerpo, se establecen una serie de restricciones, imposiciones y atributos que se generan por la cultura y el contexto temporal en el que se desarrollan.

Como mantuve en líneas anteriores, la idealización del cuerpo femenino como delgado no es exclusiva de nuestra cultura mexicana actual. La delgadez como elemento fundamental de la belleza, no es un prototipo que apareció de un día para otro, sino que se trata más bien de un proceso histórico, el cual llegó hasta el punto que hoy conocemos y que gracias a la crecida desmedida de los medios de comunicación se propagó por todos los continentes. Josep Toro (1996) diría que se trata de una idealización que comparten las culturas individualistas. (p.127)

El siglo pasado trajo consigo un constante y en ocasiones acelerado crecimiento de los medios de comunicación. La televisión sufrió constantes cambios, por lo tanto las telenovelas también. Toro

(1996) menciona además la aparición de competencias de belleza femeninas, las cuales poco a poco fueron introduciendo a la televisión y a los medios de comunicación impresos cada vez más la figura femenina exhibiéndola como un objeto estético.

Es así como este autor sustenta que en las sociedades en donde se han aceptado y desarrollado este tipo de competencias, existe una aceptación también de las competencias entre las mujeres de la sociedad en general por un cuerpo delgado perfecto. Es decir, parece justo y normal que las mujeres se sometan a diversos tratamientos para poder lograr representar lo que él llama "normativa sociocultural", que podemos traducir como modelo o canon de belleza; es justo que existan en estas competencias perdedoras y ganadoras, no importando qué tan absurda parezca esta normativa.

Wolf (1991) expone que desde la década de los ochenta la constante preocupación de las mujeres por su peso se había vuelto algo cotidiano, ya no tenían importancia sus logros personales o profesionales si no lograban un cuerpo como la norma lo establecía (p. 21). Toro, desde España, también nos habla de cómo esa preocupación se volvió una conducta femenina normal, parte de la experiencia de toda mujer. Es como si la preocupación de las mujeres por nuestro propio peso corporal sea parte de esas características que nos atribuye el género.

Durante este capítulo abordamos el término de género y la construcción dialógica de la identidad femenina, construcción en la cual la televisión se ha convertido en una parte importante en los últimos años. También se expuso como el cuerpo femenino tiene una importante carga social a diferencia del cuerpo masculino, lo cual a su vez se ha convertido en un tipo de violencia de género.

Capítulo 2. La mujer en los medios de comunicación

En este capítulo abordaré la estructura de los contenidos televisivos, se ahondará específicamente en el orden de las telenovelas mexicanas y su importancia en los hogares del país, es decir, su impacto social y el papel que juegan sus historias y personajes ficticios en la vida real.

2.1 Estructura televisiva

La televisión, a diferencia del cine, es un medio que se encuentra en nuestros hogares, dentro de un ambiente que no nos obliga a concentrarnos precisamente en lo que se transmite en la pantalla aunque estemos sintonizando algún programa en particular; es fácil, además, acceder a sus transmisiones. Según Quin y McMahon (1997) quienes producen programación en la televisión saben acerca de las circunstancias en que sus productos son consumidos y los ofrecen de manera segmentada y seriada (p. 42-43), es decir, para que sea sencillo comprenderlas y seguir las aunque no se vea en su totalidad alguna producción.

De esta forma, la programación ofrecida en televisión es de hecho más monótona que las producciones cinematográficas; esto porque en realidad la estructura de estos productos sigue un mismo patrón al cual ya nos encontramos acostumbrados. Se le da más importancia a los incidentes y debates durante una producción televisiva que durante una de cine, de hecho cada uno de estos sucesos marca un segmento. Cada uno de estos segmentos, a su vez, deben contar con un final cuando el programa termine, así podrá mantenerse la historia principal del programa; es decir, cada capítulo sólo enriquecerá el argumento inicial.

Las telenovelas no son la excepción de este patrón de producción. Además los personajes dentro de esta programación siempre responden a ciertas expectativas del público; es decir, los personajes servirán como referencia de cierto tipo de personas dependiendo de la forma en que estos vistan, hablen o se expresen. Quin y MacMahon (1997) nos dicen que de esta forma el público será capaz de identificarse con los personajes y con sus circunstancias, asociando también sus experiencias con las mostradas en televisión (p. 48-49).

Las opiniones, afirmaciones y preguntas que se formulan dentro de los canales que transmite la televisión pueden llegar a tomar un importante lugar dentro de las ideas de cada individuo, ya que todo lo que una televisión transmite, lo hace desde el seno íntimo del hogar, un lugar al que difícilmente se puede entrar. Es decir un individuo ajeno a la familia que no tiene la posibilidad de aparecer en programas televisivos no puede influir en gran medida en las ideas u opiniones que cada familia o individuo posee.

Las televidentes pueden interpretar las imágenes femeninas mostradas en televisión como algo real y como patrones a seguir, lo que influye en su opinión acerca de sí mismas y de las demás mujeres. Si bien la interpretación de lo que se ve en televisión queda a responsabilidad de cada individuo, las imágenes y argumentos que propone la televisión suelen impactar de manera silenciosa dentro de las opiniones de cada persona, haciendo parecer normales poco a poco, día a día, aquellas imágenes que no representan a la población y que en su caso discriminan a una gran parte de esa misma población.

Como construcción social, los argumentos que presentan los medios de comunicación, en este caso la televisión, influyen de manera ideológica y por lo tanto se reflejan en la realidad.

2.2 La televisión en el hogar mexicano

Anteriormente ya he mencionado que la televisión ha servido como un elemento importante en la construcción de identidades y en el otorgamiento de roles sociales, por lo tanto también en la

construcción del género, tanto femenino como masculino. Tan es así que es casi imposible no contar la televisión como parte fundamental de esta construcción, sobre todo porque, tal y como lo menciona Ángeles Cruzado (2009), la influencia de la televisión se manifiesta desde el hogar de cada individuo, incluso antes de que éste establezca otro tipo de socialización fuera de su casa, fuera de su familia.

Al tener este acceso al hogar o a la familia, la televisión “institucionaliza” (Tena, 2004) visiones del mundo, haciendo parecer normales y/o naturales algunas representaciones sociales. De esta forma, la televisión propone como normales cánones de belleza a la sociedad en general y ésta, además de compartirlos entre sus integrantes por el alcance de este medio de comunicación, es capaz de reproducir dicho discurso mediante comportamientos y/o roles que ve representados en la televisión.

Silverstone (2004) nos dice también que gracias al alcance de los medios de comunicación, éstos contribuyen al imaginario colectivo dotándonos de conceptos o ideas compartidas por toda la comunidad que tiene acceso a ellas.

Según CONACULTA (2004) la televisión es el medio con mayor penetración en la población mexicana. La programación con más audiencia en televisión son los noticieros con 49.5%, seguidos de las telenovelas con 39.2%. Por otro lado, mantiene también que en cuanto al tiempo que dedicamos a ver televisión no hay una diferencia significativa entre mujeres y hombres, es decir dedicamos aproximadamente el mismo tiempo.

Es necesario valorar la importancia de las empresas que hacen televisión en México y el impacto de cada una de ellas. El canal 2 es propiedad de Televisa, la cadena televisiva con mayor cobertura en todo el país, además de que es una de las principales empresas a nivel mundial generando contenido en el idioma español. De acuerdo con la COFETEL (2011), la empresa Televisa controla el contenido televisivo del 56% de las concesiones de televisión abierta en México. La COFETEL menciona que “Entre 2007 y 2009, (Televisa) produjo un promedio de 70 mil horas de programación por año” (COFETEL, 2011). Por lo anterior Televisa conformó el Canal 2,

entre otros como cadena nacional, logrando una cobertura de alrededor del 92% en toda la república mexicana.

Ya hemos visto que los medios de comunicación se alimentan de la vida real y la representan. Sin embargo también hemos hablado de que estas representaciones son en ocasiones deformadas. Por ejemplo, las telenovelas transmitidas muestran como protagonistas a mujeres en escenarios comunes, como el doméstico o el laboral; pero el contenido de esta programación poco representan la diversidad femenina que habita en México.

Es importante reconocer los cambios culturales que la sociedad vive gracias a los medios de comunicación y aún más importante conocer y/o reconocer el impacto que los mensajes y argumentos que estos tienen sobre las minorías sociales y culturales, la capacidad que tienen de crear modelos a seguir, de alimentar a la sociedad además de alimentarse de ella misma. Por ejemplo, se ha mantenido que algunas telenovelas son creadas y desarrolladas con fines educativos y sociales, provocando incluso cambios demográficos al introducir nuevas ideas sobre planificación familiar. (Solsona y Ortega, 2000, p. 7)

Como ya se dijo antes, la televisión es un medio de comunicación masivo que se encuentra en la mayor parte de los hogares en México, lo cual permite a los televidentes imitar comportamientos y conductas; al tener esta cobertura tan amplia, la televisión tiene la capacidad también de influir directamente en la opinión de su público; ya que Wieviorka (1992) mantiene que "(...) los medios de comunicación suscitan conductas por imitación, en el campo del racismo como en otros" (p. 97). Entonces, la concepción de belleza de las mujeres que sintonizan la televisión se trata de una imitación de aquella concepción que aparece exhibida en la programación.

2.3 La telenovela

Las telenovelas son diferenciadas de otros tipos de programación, por ejemplo series o películas, porque son transmitidas de manera diaria en lo que se llama "prime time" de las televisoras que

ofrecen este producto, es decir, los horarios estelares; caracterizan por ser una emisión exclusiva para la televisión. Ortega y Solsona (2000), sostienen que la trama generalmente gira en torno a las relaciones familiares y amorosas, de esta forma las telenovelas destacan los intereses o necesidades de grupos poco tomados en cuenta como las amas de casa, los ancianos y los adolescentes.

Sin embargo, la trama de las telenovelas evoluciona conforme los cambios de la sociedad para apegarse más a la realidad y así conseguir un público permanente. Hoy en día, los personajes principales ya no desarrollan los mismos papeles que desenvolvían hace diez o veinte años, independientemente de si se trata de papeles femeninos o masculinos.

Este género televisivo se construye básicamente con cuatro personajes a los que Morales (2011) se refiere como “víctima, villano, héroe y bobo” (p. 2). Éstos en palabras del mismo autor, actúan motivados por sentimientos y emociones que son fáciles de expresar y de entender; todo esto además se ve obstaculizado por situaciones inesperadas que además llevan consigo una dosis moralista.

El aspecto que más destacan Ortega y Solsona de las telenovelas, es el protagonismo que se les ofrece a las mujeres como personajes fuertes, y más recientemente, que se encuentran inmersas en un mundo laboral, aunque la historia suele desarrollarse dentro del hogar de los personajes, mientras que se afirma que los hombres toman un papel más sensible dentro del programa.

También hay que mencionar que aunado a la condición desfavorecida de los personajes, en ocasiones estos viven en situaciones que los menosprecian más a nivel individual, cómo enfermedades degenerativas, crónicas; embarazos adolescentes; madres solteras; mujeres o familias en condición de violencia o en distintos niveles de pobreza.

Además, a diferencia de otra programación en serie, las telenovelas se ocupan principalmente de las relaciones amorosas y familiares de los protagonistas, dejando de lado otras relaciones personales como puede ser la escuela o las relaciones laborales y profesionales; situaciones que son fáciles de encontrar en otro tipo series.

Y cómo ya he repetido antes, las telenovelas tratan de reflejar situaciones y escenarios de la vida real, es decir se basan en las vidas de los mexicanos y en las situaciones posibles que estos pueden atravesar. Carbajal y Molina (1999) lo explican como una estética que la telenovela es capaz de producir “en base a los imaginarios populares”.

Como ya mencioné antes, peculiarmente en México la trama de las telenovelas se desarrolla dentro del mismo país; regularmente es en el Distrito Federal en donde viven los personajes. De esta manera también se implica que los escenarios como los hogares y calles sean similares a los reales, dando la oportunidad de que los televidentes puedan entender e identificarse en las situaciones que se presentan dentro de la novela.

La continuidad que se le da a la trama es un aspecto también importante de las telenovelas; esta también se desarrolla en un tiempo paralelo al real, pero su misma continuidad permite que sea más fácil de entender y seguir la historia ya que no es necesaria que durante un solo capítulo se presente un inicio, nudo y desenlace, sino que entre cada capítulo existe una interrupción de la historia que además sirve como estrategia para mantener al público fiel a la transmisión (Ortega y Solsona; 2000).

Es así como hasta ahora las telenovelas han sido una producción que se ha adaptado a los cambios sociales y culturales y han logrado sobrevivir como programación y se han permitido ser uno de los principales elementos de atracción de público para las televisoras.

2.3.1 La telenovela y los estereotipos femeninos

Existen ya interesantes estudios de género dedicados a la televisión basándose en actividades y actitudes que se establecen como estereotipos de género. Si bien las telenovelas son principalmente para las mujeres en México, la televisión muestra manifestaciones culturales de lo femenino de manera continua, que a su vez las imágenes que expresan dichas manifestaciones obedecen físicamente a estereotipos que no sólo satisfacen a las mujeres.

Es así como Cruzado (2009) nos dice que las telenovelas ofrecen además imágenes de mujeres que son exclusivamente creadas para llamar la atención del espectador haciendo parecer dichas imágenes también como algo “natural” o normal cuando la verdad están poco apegadas a la realidad, a las mujeres reales. (p. 55).

Es decir, las telenovelas si bien tratan de retratar la realidad mexicana con argumentos, escenarios y situaciones comunes para los espectadores en los cuales estos últimos pueden identificarse, no es así con la representación corporal de los personajes, los cuales se da por hecho, se trata de mexicanos.

Las mujeres que se presentan como protagonistas de telenovelas comparten características tanto físicas como morales, empero el objeto de este trabajo de investigación es la imagen corporal. El espectador no sólo recibe el argumento de la telenovela, las conductas y formas de vivir de los personajes como un mensaje, sino también la imagen física de los mismos, y no como un mensaje sencillo, sino un mensaje cuyo argumento estereotipa a la población en general.

Para Ragneda (2012) “El espectador recibe los estereotipos de género como parte de la totalidad de un mensaje que percibe como algo natural y no como parte de una poderosa transmisión de ciertos mecanismos de poder” (p. 33). Las características de los personajes y de la historia ya mencionadas se vuelven parte del imaginario colectivo de quienes sintonizan el programa. Las telenovelas basan sus historias en la vida diaria de un grupo social vulnerable pero diverso; las mujeres son quienes en su mayoría sintonizan este tipo de programación, de manera continua siendo así la forma en que los medios de comunicación ejercen influencia directa en la opinión de las y los televidentes no sólo en su conducta sino en sus creencias y en sus valores.

2.3.2 El impacto social de las telenovelas

Las emociones que las telenovelas estimulan, favorecen de manera importante la lealtad que los televidentes poseen hacia dicha programación. Páramo (2005) explica que son las emociones

mostradas en las telenovelas los elementos primordiales para que los televidentes puedan identificarse con los personajes inmersos en el melodrama.

En otras palabras, en este análisis, Páramo mantiene que más que imponer guiones de vida, las telenovelas se guían bajo la misma narrativa que las mujeres mexicanas de la vida real, es por ello que estas últimas se sienten identificadas y por consecuencia siguen la transmisión de este género televisivo hasta su final.

Por otro lado, la misma autora nos habla acerca de la gran diversidad que presentan las telenovelas a lo largo y ancho del planeta, representando cada una a su público. Mantiene que las telenovelas de origen latino han permitido a los latinos radicados en Estados Unidos a mantener su identidad, afirmando que para los latinos que se encontraban viviendo en Texas las telenovelas les hacían sentirse en su tierra (p. 214-216). Puede decirse que las telenovelas recrean el tiempo y el espacio del lugar en el que son creadas.

Si bien la decodificación de la programación es individual, puede decirse que el éxito de las telenovelas se debe, además de la seriación del programa, a la coherencia y drama de la historia que exponen, vinculándolas con el mundo real, ya que esta historia encaja casi perfectamente en la vida de los televidentes, es decir, para ellos es fácil entender la historia y vincularla a sus vidas.

2.4 La telenovela, parte de la vida mexicana

Las telenovelas son productos culturales que además forman parte de una experiencia real como nos dice Silverstone, porque responden justamente a “guiones” establecidos por la sociedad que las consume como abordo más adelante; como hemos visto las telenovelas corresponden a un contexto histórico y espacial, lo que les proporciona coherencia, permitiendo a su público además de entender, darle seguimiento a la historia.

2.4.1 Las telenovelas en América Latina y México

El interés por el estudio de las telenovelas básicamente podríamos resumirlo en la responsabilidad que a éstas se les ha adjudicado en cuanto a la reproducción de roles de género, como ya lo hemos venido diciendo (Martínez, 2014), lo cual se ha presentado como una de las muchas caras de la violencia de género y también como una de las variadas facetas de la discriminación al presentar estereotipos de mujeres.

Las telenovelas latinoamericanas hoy en día se han convertido en un reconocido y característico producto mediático de dicha región americana. Ya que si bien estos melodramas comenzaron a producirse en Estados Unidos, con el auge de la televisión en el siglo XX se inició su producción en América Latina (Martínez, 2014 p.158), donde las telenovelas adquirieron ciertas características que, además del idioma, las distinguía de sus congéneres estadounidenses.

Los estudios de las telenovelas son relativamente nuevos. Solsona y Ortega (2014) argumentan que estos melodramas no eran un objeto de estudio lo suficientemente valorado, a diferencia de otras producciones como la cinematografía y las producciones teatrales. Además, durante las dos primeras décadas de su aparición, se pensó que las telenovelas no trataban temas socialmente importantes. Sin embargo, para la década los ochenta en Europa, movimientos feministas se interesaron por su análisis, a continuación se abordara con mayor detalle su historia.

El origen de las telenovelas que hoy en día conocemos, se remonta a la década de los veinte en Estados Unidos, en donde durante las primeras emisiones de esta programación se presentaban cortes de publicidad de jabón y por ello se ganaron el nombre de *soap opera*. Estas transmisiones tenían como público principal el de las mujeres ya que durante esta época la mayor parte de las mujeres estadounidenses eran amas de casa. Primeramente este tipo de dramas eran producciones de radio y posteriormente se adaptaron a la televisión (Solsona y Ortega; 2014).

Inicialmente, las producciones que se transmitían en la televisión de los países latinoamericanos no eran de manufactura nacional, sino que se transmitían producciones de origen estadounidense.

Sin embargo, durante la misma década de los cincuenta Argentina, Colombia, Brasil, México y Venezuela comenzaron a producir su propia programación, entre la cual se encontraba el género de ficción; es decir, las llamadas *soap operas* fueron desplazadas por telenovelas nacionales (Martínez Toledo, Y. 2014).

Para la última década del siglo XX México se consolidó como uno de los principales países que no sólo exportaban telenovelas como tal, sino que también a nivel internacional ofrecía formatos y rutinas de producción de éstas. Es decir, México actualmente posee una especie de sello, de estilo, para la producción de este tipo de programación que no sólo es plausible para el público latinoamericano, sino que su decodificación encaja a nivel global (Martínez. 2014).

Entonces estamos hablando de producciones que definitivamente tienen un impacto social, ya que por lo expuesto, las telenovelas tienen la capacidad de atrapar y mantener un público fiel. Por si lo anterior fuera poco, existen estudios que mantienen el argumento de que las telenovelas no sólo afectan a nivel individual a quienes las sintonizan, sino que también afectan a quienes no las ven (Martínez. 2014).

El impacto social de las telenovelas es mayor de lo que muchos podrían creer. Como ya hemos visto, su importancia radica también en la construcción de identidades de género. A continuación se abordará su importancia en la conformación de comunidades.

2.4.2 La simultaneidad de la telenovela

Anderson (1993) nos habla acerca de la influencia de la novela literaria medieval en las sociedades Europeas; expone acerca de la solidez que se establecía dentro de una comunidad la cual abarca además de personajes también espacios ficticios, así como también autores y lectores o que en conjunto se mueven y actúan en un tiempo real, a lo que Anderson llama “simultaneidad” (Anderson, 1993). Nos dice que, dentro de la novela se crea un “organismo sociológico que se mueve a través del tiempo homogéneo” (p. 43) al igual que en la idea de nación, la cual nos

sugiere que, como mexicanos, aunque no conozcamos al total de los habitantes en México, sabemos y estamos conscientes de su existencia simultánea a la nuestra.

Ahora bien, si utilizamos este mismo argumento de Anderson en la actualidad con las telenovelas sustituyendo a la novela medieval, se podría decir que los actores se mueven no sólo dentro de la telenovela, sino también en el “exterior” de la transmisión, en la vida real, generando esta simultaneidad. Sin embargo, no podemos hablar acerca de que las telenovelas construyen totalmente una comunidad ya que en la actualidad nos encontramos con una gran variedad no sólo de programas de televisión sino de medios de comunicación a los cuales cada vez el acceso es más fácil. Entonces, este tipo de programación ayuda a mantener una comunidad ya construida que además define la identidad de la mujer así como otras identidades como abordaré más adelante.

Es decir, las telenovelas mantienen una comunidad sólida, pero en este caso, al mismo tiempo la comunidad gira entorno a la mujer y le provee de protagonismo, tanto a ella como a sus problemas y actividades. Sintonizando una telenovela podemos darnos cuenta de lo que están haciendo los protagonistas al tiempo que nosotros vemos la televisión y aceptamos esos movimientos y actividades como normales, como parte de la vida cotidiana en México. Ya que además la telenovela no sólo muestra esta imagen de la mujer a las propias mujeres, sino a toda la población.

Entonces dicha población que tiene la posibilidad de acceder a estos programas puede también aceptar y reconocer los papeles y roles que desenvuelven las mujeres dentro de la telenovela como si se tratase de mujeres reales.

2.4.3 Narrativa

Taylor expone que las comunidades poseen elementos que caracterizan a cada individuo que forma parte de ellas como propios de dichas comunidades. Estos elementos o nociones como los

nombra Appiah proporcionan “normas o modelos” (2007), bases para la formación de identidades individuales y para el desarrollo de planes de vida de quienes comparten una misma identidad colectiva. Lo anterior, de acuerdo al autor se denomina guiones, o narraciones que determinan que los planes e historias de vida, de cada individuo, encajen con las características de su comunidad.

Lo anterior sirve para la conformación de una unidad identitaria dentro de cada comunidad; estos guiones además permiten que las historias y planes de las personas tengan sentido. Por ejemplo, mi historia debe corresponder a los estándares disponibles en mi cultura para personas con una identidad como la mía. Las identidades de género no son las únicas con las que podemos construir o dar forma a nuestra vida, sino también las identidades nacionales, étnicas e incluso religiosas nos dotan de guiones para dicha construcción.

Es así como podemos decir que las telenovelas, en la actualidad, comparten los guiones del público que las sintoniza; la unidad narrativa que le da coherencia a la historia que proponen las telenovelas se vale justamente de los guiones de la cultura mexicana, ya que se guían por estándares disponibles de cómo ser mujer en México; estos estándares pueden tratarse de roles de género pero también de características físicas como la delgadez, la altura y el cabello, entre otros..

Puede decirse entonces que el éxito de las telenovelas se debe, además de la seriación del programa, a la coherencia y drama de la historia que exponen, vinculándolas con el mundo real, ya que esta historia encaja con las nociones que proporciona la cultura mexicana y por lo tanto en la vida de los televidentes. En otras palabras, para la proporción de la comunidad que sintoniza las telenovelas le es fácil entender la historia así como vincularla a sus vidas y a la de las demás personas que conocen y no conocen pero de las cuales están conscientes de su existencia.

2.4.4 Narrativa a través del tiempo

Durante mayo de 2014 se hizo un análisis de las diferencias entre dos telenovelas, elaborando un contraste entre una telenovela *Marimar* producida y transmitida durante el año de 1994 y *Vivir a destiempo* en el año 2013, el cual consistió en ver la primera transmisión de la segunda telenovela en su canal productor, Azteca Trece y ver también con ayuda de medios digitales, veintiuno de los setenta y dos capítulos de *Marimar*, telenovela que se transmitió por vez primera en nuestro país en el año de 1994.

Este trabajo se elaboró para comparar las diferencias entre comportamientos y roles que mostraban las protagonistas de ambas telenovelas y su vinculación con la temporalidad y contexto en los que fueron producidas.

El análisis consistió en observar los roles que desempeñaba cada una de las protagonistas en sus respectivas telenovelas, así como sus ocupaciones, la historia de cada una de ellas y la relación que entablaban con cada uno del resto de los personajes, así como también los escenarios y las situaciones en los que se desarrollaban y enfrentaban.

La investigación anterior dejó claro que en la primera telenovela mencionada, la protagonista como orden cronológico vive la pobreza y la desgracia para poder acceder de manera casual a un nivel socio-económico alto; además vive con el objetivo de poder vengarse de quien la despreció por sus condiciones precarias.

Por el otro lado, en *Vivir a destiempo* se desarrolla después del divorcio de la protagonista, por lo tanto se trata de una mujer que se desarrolla como madre de familia de un par de adultos jóvenes y al contar con una licenciatura concluida, pretende ejercerla construyendo una empresa.

Las telenovelas entonces se alimentan de la realidad y presentan historias ficticias pero entendibles para los televidentes ya que están elaboradas con ficciones o guiones que encajan con la narrativa de la vida de los mexicanos. En ambos casos, el fin de la historia principal es que las protagonistas logren unirse legítima y religiosamente con un hombre del cual se encontraban enamoradas desde el inicio de la telenovela.

Como ya mencioné antes, la narrativa de las telenovelas ha ido cambiando conforme ha pasado el tiempo, sin embargo aún podemos ver las mismas historias una y otra vez con distintos actores, lo cual expondré con mayor profundidad en el siguiente capítulo. Por otro lado si bien las protagonistas han cambiado sus roles para apegarse más a la realidad, las telenovelas siguen presentando protagonistas que representan muy poco a las mujeres reales.

Las telenovelas aunque pueden parecer historias monótonas, predecibles y sencillas, la verdad es que su discurso va más allá de sólo presentar historias. Su estructura tiene cierto nivel de complejidad que les permite mantener un público estable gracias a que se acoplan al contexto histórico y espacial de la mayoría de su público. Esto además permite una unidad no sólo nacional, sino de identidades más específicas como las de género. Sin embargo, es preciso preguntarnos si las telenovelas adoptan la narrativa de su público o si este tipo de programación es quien se permite establecer algunas nociones para las historias y planes de vida de su público.

2.5 La construcción de la presencia femenina en televisión

Ahora bien, resumiendo lo antes dicho las telenovelas son para el público femenino en México, mostrando manifestaciones culturales de lo femenino de manera continua, que a su vez son construidas por un sistema discriminatorio o sexista (Núñez Puente, S. 2005), ofreciendo imágenes creadas únicamente para captar y mantener la atención del espectador y ofreciéndolas como lo normal.

Continuaremos entonces explicando cómo es que la televisión construye imágenes femeninas que viven y se enfrentan a situaciones cotidianas normales fuera de la televisión, físicamente no representan a la realidad.

Taylor (2009) mantiene que si existe un reconocimiento público hacia determinadas identidades, estas a su vez recibirán mayor respeto como tales y hacia las actividades que realizan las cuales las refuerzan o las distinguen. Taylor reconoce dos dimensiones de identidad, la personal y la colectiva, y hace hincapié en aclarar que esta última es la que tiene validez de “categorías sociales como tipos de personas” (p. 216)

En este sentido, se refiere a identidades sociales colectivas las cuales implican diversos credos, compromisos y prácticas que distinguen a las comunidades de las otras. Sin embargo, en numerosas ocasiones estas características identitarias son el pretexto perfecto para ignorar u oprimir a las comunidades que se valen de ellas.

En las telenovelas, al ser las mujeres el principal personaje mediante el cual se desenvuelve la historia, vemos como se reconocen las prácticas que distinguen al sexo femenino, o así como nuevas que a lo largo del tiempo han ido adoptando las mujeres, ya que forman parte de la narrativa que les proporciona su cultura.

La exposición de estas prácticas en la televisión si bien ha ayudado a habituar, por así decirlo, la introducción y participación de las mujeres en nuevos ámbitos de la vida cotidiana, también han servido para naturalizar ciertos tipos de cuerpos, para naturalizar estereotipos. Las telenovelas entonces muestran guiones que concuerdan a las narrativas que la cultura ofrece para las mujeres, de esta manera también se crea este tiempo mesiánico, la simultaneidad de la que nos habla Anderson (1993).

Por medio de las telenovelas podemos ver los cambios sociales que han sufrido las mujeres a lo largo del tiempo. Si bien las novelas siguen manteniendo el protagonismo en las mujeres y en sus

relaciones amorosas y familiares, en la actualidad como ya mencioné, tiene cabida su vida laboral y una vida activa después del matrimonio, el final feliz no es siempre una boda.

2.5.1 La diversidad oculta

Según Tajahuerce (2014), la televisión es una industria que construye dentro de su contenido productos culturales, entre los cuales la imagen de la mujer se ha adaptado según el contexto histórico en que se ha desarrollado. En la actualidad dicha imagen femenina es deformada, con el objetivo de ganar y mantener un público estable. Tajahuerce (2014) argumenta también que las mujeres mostradas en televisión en su mayoría obedecen a estereotipos que son impuestos o ideados por hombres.

Esto se relaciona con el argumento de Silverstone (2004), en donde mantiene que la televisión produce experiencias reales, las cuales como público somos capaces de acomodar en nuestro imaginario y visualizarlas como algo natural. De esta manera, como menciona Tajahuerce (2004), las empresas que se dedican a la producción de contenido televisivo, se valen de estereotipos e intentan naturalizarlos por medio de emociones tales como miedos, aspiraciones, inseguridades o sueños (P.16).

Las experiencias que nos ofrece el contenido televisivo no se tratan sólo de emociones, de hecho también muestran estatus o aceptación; en este caso también se muestra que el poseer un determinado tipo de cuerpo lleva consigo emociones, estatus, valía social. Además los medios de comunicación nos proponen que lo que muestran es lo que existe, un reflejo de la realidad. Cualquiera pensaría que el fin principal de los medios de comunicación es precisamente el de comunicar o informar, sin embargo no lo es.

Se puede argumentar que como muchos otros medios de comunicación, la televisión en México ha servido para transmitir ideas de unificación y por lo tanto oculta la diversidad existente en el país.

Tena (2004) de hecho nos dice que los medios de comunicación sirven a una cultura hegemónica que por años ha tratado de ocultar las aportaciones de las mujeres a la sociedad y es en los mismos medios que se muestra sólo una parte de la realidad, que además previamente fue seleccionada por las empresas que desarrollan productos mediáticos. Las producciones televisivas como las telenovelas si bien reproducen la realidad mediante una narrativa coherente a la cultura en la que se desarrollan, no la muestran por completo, y además lo hacen de una manera distorsionada.

Ahora bien, en este capítulo analizamos de manera general la estructura del contenido de la televisión a partir de las telenovelas, sus peculiaridades y las diferencias que podemos encontrar en comparación con otros medios de comunicación actuales. También vimos la importancia de su presencia en los hogares mexicanos y la influencia que puede llegar a tener por encontrarse tan cerca de las familias y al mismo tiempo al representar situaciones que a los televidentes les parecen normales.

La normalidad que podemos encontrar en las situaciones de las telenovelas, entonces, consiste en que sus guiones encajan a la perfección con la narrativa del contexto actual de la vida mexicana. Sin embargo estas representaciones en las telenovelas suelen exagerar o distorsionar las situaciones y los personajes, ya no para representar la vida del mexicano, sino únicamente para vender. En el capítulo siguiente se expondrá la manera en que se han creado modelos femeninos justamente para no representar la diversidad en México.

Capítulo 3. La creación del modelo femenino perfecto en las telenovelas

En este apartado profundizo en cómo influye la imagen femenina que proponen las telenovelas y cómo es que la protagonista de la telenovela *La Gata* es propuesta por su televisora productora como la imagen de la belleza femenina en México. Además se hará un análisis que nos permitirá conocer especialmente a dicha telenovela y a su protagonista principal.

Es decir, la construcción de la imagen femenina mostrada en televisión es desarrollada tanto por las empresas televisivas como por su público, a continuación profundizaré en ello.

3.1 Las telenovelas como medios de reflexión y crítica

Silverstone (2010) explica a los medios de comunicación en general como proyectos “multireflexivos”, esto porque ellos aportan muchos de los recursos “para ser y vivir” (p. 41). Es decir, la televisión o más bien su programación nos ofrece puntos de partida para comprender el ambiente en el que vivimos, las relaciones que entablamos, cómo nos desarrollamos a nivel individual y colectivo.

La televisión además de ser un elemento cultural material, como se ha mencionado, que permite satisfacer algunas necesidades, mediante su contenido también comparte y expone valores y creencias que dictan o modifican la participación y las actividades de los televidentes en su vida real diaria. Para Silverstone (2010) al tratarse de un elemento que se encuentra presente en la vida cotidiana y cuya presencia no es neutral, se caracteriza también por su “capacidad para aportar recursos e instrumentos simbólicos que facilitan la comprensión del mundo real” (p. 168).

La televisión, al igual que el resto de medios de comunicación, cada vez más ha tenido que incluir contextos que se apeguen a lo global para sus producciones que van desde las coberturas informativas, hasta las representaciones o dramatizaciones.

Las imágenes que nos muestra la televisión no hablan por sí solas, siempre deben de responder a un contexto, esto porque no nos encontramos cara a cara con las personas que allí aparecen o con las circunstancias, sino que estas imágenes sustituyen lo material por algo simbólico (Silverstone; 2007) para construir o desarrollar una experiencia en los televidentes. Estas experiencias son las que nos sirven de referencias para comunicarnos en la vida cotidiana.

Al apearse a valores y creencias de contexto global, las imágenes mostradas en televisión pueden desapegarse y desvalorizar a aquellos elementos culturales locales de su lugar de origen.

3.2 Una sola forma de ser mujer

Ahora bien, las telenovelas, al igual que otra programación, nos proporcionan algunas características o herramientas que nos sirven para entablar relaciones y entender el medio que nos rodea, sin embargo no podemos dejar de lado que no nos proporciona la totalidad de la diversidad cultural que se encuentra en el país. Como ya hemos hablado con anterioridad, Martínez (2014) menciona que las telenovelas contribuyen a la fijación de estereotipos femeninos y a su estandarización mercantil (p. 159).

Silverstone (2007), nos habla de que si bien el contexto global que nos muestran los medios de comunicación nos abre o nos introduce a la diferencia, o hasta podría decirse que nos encamina a vislumbrar la vida de otras culturas, a pesar de ello nos encontramos con que éste no nos introducen a comprender esa diferencia y a afrontarla (p. 52).

En este argumento el autor no toma en cuenta la posibilidad de que los medios de comunicación niegan o simplemente no toman en cuenta las diferencias de los individuos o comunidades de su país de origen; o lo que es aún peor, clasifican estas diferencias como correctas o incorrectas.

En el libro *Rethinking the Multiculturalism* (2002) para el autor, Parkeh, el monismo se refiere a que existe una única, natural y verdadera manera de vivir para todas las personas, o al menos una forma mejor y superior ya que cualquier otra puede resultar defectuosa o inferior. Podríamos entonces deducir que el monismo es lo opuesto a la interculturalidad y la celebración de la diversidad.

El monismo explícito en el título de este apartado se refiere a la negación de la diversidad femenina y a la aceptación de que existe una sola forma de ser mujer, sin olvidar que uno de los atributos más importantes en la actualidad de la femineidad es justamente la belleza. Entonces el fundamento del monismo que anteriormente menciono se fortalece aceptando una única forma de ser bella que lleva consigo un nivel aceptación y estatus por el resto de la sociedad.

Retomando a Martínez (2014), las telenovelas nos muestran tanto a hombres como a mujeres proponiéndonos una única forma de ser mujer mediante el comportamiento y la manera estética en que se supone una mujer debería presentarse; por otro lado para el público masculino se proponen modelos de “cómo deben ser las mujeres”.

Aquí encontramos implícito el monismo estético al que me refiero. Las telenovelas niegan cualquier diversidad femenina en relación con su cuerpo y muestran constantemente un estereotipo que se supone refleja la belleza real de las mujeres como se explica más adelante.

3.2.1 Estética

Cumplir o no con cánones de belleza implica directamente poseer características intelectuales, de actitud, roles, estatus o valía social. Es por ello que el interés del tema que hoy ocupa esta investigación es precisamente otorgarle el valor necesario a este tipo de discriminación.

En este aspecto las telenovelas mexicanas toman como un patrón la imagen femenina que es o será la protagonista de dichas producciones. En la telenovela *La Gata* transmitida en el 2014, Esmeralda, la protagonista, es una mujer de mediana estatura, cabello largo y negro, piel clara y delgada.

Por otro lado, en la telenovela *Muchacha italiana viene a casarse* que se transmitió durante los primeros seis meses del 2015, la protagonista, Fiorella, cumple con las mismas características físicas: mediana estatura, cabello largo y negro, piel clara y delgada. Cabe destacar que la segunda producción de la que hablo comenzó a transmitirse justo al finalizar la transmisión de la primera, en mismo horario y por el mismo canal.

En contraparte, la televisora TV Azteca produce también sus propias telenovelas. Por ejemplo de mayo a julio del 2015 se encontraban en transmisión *Así en el barrio como en el cielo* y *Un escenario para amar*, de manera simultánea en el canal Azteca Trece.

En ambas telenovelas las protagonistas son mujeres jóvenes de cabello castaño largo, delgadas y como excepción la protagonista de la segunda telenovela mencionada, su piel no es clara a diferencia de quien protagoniza *Así en el barrio como en el cielo*, sin embargo la protagonista de esta última telenovela mencionada, es de estatura baja, lo cual se intentaba arreglar con zapatos de tacón alto para cumplir con el estereotipo de altura, como se podía ver en cada capítulo de la transmisión

Las características físicas que inciden en tres de los cuatro casos son la mediana estatura y la delgadez, sin embargo la estatura se arregla añadiendo un par de tacones para la protagonista de *Así en el barrio como en el cielo*. Es decir no existen suficientes diferencias entre las distintas protagonistas que se supone son una representación de las mujeres mexicanas, es así como las telenovelas no proporcionan ni las mínimas herramientas para comprender las diferencias entre las mujeres porque de hecho ni siquiera nos abren las puertas hacia ellas, no las muestran.

Dicho lo anterior, aunque se trate de una muestra pequeña de personajes de telenovela mexicana y también pareciera sencilla, en realidad aun así nos ayuda a comprender los estereotipos que se muestran regularmente en las telenovelas y cuales características suelen cumplir. Lo cual ya nos

indica el monismo estético del que hablé con anterioridad. La idea que poco, o de hecho no, acepta otras formas corporales.

Esto coincide con la idea de Toro (1996) en donde nos expone que la idea de “tener que” ser delgada es parte esencial de ser bella, pero esto es una idea que se comparte solamente en países occidentales u occidentalizados. (Esto sin agregar otras características físicas de las protagonistas en las telenovelas como el cabello).

La televisión entonces, al apegarse a un contexto global, al mostrar imágenes y argumentos compartidos, nos muestra una imagen delgada de la mujer como una imagen real y verdadera, la manera única de ser mujer. Los medios de comunicación entonces, incluyendo la televisión, no nos muestran en su totalidad -y pareciera que ni siquiera lo intentan- la realidad global sino sólo una parte idealizada de ella, es decir esta belleza que forma parte de una cultura globalizada, la cual se nos muestra que por una u otra razón y de varias maneras influye en nuestra cultura mexicana.

Josep Toro (1996) responsabiliza de la difusión y homogeneización de la imagen femenina delgada precisamente a los medios de comunicación, los cuales alcanzaron un mayor alcance a partir de la segunda mitad del siglo XX, ya que argumenta que con anterioridad si bien se establecían cánones de belleza y se propagaban gracias a los medios de comunicación, éstos no tenían el alcance que poseen en la actualidad sino que su público era bastante reducido y selecto por decirlo de alguna manera.

3.3 Mercancía

Las telenovelas según Orozco (2006) en décadas anteriores se distinguían por alimentarse y mostrar “lo popular, característico” de las grandes mayorías sociales de sus respectivos lugares de origen (p. 15), y de hecho como lo menciona Appiah (2009) esto ayuda a proporcionar coherencia a la historia que proponen, otorgando una narrativa como ya lo expuse líneas atrás.

Esto se vincula con el argumento de Anderson (1991) que anteriormente mencioné, quien nos habla de las comunidades imaginadas. Entendiendo las comunidades imaginadas como un punto de convergencia entre quienes pueden sintonizar un mismo programa de televisión y por lo tanto compartir las experiencias que en dicho programa suceden, aunque los televidentes no se conozcan o tengan contacto alguno entre sí.

Como mantuve en base al argumento de Anderson, las telenovelas entonces se convierten en el espacio y tiempo, y todo lo que ello conlleva como personas, lugares, contextos y situaciones, que varios mexicanos a la vez comparten sin estar reunidos físicamente, creando así un elemento de identidad reciproca que, en palabras del autor, va más allá del nacionalismo.

Sin embargo, según Orozco, las telenovelas en la actualidad han llegado a un punto en el que buscan más bien ser vendidas y no precisamente representar el medio y la sociedad en que se transmiten, se ha perdido este objetivo de representación, unidad y reconocimiento. Si bien sabemos que las telenovelas en épocas anteriores no representaban la imagen femenina mexicana pero sí sus situaciones, a pesar de las décadas hoy no han avanzado en ese aspecto, la protagonista delgada, de piel clara y de cabello oscuro en la actualidad no es el reflejo total de las mujeres mexicanas.

De hecho Orozco Gómez aborda una evolución de las telenovelas en México en base al argumento de Barbero (1980), en el cual nos habla del proceso de este tipo de melodramas y prevé la mercantilización de las mismas. De esta forma Orozco nos habla de las “nuevas” telenovelas es decir un nuevo concepto y argumento de esta programación cuyos productores buscan más allá a que la audiencia sólo sintonice su programa por encontrarse o sentirse identificada (p.17).

Esta “nueva” telenovela se desarrolla en conjunto con proyectos de *marketing* lo cual se aborda con mayor detalle en el capítulo siguiente. Este tipo de estrategias busca introducir nuevos productos y no se interesa tanto en la calidad del desarrollo de la telenovela. En este caso el autor destaca que los actores que dan vida a los protagonistas no suelen ser los mejores porque en realidad basan su protagonismo en su físico. Orozco menciona que se trata de cuerpos

“apetecibles” a la vista del público, lo cual los convierte en productos de consumo. Sin embargo, cabe aclarar que la organización de “cuerpos apetecibles” se desarrolla bajo un escenario desigual sexualmente hablando (p.17).

Es decir, al tener como objetivo vender otros productos mediante las telenovelas y no el de únicamente representar a la sociedad mexicana, el cuerpo e imagen de la protagonista cobra aún más importancia sobre el propio papel desempeñado. Es entonces cuando la producción de la telenovela, produce una imagen femenina discriminatoria que en palabras de Wieiorka (1998) es un racismo velado (p. 106).

El mismo autor nos dice que si bien el racismo es visible en las imágenes que mostraban los medios de comunicación y sus discursos eran burdos y por demás explícitos, al exponer o mencionar a grupos o sectores de la población “racializándolos”, es decir atribuyéndoles características negativas; sin embargo el racismo en la televisión como en el resto de los medios de comunicación no se reduce a lo anterior.

El racismo también existe cuando hay negación, cuando sectores de la población no aparecen en el contenido de los medios de comunicación, como si no existieran. En las telenovelas aparecen mujeres como personajes principales, como las personas en torno a quienes gira la historia principal así como la historia y existencia de cada uno de los demás personajes; sin embargo dichas mujeres parecieran sólo obedecer a un tipo de cuerpo, negando los demás.

Ya que además si se tratará de representar a la sociedad mexicana actual, la historia, personajes y argumento necesariamente tendrían que cambiar y no presentar los mismos que hace cuarenta años, no sólo cambiar los nombres de los personajes.

Las protagonistas entonces responden a tendencias de moda tanto en su forma de vestir, como en su vocabulario o en los lugares que frecuentan dentro del programa. Su cuerpo e imagen física también es parte de estas modas. Por ejemplo Cisneros, Olave y Rojas (2009) nos dicen que las telenovelas cuentan con la capacidad de modificar conductas e influir de manera importante en la forma de vestir (p. 8). Las telenovelas repiten lo que genera un gran número de televidentes fieles, estereotipando personajes o historias.

Mediante el mensaje de las telenovelas, al proponer una manera de femineidad con base al cuerpo se crea un argumento, que aceptado por la sociedad, presiona a las mujeres a poseer un cuerpo similar al propuesto, sin embargo es un argumento que choca o se contradice al encontrar en la realidad diferencias en los cuerpos de las mujeres, diferencias biológicas, las cuales son difíciles de suprimir.

Nos encontramos entonces con que los atributos biológicos en numerosas ocasiones son completamente contradictorios a los atributos que proporcionan los medios de comunicación como correctos, como si existiera una forma de cuerpo correcta. De hecho, Gila y Guil (1999) mantienen que estas características estereotipadas mostradas en los medios de comunicación son atributos naturales y se crea la idea de que las mujeres deben ser.

En psicología se habla de que cada persona presenta, en ocasiones, placer cuando mira, pero también existe cuando somos mirados; la televisión, al igual que otros medios audiovisuales, ofrece satisfacer el deseo que provoca el placer de mirar, nos ofrece lo que para Mulvey (2002) es “un mirar placentero” (p. 367). Como ya había argumentado en base a Silverstone con anterioridad acerca de que poseemos una necesidad de placer visual y que buscamos satisfacerlo.

Sin embargo, Mulvey (2002) también nos dice que vivimos en un mundo en donde predomina la desigualdad sexual y entonces en esta búsqueda de placer visual se encuentra presente una mirada dominante que determina lo placentero. La autora nos habla de que la figura femenina es organizada de acuerdo con la mirada masculina para causar un fuerte impacto visual que permita ganar o mantener audiencia (p. 370).

En palabras de Berger (2000), las mujeres además son educadas de tal manera que aprenden a verse a sí mismas a través de los ojos del otro, es decir, del hombre y por lo tanto se encuentran constantemente examinándose, imaginándose a sí mismas. Esto fija que la imagen que la mujer sea capaz de dar a los demás sea crucial para determinar el trato que los demás le darán a ella.

Lo anterior nos dice que la presencia del hombre siempre se vale de lo que puede hacer a nivel físico, moral, social o económico; a diferencia de la presencia de la mujer, la cual siempre tiene como elemento más importante su cuerpo, el cual efectivamente le otorga valía social. Se

establece una única forma aceptable de ser mujer, una imagen corpórea que satisfaga a los demás y a la mujer misma. Esta imagen va de la mano con su personalidad, su éxito y su valía social.

El monismo estético del que hablamos responde a un contexto en donde la discriminación por género está muy presente como es el caso de nuestro país. Este monismo es adoptado por los productores de telenovelas e introducido en la estructura de éstas, por lo tanto las telenovelas no muestran lo característico de la población femenina en México.

Al querer vender la imagen femenina como un producto, el cual se construye social y mercantilmente, las mujeres se encuentran en un continuo descontento como mencionaría Suárez (2006) al encontrar en la realidad poco o nulo parecido con la imagen que producen las televisoras como lo natural y con poder o valor. Éste mismo autor menciona que gracias a las imágenes que podemos observar en la televisión somos capaces de otorgar un valor o precio social en base a lo que podemos ofrecer o exhibir pero también se trata de un valor que se cimienta a través de la construcción social del género (p. 31-36).

El canon de belleza femenina determina la valía de la propia mujer por encima de sus cualidades profesionales. Es decir, se supone entonces que junto al desarrollo profesional, la mujer debe incluir una presencia física que, además de proporcionar comodidad para los demás, respalde su conocimiento o habilidades, ya que de otra manera estas últimas pierden valor.

3.4 Sobrepeso: la enfermedad de la belleza

Para Toro (1996), los medios de comunicación han creado un argumento visual que ha saltado de las pantallas y carteles a la ropa y la alimentación entre otros. Esta moda que se impone mediante los medios de comunicación influyendo en la sociedad, contribuye a que la delgadez lejos de ser parte de bienestar o salud física en la actualidad tiene un estrecho vínculo con la valía social y prestigio.

Esta moda corporal no sólo afecta a la sociedad de manera visual, sino que ha llegado a afectar las tallas de ropa. En otras palabras el argumento de belleza femenina presentado en la televisión no se limita a los medios de comunicación, sino que en la vida real encontramos límites para el propio cuerpo femenino: la ropa.

Dentro de *El mito de la belleza*, Wolf (1992) menciona que estas exigencias que responden al ideal del cuerpo perfecto son violentas no sólo como ideología sino también de una forma más tangible. Por ejemplo ella nos habla de dietas y de cirugías cuyo único propósito es el de alcanzar la belleza impuesta. Entonces, nos dice que de esta manera se está violentando el cuerpo o al menos se está induciendo a hacerlo.

3.4.1 Negación de la diversidad: enfermedades sociales

Toro (1996) menciona en su texto *El cuerpo como delito* que la moda de la delgadez como sinónimo de belleza se ha venido sustentando y respaldando por teorías médicas en donde la delgadez implica forzosamente salud (p. 55). El mismo autor mantiene que es erróneo pensar esto y que además este argumento científico ha llegado a sólo ocultar el deseo por ser delgada, lo cual no precisamente está ligado a la salud en la práctica. Además se ha comprobado que si bien el cuerpo es precisamente con lo que nos hacemos presentes y su importancia social es innegable, la verdad es que aquí y ahora el volumen corporal es la característica que define la atracción física y la valía social (p. 172).

Josep Toro mantiene que un cuerpo delgado no es sinónimo de salud, de hecho argumenta que se ha comprobado que los individuos con cierto nivel de sobrepeso, sin llegar a padecer obesidad, suelen poseer mayor salud física que aquellos con un cuerpo delgado. Un artículo publicado más recientemente, en el año 2014 nos habla sobre el vínculo que existe entre el sobrepeso y la longevidad. Bunch (2014) asegura que las personas con infrapeso tienen una tasa de mortalidad mucho más alta que aquellas que tienen sobrepeso ya que tienen mayor reservas de energía para

recuperar la salud frente a una enfermedad, aclaro de nuevo, no significa que entre más grasa, más salud se posea, la obesidad mórbida no es saludable.

Bunch en su artículo invita a los lectores a realizar actividad física para mejorar su calidad de vida, lo cual no necesariamente significa ser delgado. Por otro lado, en su texto, Toro reflexiona acerca del vínculo que entablan las mujeres entre la delgadez y la salud; sus conclusiones mantienen que en realidad esta relación es muy frágil y de hecho en ocasiones ni siquiera existe.

Toro ejemplifica esta problemática mencionando los concursos de belleza femenina transmitidos por televisión y la atención que reciben en la sociedad. El autor mantiene que estos concursos contribuyen a hacer del cuerpo femenino un “objeto de contemplación, valoración y comparación” (p. 94).

Bajo esta premisa, los concursos de belleza, efectivamente, evalúan la belleza, no la salud o el conocimiento que posean o el ejercicio físico que las concursantes hagan; lo que además se refleja directamente en la vida real. En nuestra sociedad se está permitido que las mujeres compitan por tener un cuerpo más aceptable que las demás sin otorgar la debida importancia a la salud.

Menciona también cómo ya en la década de los noventa se presentaba una especie de moda médica en la que la cura para todos los males era precisamente la delgadez, o más bien que la raíz de toda enfermedad era el sobrepeso, argumento que, quizás sin querer, respalda erróneamente un ideal de belleza mostrado en la televisión.

Maldonado (2012) nos dice que lo anterior, como argumento médico se ha criticado ya que se mantiene que si bien se trata de un argumento científico, está mezclando un argumento moral y por lo tanto respaldando estigmatizaciones y estereotipos (p. 329). No quiero decir que la delgadez sea un padecimiento de salud, o una complexión inadecuada, débil o enferma, sino que en base a Josep Toro el argumento no debería “ser delgado para ser saludable” sino que un argumento de

salud debería tratar problemas o costumbres más profundas como la alimentación y la actividad física.

El autor, Toro, defiende su argumento diciendo que las personas que tienen una complexión con sobrepeso moderado, - no delgada ni con obesidad- ingieren una gran variedad de alimentos, comiendo entonces los nutrientes necesarios para poseer una mejor salud. Las personas con este tipo de complexión son menos propensas a padecer cáncer y suelen vivir más tiempo que los demás. Coincidiendo con el argumento de este autor, Maldonado (2012) nos habla de diversos estudios en donde se ha comprobado que el sobrepeso se liga a una mayor esperanza de vida.

El objetivo principal del libro de Toro es informar y hacer una reflexión acerca de los desórdenes alimentarios en las mujeres: la bulimia y la anorexia como resultado de una presión social que se ha vuelto una obsesión: la delgadez. En palabras de Toro (1996) y de Bustos (2011), la anorexia y la bulimia han llegado a concebirse como enfermedades sociales de lo cual hablaré más adelante.

Y bueno, no hace falta decir que al padecer estos desórdenes no se está haciendo nada por ser saludable, al contrario, se está atentando en contra de la propia salud de quien los padece. Las mujeres quienes desarrollan anorexia y bulimia no son más que una pequeña parte de la población femenina que, si bien no padece este tipo de trastornos, sufre y lucha constantemente por mantenerse delgada, al margen de lo aceptable.

La anorexia y la bulimia se presentan mayoritariamente en la población femenina occidental o con origen en países occidentalizados, por ello se habla de enfermedades sociales ya que en otros países o culturas estos padecimientos prácticamente no existen como método de adelgazamiento.

3.2.4 El estereotipo de delgadez y el estereotipo de sobrepeso

En la actualidad la imagen corporal ha cobrado la suficiente importancia como para tratarse de una de las características principales de la personalidad de cada individuo, según Maldonado (2012). Siendo el sobrepeso, esencialmente en las mujeres, uno de los factores físicos por el que se es rechazado socialmente (p.324), se ha generado un estigma de inutilidad, enfermedad y de poseer las particularidades contrarias a la belleza, esto porque a diferencia de la delgadez, el exceso de peso no encaja en el estereotipo de cómo se debe ser para ser aceptada.

Un estereotipo organiza la información para que en ésta se muestren de manera repetitiva imágenes que pertenecen o representan a un grupo social determinado, estas imágenes pueden llevar consigo una carga positiva que entonces califica como negativa cualquier imagen o representación que no encaje con el estereotipo.

Para Holtzman (1949), la principal característica de los estereotipos es la simplicidad en la que se presentan ante el público, esto mediante los medios de comunicación (p.72). Es decir, entre más compleja sea la forma en que se presenta un personaje, menor posibilidad tendrá de ser reproducido y categorizado; por otro lado, un personaje sencillo será fácil de recordar, de reproducir y de encasillar en alguna categoría.

Entonces, las simples o sencillas características de los personajes en las telenovelas son reproducciones que toman como referencia elementos de lo que ya conocemos en la vida real; de esta manera al identificar características similares a las que se muestran en las telenovelas fuera de éstas, dichos rasgos se ubican dentro de categorías –que en muchas ocasiones son propuestas por las mismas producciones- las cuales estigmatizan y califican.

Los estereotipos que nos proporcionan los medios de comunicación por medio de mensajes, en este caso específicamente las telenovelas, llegan a constituir, en palabras de Bustos (2011) un

acoso moral para aquellas mujeres que no cumplen con las características para considerarse bellas ya que se trata de mensajes que si bien no dejan heridas visibles, sí se trata de una de las tantas variaciones de la violencia: violencia psicológica (p. 67).

Vale la pena mencionar que el cuerpo es una de las características más importantes o la más importante para la definición de la personalidad de cada individuo, no sólo en nuestro país influenciado por occidente. Bustos (2011) nos dice que el cuerpo de la mujer, como he mencionado con anterioridad, en diversas culturas y épocas tiene o ha tenido una gran importancia simbólica a diferencia del cuerpo masculino (p. 74). Sin embargo la lucha por la delgadez para alcanzar la belleza femenina sí es una característica de nuestra cultura en la actualidad.

El sobrepeso, entonces, según Toro (196) se ha entendido como una situación anormal, poco estética y enferma desde finales de la década de los setenta desde el punto de vista médico (p. 170), magnificando los padecimientos que pueden traer consigo e incluso erradamente atribuyéndole otros más. Sin embargo, poco se habla del infrapeso y sus efectos que en ocasiones son más graves que los del sobrepeso.

Además de que al categorizar, negar y discriminar los distintos tipos de cuerpos femeninos se presenta otra de las muchas caras de la violencia de género. A partir del punto de vista de Toro, en donde expone su idea acerca de que el sobrepeso se mantiene como una enfermedad y la delgadez como la salud, podemos llamar a este hecho como discriminación. Ya que se está evidenciando la opresión de algunas mujeres justificándose en las características físicas, como lo es el sobrepeso.

En efecto, en este aspecto la discriminación de cuerpos femeninos, admitiendo un monismo estético en donde la delgadez es parte esencial y única de la belleza femenina, tiene mucho que ver con el argumento del racismo clásico, en donde convergen las ideas de diferencias inscritas en

características físicas con características culturales en donde además dicho argumento se ha respaldado con la opinión científica que aprueba la delgadez como sinónimo de salud.

3.5 Discriminación como violencia

Para Olivé (2006) los avances tecnológicos en las telecomunicaciones han permitido la producción de "niveles de exclusión discriminación sin precedente" y no sólo eso, sino que han abierto las puertas a nuevas formas de discriminación y exclusión. (p 82).

Ruiz (2002) nos menciona que es propio de la cultura occidental que los medios de comunicación constantemente publiquen y exhiban mensajes acerca de lo que representa un cuerpo femenino delgado: éxito, destreza, atracción física, felicidad, popularidad son algunas características que se le atribuyen y que a diario vemos en televisión, lo cual somos capaces de vincular con nuestra vida diaria como expliqué con anterioridad.

Es así como de manera sencilla aceptamos aquellos mensajes como normales y comenzamos con lo que Ruiz define como "fobia a la grasa", cuando aceptamos que no ser delgado significa ser precisamente todo lo contrario a lo que la delgadez lleva implícito consigo. De hecho, este autor afirma que los cánones estéticos y su consecuente presión social apuntan a una dirección totalmente opuesta a la biología, a las condiciones genéticas de cada persona, y es esta última idea la que justifica el presente trabajo.

Young (2000) se basa en un estudio realizado dentro de una universidad para afirmar que las mujeres que ven a otras mujeres con "cuerpos perfectos" casi automáticamente tienden a bajar su autoestima y ser más tímidas, a estar en inconformidad con su cuerpo. La misma autora nos invita entonces a hacer una reflexión acerca de todas las imágenes que vemos a diario en todos los

medios de comunicación y la forma en que éstos nos influyen hasta llegar a dañar, sin olvidar claro los efectos de edición a los que la mayor parte de las imágenes son sometidas.

La televisión como parte de los medios de comunicación busca efectivamente llamar la atención de un público no sólo para venderse como tal, no sólo para ser consumido como una industria cultural, sino también en la actualidad busca llegar al mercado mediante otro tipo de productos materiales.

Pareciera que la producción de telenovelas como el famoso melodrama colombiano *Yo soy Betty la fea* (1999), que nos presenta como protagonista a una mujer con características físicas totalmente desapegadas a las establecidas por los cánones de belleza, nos muestran una contraparte del argumento en donde las protagonistas de las telenovelas deben cumplir con ciertas características estéticas.

Sin embargo cabe mencionar que está por demás implícito que la protagonista lleve como sobrenombre “La fea” por no cumplir con características como la delgadez, sonrisa perfecta y cabello increíble. No está demás hacer la mención de que la protagonista, al final de la telenovela se convierte en una mujer guapa, es decir, que cumple con las características de una mujer bella.

3.5.1 Derecho a la no discriminación

Como ya he mencionado en el apartado anterior, la negación de ciertos sectores de la población en los medios de comunicación, en este caso de las telenovelas no es un hecho pasivo, sino que se trata más bien de hechos, actitudes o situaciones discriminatorias y por lo tanto violentas.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 establece la prohibición de la discriminación, desde entonces, ha servido como base para la elaboración de distintos instrumentos jurídicos de protección en los Estados parte. (De la Torre, 2006)

Un ejemplo de ello es la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación, promulgada durante el sexenio presidencial de Vicente Fox en nuestro país. En ella se establece que su objetivo principal es el de prevenir y erradicar las formas de discriminación que se ejerzan en cualquier ciudadano mexicano, promoviendo así la igualdad de trato. (Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación. Reforma DOF 20/03/2014)

Mencionemos entonces la definición de discriminación con la que se basará el presente trabajo, la cual es la mencionada en la Ley Federal para la Prevención y Erradicación de la discriminación, promulgada en 2003 en nuestro país:

“(...) se entenderá por discriminación toda distinción, exclusión, restricción o preferencia que, por acción u omisión, con intención o sin ella, no sea objetiva, racional ni proporcional y tenga por objeto o resultado obstaculizar, restringir, impedir, menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos y libertades, cuando se base en uno o más de los siguientes motivos: el origen étnico o nacional, el color piel, la cultura, el sexo, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, económica, de salud o jurídica, la religión, la apariencia física, las características genética, la situación o filiación política, el estado civil, la situación familiar, las responsabilidades familiares, el idioma, los antecedentes penal o cualquier otro motivo.” (Ley federal para Prevenir y eliminar la discriminación, Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Última Reforma DOF 20/03/2014)

Es decir, como mantiene Olivé, los continuos avances tecnológicos han permitido nuevas formas de discriminación; por ejemplo, el objeto que es la razón hoy del presente trabajo; la discriminación por apariencia física. Hay que mencionar que la discriminación no siempre es explícita y no por eso deja de violentar los derechos humanos de los individuos. Esta forma silenciosa en que se presenta la discriminación se presenta, entre otros medios, en la televisión y su alcance o penetración es considerable en la actualidad.

Sin embargo, no podemos dejar de lado que de hecho existe una ley que condena dichos actos de discriminación en México desde hace ya una década, como ya he mencionado en párrafos

anteriores. Es importante entonces mencionar que aun así existen actos de discriminación a la vista de todos, en la televisión, por ejemplo.

Para finalizar este capítulo, creo que es prudente retomar que la imagen corporal es un elemento importante para la construcción de identidades, en este caso la identidad femenina. Sin embargo, como ya sabemos, las sociedades no son estáticas y sus expresiones culturales no lo son tampoco, una de estas expresiones es precisamente la discriminación o violencia hacia ciertos sectores de la población.

La propagación de las telenovelas hoy en día se ha convertido en el vehículo perfecto para difundir nuevos tipos de discriminación. Lo anterior gracias a la producción de estereotipos y a la negación de la diversidad femenina.

Capítulo 4. Estudio de caso: San Francisco del Rincón,

Guanajuato

En este capítulo, abordaré la situación social actual del municipio de San Francisco, así como su ubicación, territorio y principales actividades económicas, como información complementaria para comprender la situación de la población femenina de dicho municipio a la cual se le aplicará el estudio de caso.

Así mismo se expondrán los análisis de la telenovela “La Gata”, su historia y personaje femenino principal, para posteriormente poder proseguir con los análisis de las entrevistas grupales e individuales que elaboré durante los años 2014 y 2015 a mujeres de origen francorrinconés, y de esta manera conocer la influencia que el contenido televisivo tiene sobre la conformación de identidades.

4.1 Características de San Francisco del Rincón

Ya hemos visto que la televisión muestra estereotipos racistas, cánones de belleza monistas o niega la diversidad creando así estigmas sociales, violencia y discriminación en la sociedad. Me permitiré mencionar una referencia anecdótica que como habitante de San Francisco del Rincón, es común escuchar insultos de mujeres hacia mujeres, de hombres hacia mujeres referentes al sobrepeso. Me he encontrado en situaciones donde se menciona que las mujeres con sobrepeso no son bonitas o guapas; que las mujeres de mayor edad pueden tener un cuerpo grueso, pero las jóvenes no.

Para conocer la situación social de la población femenina de donde se sacó la muestra para llevar a cabo este trabajo, a continuación se expondrán las características principales de la ciudad en

donde se tomó la muestra de población femenina para desarrollar la investigación. Se describirán las condiciones sociales, históricas y culturales en que viven las mujeres habitantes de San Francisco del Rincón.

4.1.2 Municipio San Francisco del Rincón

San Francisco del Rincón se fundó como “pueblo de indios” legalmente el día 20 de enero de 1607 por once indios de origen otomí y no fue hasta 1615 que se le otorgó el nombre que lleva hoy en día. En su fundación, se le otorgó la facultad de elegir a sus propias autoridades para los asuntos internos, sin embargo administrativa y tributariamente dependían inicialmente a la Alcaldía Mayor de la Villa de Santa María de los Lagos y a partir de 1629 al de la Villa de San Sebastián de León (hoy municipio de León) situación que prevaleció hasta el año de 1891. Durante el largo periodo colonial, la historia de San Francisco se reduce a la defensa y acrecentamiento de sus tierras y aguas. (Archivo Histórico; 2015)

4.1.3 Ubicación y entorno social

San Francisco del Rincón, según el INEGI (2009), ocupa el 1.4% de la superficie total del estado de Guanajuato comprendiendo 422 kilómetros cuadrados. Se encuentra entre los paralelos 21° 04' y 20° 47' de latitud norte; los meridianos 101° 40' y 101° 55' de longitud oeste; su altitud entre 1,700 y 2,200 m. En el norte colinda con los municipios de Purísima del Rincón y León; al oeste con León y Romita; al sur con Romita y Manuel Doblado y al oeste con Manuel Doblado y Purísima del Rincón.

Forma parte de la subprovincia del Bajío Guanajuatense y desde el año 2008 integra también la Zona Metropolitana de León junto con los municipios de León, Purísima del Rincón y Silao (IPLANEG, 2015).

La zona urbana se encuentra en crecimiento. En la actualidad ocupa el 3.7% del territorio total del municipio; el crecimiento urbano se desarrolla principalmente en terrenos que anteriormente se ocupaban para la agricultura; su clima predominante es semi-cálido, con lluvias en verano (INEGI, 2010).

San Francisco del Rincón se ha distinguido por su crecimiento en las últimas décadas gracias a los movimientos de migración interna que se ha dado en nuestro país y que ha beneficiado al desarrollo de la región del Bajío y más recientemente al de la Zona Metropolitana de León. Si bien en el más reciente censo elaborado por el INEGI (2010) nos dice que el municipio contaba con 113,570 habitantes, para el 2000 se contabilizaron 100,239 habitantes y para la última década de los 90 habitaban el municipio 83,601 personas.

San Francisco del Rincón cuenta con cuatro bibliotecas públicas en todo el municipio (INEGI, 2010), de las cuales una se encuentra en la zona urbana en donde también se encuentra el Archivo Histórico Municipal y el Museo de la ciudad. Cuenta con 219 escuelas de educación básica, incluyendo preescolar, primaria y secundaria; además existen 16 escuelas más donde se imparte educación media superior. Debe ser por ello que la tasa de alfabetización del municipio es de 98.5% de la población total de 15 a 24 años de edad.

En el sitio web del INEGI no existe el dato de la existencia de instituciones de educación superior y de hecho no existen instituciones del sector público que impartan este nivel de educación pero si 4 instituciones del sector privado registradas ante la Secretaría de Educación Pública (SEP, 2012).

4.1.4 Población y características socio-culturales

Para el censo del año 2010 el municipio contaba con 113, 570 habitantes en total, de las cuales 58,544 son mujeres y el resto, 55,026, son hombres. De ese número en total, el 27.90% se trata de mujeres de 15 a 29 años. Si bien el municipio se compone por 86 localidades, la más importante es San Francisco del Rincón en donde habita el 62.5% de la población total.

La población económicamente activa (mayor de 12 años) ocupa el 57.4% de la población total, y el 42.2% de la población no tiene actividad económica. Sin embargo el 56.9% de quienes no reciben remuneración económica, se dedica a quehaceres del hogar y 38.9% se encuentran estudiando; el resto se divide en personas que se brindan otras actividades no económicas, a personas que se encuentran en alguna circunstancia que les impide laborar y también se incluye a los jubilados y pensionados.

De esta manera 20,170 habitantes de la población total económicamente activa se dedican justamente a la industria y 13,846 habitantes, son comerciantes o trabajan prestando diversos servicios.

El 38% de la población económicamente activa son mujeres, las cuales, según la Secretaría de Desarrollo Social y Humano (2012) principalmente se dedican a las industrias que caracterizan al municipio, es decir al tenis y al sombrero y también al comercio. El municipio se distingue por ser una ciudad dedicada a la industria del calzado deportivo y en segundo lugar la fabricación del sombrero de palma, de lona y de charro. Verdín y Zamora (1999) nos dicen que el sombrero es además un producto representativo del municipio ya que el inicio de su producción data de 200 años después de la fundación de San Francisco y persiste hasta el día de hoy como una de las actividades económicas más importantes del mismo (p. 4).

Los datos sobre las tendencias religiosas nos sirven para conocer más acerca de las características culturales de la población. La religión predominante en el municipio guanajuatense es la católica ya que el 94.5% de la población pertenece a esta iglesia; las siguientes religiones más frecuentes son los pentecostales, evangélicas y cristianas, ocupando un 2.5% de la población.

La festividad más importante y con mayor duración son Las Iluminaciones, de origen católico también que se llevan a cabo de manera diaria desde el mes de octubre hasta el día ocho de diciembre de cada año. Festejan la peregrinación de la imagen de la Virgen de la Concepción por cada una de las calles y colonias del municipio, llevando con ella una misa, cenas ofrecidas voluntariamente en cada casa, juegos mecánicos, fuegos artificiales y numerosos adornos en las fachadas de las casas que indican la visita de la Virgen en la colonia e invitan al mismo tiempo a pasar a cenar.

4.2 La imagen femenina en la telenovela *La Gata*

Primeramente iniciaré este apartado con el análisis de la telenovela *La Gata*, lo cual nos permitirá acceder a un panorama más amplio del objeto de este estudio de caso. Para lograr dicho análisis se mantuvo un seguimiento a la transmisión de la telenovela durante el año 2014, la cual se transmitía de lunes a viernes de cuatro a cinco de la tarde en el canal dos.

Posteriormente, para ahondar en características y personajes específicos se hizo uso de medios digitales para acceder a los capítulos de dicha telenovela, ya que ésta sólo se ha transmitido una sola vez en televisión abierta.

A continuación se proseguirá con la recopilación de los resultados obtenidos a detalle de las entrevistas grupales e individuales realizadas en San Francisco del Rincón acerca de sus opiniones sobre el concepto de belleza femenina; se indagará sobre la aceptación de las propuestas de belleza femenina expuestas en televisión por las mujeres y si es posible que exista influencia de ello sobre las entrevistadas y éstas adopten dichas propuestas como lo real y además como un modelo a seguir.

4.2.1 La Gata: una historia

La gata es una producción del canal 2 de la cadena de Televisa en México; estuvo transmitiéndose del 5 de mayo del 2014 al 19 de octubre del mismo año. Como protagonistas se encontraban la popular actriz y cantante Maite Perroni y el actor Daniel Arenas; producida por Natalie Nartille, la historia en general se desarrolla en la ciudad de México.

Tras observar la transmisión se puede resumir en que la historia básicamente retrata la vida de una mujer, Esmeralda, que de niña fue separada de sus padres biológicos y quién siempre ha vivido en un basurero con una mujer que poco se preocupa por su bienestar, por lo tanto para subsistir se ha dedicado únicamente a mendigar por las calles.

Esmeralda, durante su adolescencia conoce a un joven cuya familia pertenece a otra clase social muy distinta a la de ella, sin ningún tipo de carencias, llena de lujos y desde entonces ambos se enamoran, aun con todas las diferencias que existen entre los dos. La telenovela se desarrolla principalmente durante la vida adulta de los dos protagonistas. El objetivo de ellos es casarse y así poder vivir juntos, pero existe una serie de personas que lo obstaculizarán generando diversas situaciones.

Esta novela *La Gata*, es decir, su nombre e historia originalmente se produjeron en 1970 y en 2014 se volvió a producir, lo que comúnmente se conoce como *remake*, bajo el mismo nombre y el mismo argumento. Esta exitosa historia, que no sólo sirvió para hacer la nueva adaptación sino que ha servido como base para un sinnúmero de telenovelas en toda América Latina, fue escrita por Inés Rodena.

Entonces me atrevo a decir que esta historia es un claro ejemplo de lo que Solsona y Ortega (2000) y además también Martínez (2014) mencionan acerca de la situación de México, como el principal exportador a nivel mundial de telenovelas, sin embargo no se puede decir lo mismo de las ideas o argumentos de éstas ya que *La Gata* se trata de una adaptación de una telenovela venezolana de finales de los sesenta.

4.2.2 La mujer, protagonista

Se elaboró el análisis de la telenovela *La Gata*, lo cual nos permitirá acceder a un panorama más amplio del objeto de estudio de este trabajo. Para lograr dicho análisis se mantuvo un seguimiento a la transmisión de la telenovela durante el año 2014, la cual se transmitía de lunes a viernes de cuatro a cinco de la tarde en el canal dos.

Posteriormente para ahondar en características y personajes específicos se hizo uso de medios digitales para acceder a los capítulos de dicha telenovela, ya que ésta sólo se ha transmitido una sola vez en televisión abierta.

Como ya mencioné se realizó un análisis de *La Gata* en el 2014 y repetido durante el 2015, observando su emisión de manera constante en el canal 2 o autodenominado Canal de las Estrellas.

La duración de cada capítulo era de una hora aproximadamente contando los anuncios comerciales que se presentaban durante la emisión.

El análisis consistía en observar los personajes femeninos principales, los roles y papeles que desarrollaban, el físico de cada una de ellas, así como la edad que aparentaban, lo cual se vinculaba directamente con los roles que desempeñaban dentro de la historia.

Las mujeres que aparentaban menor edad eran sólo cuatro, incluyendo a la protagonista, quienes manifestaban una edad de 19 a 30 años, de doce mujeres que aparecieron en la historia, ya que el resto aparentaba más de 30 años. Todos los personajes femeninos poseían cabello largo, muy por debajo de sus hombros, el color de éste variaba según el personaje. De la misma forma e independientemente de su edad y ocupación todas las mujeres de la telenovela eran delgadas, y todas tenían una pareja sentimental, la cual se trataba de un hombre en todos los casos.

Como ya se ha dicho, Esmeralda es una mujer de origen “desconocido” y acogida en un basurero de la ciudad de México por una mujer que la obliga a mendigar. Sin embargo, Esmeralda siempre destaca por su belleza física, incluyendo su cuerpo esbelto y es por ello que llama la atención de Pablo, a quién posteriormente conoce, un muchacho de la misma edad pero con una vida completamente distinta a la de ella y de quien se enamora.

De esta manera llevan una relación de amistad a escondidas de la familia de Pablo hasta su adultez, en donde Esmeralda comienza a mezclarse con personas fuera del basurero y es aún más reconocida por su belleza y su carácter. A partir de aquí, el padre biológico de Esmeralda la encuentra y sin confesarle su parentesco le ofrece educación y vivir en una lujosa residencia junto con él, sin ningún tipo de pago o condición, aceptando también que junto a ellos viva una amiga de Esmeralda a quien conoció en el basurero, de igual forma, sin ningún tipo de pago o condición.

De su relación con Pablo, Esmeralda se convierte en madre de trillizos pero se separa de su pareja por diversos malentendidos que ocasionaron terceras personas. Ella sigue viviendo con el hombre que le ofreció en donde vivir, después ella pronto contrae una enfermedad que la deja ciega temporalmente, sin embargo aún con su discapacidad ella sigue siendo reconocida por su belleza y su carácter. Finalmente y tras otras circunstancias que dificultaban su unión, Esmeralda y Pablo llegan a casarse.

Como lo mencioné con anterioridad, Esmeralda es el personaje a quien da vida Maite Perroni, quien no sólo se desarrolla como actriz sino también como cantante de la misma productora, Televisa. De hecho el tema principal de *La Gata* es interpretado por ella misma. Su carrera en el medio artístico surgió a partir de que formó parte del elenco de un proyecto que consistía en una telenovela y un grupo de música pop en el 2004.

La antes mencionada actriz no es de hecho la única protagonista que trabaja en las producciones de Televisa pero en los últimos años se incrementó su popularidad. Ha participado en 5 telenovelas del 2007 al 2014 como protagonista principal, incluyendo *La Gata*. Durante el 2013 produjo su primer álbum como solista y durante ese mismo año y el siguiente elaboró otro más.

Durante el último año antes de la producción de *La Gata* se dedicó a la grabación de su primera producción musical y posteriormente antes y durante la grabación de esta novela grabó otro álbum.

Con lo anterior quiero destacar que en este caso, la telenovela no se ha limitado a contar una historia, reflejo cultural de la vida mexicana, sino que ha ido más allá, al producir y desarrollar, así como también hacer publicidad de una cantante, lo cual se vincula con el tema de *marketing*, mencionado en el capítulo anterior. Esto marca una diferencia con otras actrices de la empresa Televisa, quienes sólo se dedican a la grabación de telenovelas u otro tipo de programación en serie.

Así pues, Perroni durante el año 2013 y 2014 no sólo participa en producciones televisivas, sino que también aparece constantemente en canales de radio y promocionándose como cantante. A partir del año 2013 también fue la imagen publicitaria de una reconocida marca de toallas higiénicas; durante el año 2015, protagoniza nuevamente una telenovela de la misma empresa (Televisa, 2015).

De esta manera, Perroni se convierte en una especie de “marca paraguas”, una marca o en este caso una imagen que abarca distintos ámbitos, los cuales justamente buscan ser consumidos o vendidos, entonces más que un talento, Perroni se convierte en una imagen para vender, un cuerpo apetecible.

4.2.3 La elección

La elección de esta telenovela y consecuentemente de su protagonista consistió inicialmente en que se trató de un programa que se transmitía en horario estelar en el canal con más producciones en el país, además de tener el mayor número de televidentes y se trata de un canal de acceso público.

Por otro lado el cuestionario exploratorio, permitió definir los objetivos de mi trabajo y posteriores cuestionarios para éste; arrojó que las mujeres en San Francisco del Rincón ven más programación de origen nacional, que programas con manufactura extranjera, en donde se muestran mujeres mexicanas, con las cuales no se sienten representadas y que además dichas mujeres entrevistadas expresaron considerar a Maite Perroni como una mujer muy guapa por encima de otras actrices mexicanas o extranjeras.

A continuación se proseguirá con la recopilación de los resultados obtenidos a detalle de las entrevistas grupales e individuales realizadas en San Francisco del Rincón acerca de sus opiniones sobre el concepto de belleza femenina; se indagará sobre la aceptación de las propuestas de belleza femenina expuestas en televisión por las mujeres, y si es posible que exista influencia de ello sobre las entrevistadas y éstas adopten dichas propuestas como lo real y además como un modelo a seguir.

4.3 Investigación de campo

En este apartado se describirán a detalle las respuestas obtenidas mediante las entrevistas realizadas en San Francisco del Rincón, las cuales fueron realizadas en base al contenido de la telenovela “La Gata”. Así mismo se tratará la conexión entre belleza-delgadez que muestra la telenovela.

Ya hemos visto que con el paso del tiempo se ha llegado a considerar la delgadez como sinónimo de belleza en algunos países con culturas con influencias occidentales. De esta manera los medios de comunicación han servido como un eficaz vehículo de estos modelos de belleza. Actualmente el fácil acceso a dichos medios ha proporcionado también la introducción de cánones de belleza que se han convertido en un instrumento de discriminación.

La Gata, es una telenovela que obtuvo éxito en nuestro país, la protagonista no es la excepción al modelo de belleza mostrado en la televisión. Su físico por encima de su talento parece ser el elemento que ha otorgado a la actriz su popularidad, como lo abordaré más adelante en este apartado.

4.3.1 La telenovela: Reflejo de belleza

Las mujeres quienes sintonizaron la telenovela sin duda han comparado su físico con el de la protagonista, tal y como lo expresaron en algunas entrevistas que de igual forma mencionaré a fondo en líneas siguientes. Lo cual nos dice que, si bien ya hemos argumentado que somos capaces de diferenciar la ficción de la realidad, las mujeres en este caso se comparan con otras mujeres que ven en la televisión.

De esta manera la hipótesis de que las personas mantenemos una distancia entre lo que vemos en televisión y lo que sucede en la realidad, porque sabemos diferenciarlas, no se cumple.

Como se ha dicho ya, para conocer la percepción de las telenovelas de la población femenina de San Francisco del Rincón, se realizó una investigación de campo, ésta fue a través de la realización de entrevistas, lo cual me permitió obtener información sobre la influencia del contenido televisivo que se consume de manera cotidiana.

4.4 Entrevistas

Anteriormente en el capítulo ya se explicó que la televisión es un servicio que se encuentra presente en el noventa y cinco por ciento de la población en México, siendo el municipio de San

Francisco del Rincón parte de dicha población. De esta manera, las telenovelas son programas que son consumidos tanto por hombres como mujeres.

La muestra representativa de población femenina que fue seleccionada se trata de 30 mujeres habitantes de San Francisco del Rincón, en los años 2014 y 2015. Su edad varía en un rango de 15 a 23 años en el momento de la aplicación de las entrevistas. La muestra de mujeres jóvenes nos permitirá entonces conocer por medio de entrevistas semiestructuradas grupales e individuales las experiencias y las opiniones de las entrevistadas acerca de su concepto de la belleza femenina.

La investigación de campo se dividió en cuatro fases, las cuales son las siguientes:

1. Entrevistas preliminares.
2. Entrevistas sobre belleza.
3. Focus group sobre definición de belleza en general.
4. Entrevistas para análisis profundo.

Un primer cuestionario y la investigación de campo, en general, se basaron en la técnica de grupos focales, para lo cual se contó con la participación de dos grupos de mujeres, uno de cinco personas y el segundo de seis personas de la población estudiada con los siguientes datos: mujeres de 15 a 23 años, que fueran habitantes del municipio de San Francisco del Rincón y tuvieran acceso a la televisión abierta. El muestreo utilizado para los grupos focales fue aleatorio, para así incluir a las diversas mujeres del municipio.

Con los datos obtenidos se construyó materia prima no sólo para posteriores investigaciones acerca de la influencia de las telenovelas en el público femenino, sino también para aquellos estudios que pretendan medir o conocer de manera más amplia la influencia de la televisión o los medios de comunicación a nivel local, regional o nacional.

A continuación se expondrán los resultados que arrojaron las entrevistas realizadas. En ellas podremos visualizar las similitudes y diferencias que hubo entre cada grupo focal y entrevista individual. De igual manera estos resultados nos proporcionarán las bases para desechar o continuar con las hipótesis iniciales que en general ahondan la interrogante de si existe una

influencia del contenido televisivo en el concepto de belleza femenina, y de igual manera podremos nutrir la teoría que hasta el momento existe en cuanto a la mediatización.

4.4.1 Entrevistas preliminares: La delgadez como característica común en las mujeres de la televisión

Como ya se mencionó, inicialmente se elaboró un cuestionario que me permitiera ahondar en lo que las mujeres de San Francisco del Rincón ven en televisión y su percepción sobre ello. La siguiente entrevista se aplicó a seis mujeres de entre los 18 y 22 años de edad cumplidos al momento de la entrevista.

Cinco de las seis entrevistadas habitaban en el momento de la entrevista en la zona urbana de San Francisco del Rincón. La sexta habitaba en la comunidad rural de El Mezquitillo, que se encuentra a 15 minutos de la zona centro del municipio. Las seis entrevistadas expresaron ver televisión, aunque se trataba de una actividad que no consideraban tan importante.

La televisión representaba distracción y una actividad nada importante para Paulina y Alejandra, dos de las entrevistadas y dedicaban poco tiempo a verla. El resto de las mujeres, Danica, Angélica, Mariana y Claudia comentaron que el trabajo y la escuela no dejaban mucho tiempo para dedicar tiempo a la televisión, sin embargo no descartaron verla durante el tiempo que pasaban en su casa.

Si bien el presente trabajo se inclinó por estudiar las telenovelas, en esta primera entrevista se obtuvo que las mujeres participantes no dedicaban tiempo a ver este tipo de programación. Sin embargo, sintonizaban otro tipo de producciones de origen nacional, como programas de carácter informativo, de deportes y de tipo “*reality show*”.

Para Angélica ver los deportes en televisión es uno de sus pasatiempos. A Danica por su parte, mencionó que le gustan los programas donde se muestran situaciones de la vida real como los reality shows, porque le gusta observar la vida que llevan los participantes y en ocasiones también le gusta ver la forma en que se maquillan y visten las mujeres que son parte del programa. Mariana

y Claudia mencionaron que dedicaban tiempo a ver noticieros y producciones de temáticas informativas y musicales, el gusto por este último tipo de programación lo compartían las cuatro entrevistadas.

El motivo por el cual sintonizaban este contenido televisivo, según mencionaron las entrevistadas, fue porque les divertía y distraía, el tiempo que dedicaban a ver televisión era un espacio en que podían descansar y olvidarse de sus responsabilidades. Es decir, para este primer grupo focal el contenido de la televisión realmente cumplía con satisfacer la necesidad de diversión de las entrevistadas.

Dicho lo anterior, se comentó que en todos los programas que sintonizaban las entrevistadas aparecían mujeres, también comentaron que en todos los casos se trataba de mujeres delgadas, femeninas y altas. En el caso de la programación deportiva, Angélica mantuvo que las mujeres presentadoras de dichos programas solían tener un cuerpo atlético, lo cual no representaba que dejaran de ser muy femeninas.

El cabello largo fue una característica que en las respuestas de todas las participantes se mencionó. Paulina, Alejandra y Danica agregaron que el vestuario y maquillaje de las mujeres en televisión “les quedaba bien” porque iba de acuerdo a su color de piel. Al principio este trabajo se perfilaba para tratar el tema de la discriminación por el color de piel. Sin embargo en este cuestionario inicial se descartó el tema, ya que las entrevistadas aseguraron que veían mujeres que coincidían con su color de piel.

Ninguna de las entrevistadas afirmó sentirse identificada con las mujeres que veían en la televisión. La razón en todos los casos fue que tenían características físicas distintas a las mujeres que muestra la televisión, el color de piel y de cabello no fueron considerados características suficientes para que las entrevistadas pudieran identificarse con las mujeres en televisión.

Las entrevistadas comentaron que las mujeres de la televisión que les parecían más bonitas o atractivas eran a quienes consideraban que compartían el mismo color de piel. Sin embargo, al preguntarles acerca del físico de las actrices o presentadoras de la televisión, las entrevistadas se notaron incomodas, sobre todo una de ellas, Angélica de 22 años. Ella contestó que efectivamente

no se sentía representada o identificada por ninguna mujer en la televisión ya que quienes allí aparecían eran delgadas, atléticas y altas, a diferencia de ella.

Danica, de 22 años de edad, comentó que quienes salen en la televisión son mujeres que tienen que cumplir con características físicas muy específicas, “yo creo que como parte de su trabajo está también trabajar bajo presión para verse como se ven, para tener el cuerpo, el cabello y el color de piel que tienen cuando las vemos. Yo no trabajo así, por eso yo no soy como ellas”.

Paulina y Alejandra se consideraban muy distintas a las mujeres que veían en la televisión. Ambas entrevistadas se consideraban a sí mismas delgadas y mencionaron asistir constantemente a entrenamiento físico, sin embargo consideraban que las mujeres de la televisión vivían de su cuerpo. “Hago ejercicio porque me gusta, no porque alguien me lo exija o porque mi trabajo dependa de ello”, mencionó Alejandra. “Las mujeres que salen en la televisión no parecen mujeres listas. La mayoría no es nada si no trabajan allí. Puede que sean guapas pero realmente no han hecho nada, ni hacen nada. Yo no soy como ellas”.

En el caso de Paulina y Alejandra, aunque manifestaron considerarse delgadas y “cuidar” su cuerpo, sus respuestas parecían estar a la defensiva de la imagen femenina que ellas veían en televisión. La agresión que estas dos mujeres perciben mediante las imágenes televisivas puede que no sea la misma que el resto de las entrevistadas, sin embargo no dejan de sentirse agredidas por la imagen que erróneamente representa a las mujeres en la televisión

Claudia de 20 años habló acerca de que las personas que trabajan en la televisión tienen que ser mujeres y hombres que llamen mucho la atención: “Las chavas que salen en la televisión tienen que llamar la atención de todos. La televisión muestra lo mejor para que todos, hombres y mujeres, vean sus programas”. Para Claudia, la televisión elige “lo mejor” de la población para mostrarlo. “Yo tengo *pancita*” agregó riendo, “por eso alguien como yo no le agradaría a todo el público”. Es decir, en palabras de Claudia, las mujeres deben de tener un cuerpo esbelto para así agradar a todos.

Mariana estudia ingeniería multimedia, para ella el contenido televisivo tiene que ser fácil de memorizar, por ello el físico de las mujeres que aparecen en televisión es muy importante. “No es

que tengamos que ser como quienes aparecen en televisión, porque pues ellas a eso se dedican, como nosotras podemos dedicarnos a otra cosa". En este caso, para la entrevistada existe una diferencia entre el físico de quienes trabajan en la televisión y entre quienes no lo hacen, es importante también mencionar que para Mariana existen mujeres que se dedican a ser bonitas, otras no, sin embargo quienes se dedican a ello deben poseer belleza nata, natural.

En esta primera entrevista grupal concluí que las entrevistadas consideran distintas a ellas, las mujeres que aparecen en televisión. La mayoría encuentra la principal diferencia en el físico pero dos de ellas en la capacidad intelectual. Se mantiene que quienes aparecen en televisión son más bonitas que la mayoría de la población, lo que las hace especiales y aptas para conducir un programa, salir en una telenovela o para cantar.

De esta forma, quienes no cumplen con la característica de ser delgada y bonita pueden dedicarse a otra cosa ya que siendo así no podrán ser del agrado de todo el público.

La belleza de las mujeres de la televisión lleva consigo la delgadez de las mismas. La esbeltez es una característica que las entrevistadas ven que todas las mujeres en la televisión poseen, además que fue la respuesta inmediata cuando se les preguntó sobre cómo eran las mujeres que aparecían en sus programas favoritos. Se descartó que el enfoque de la investigación fuera el color de piel porque para las entrevistadas este tema no representó ninguna importancia, ya que veían en la televisión mujeres con distintos tonos de piel.

4.4.2 Entrevistas sobre belleza

Posteriormente al cuestionario anterior, se elaboró uno más con el propósito de aplicarlo en grupos focales. El límite de edad se amplió y en vista de que las primeras mujeres entrevistadas expresaron ver mujeres delgadas en televisión, la siguiente entrevista se elaboró en base a ello.

La primera aplicación de la entrevista en un grupo focal se llevó a cabo en las instalaciones de la escuela El Colegio de San Francisco, la cual imparte educación media superior y superior; dicha escuela se encuentra ubicada en la zona centro de San Francisco del Rincón ya que el director J. Jesús Zamora accedió a prestarme las instalaciones de la escuela y colaboró para que las alumnas pudieran participar. La fecha de la aplicación fue el 3 de octubre del 2014.

Se amplió el número de entrevistas para afirmar si se confirmaban los resultados. En mayo del 2015 se aplicó la misma entrevista en un distinto grupo focal. Esta vez en la plaza principal del municipio, en el centro del mismo. Las participantes fueron seis mujeres, su edad iba de los 16 a los 17 años. Se les mostraron las mismas fotografías y se aplicaron las mismas preguntas.

Los cuestionarios cuentan con tres preguntas de identificación personal: edad; lugar donde habitan y su edad. Dichas interrogantes ayudaron a definir la muestra de población que se necesitó para el estudio.

En general las participantes de ambos grupos focales, mantuvieron que si dedicaban tiempo a consumir contenido televisivo, pero que el internet les atraía más para satisfacer su necesidad de diversión y también para mantenerse informadas.

Las mujeres participantes en los grupos focales destacaron que en ocasiones la televisión les quitaba tiempo para elaborar otras actividades de su vida diaria como las tareas escolares. Se mantuvo también que algunas de las entrevistadas trabajaban y eso les impedía dedicarle mucho tiempo a la televisión, sin embargo, aun así tomaban un rato de su tiempo libre para verla. El interés por la programación se resume básicamente en el contenido y temáticas que muestran, los cuales deben ser del interés del espectador.

Todas las entrevistadas dijeron que veían telenovelas. Sin embargo también expresaron que no sintonizan de manera diaria este tipo de programación; de hecho si la telenovela no cumple con los requisitos de tener buenos actores, según las entrevistadas, y tratar temas actuales y de su interés, como espectadoras no le dan seguimiento de principio a fin a las telenovelas. De la misma manera ven capítulos salteados que, por el patrón de programación, les permite darle seguimiento a la historia.

Además todas las participantes aseguran conocer a Maite Perroni a diferencia de otras actrices, cantantes o presentadoras. Cuando se les mostró una serie de fotografías de distintas mujeres que trabajan en la televisión nacional e internacional, en ambos grupos focales eligieron a Perroni como la mujer más bonita. Su predilección se justificó por su cintura, el color y largo de su cabello.

A las participantes se les mostraron fotografías impresas a color y recientes de las siguientes actrices y cantantes tanto mexicanas como extranjeras: Maite Perroni; Thalía; Belinda; Ninel Conde; Adele; Amy Lee; Christina Aguilera; Anahi; Galilea Montijo; Brook Eliot; Carla Morrisson, Inés Sainz y Jenny Rivera.

Paola, Mariely, Rosy y Citlali, cuatro de las once mujeres entrevistadas expresaron que desearían tener la cintura de Belinda o Eiza González, así como el cabello de Maite Perroni si tuvieran la posibilidad de cambiar algo de su cuerpo. Según Mariely, Eiza González tiene muy visibles operaciones estéticas, lo que la hace más atractiva.

La actriz Brook Eliot, las cantantes Carla Morrisson, Amy Lee, Christina Aguilera fueron elegidas como las menos bonitas, de hecho el término preciso que utilizaron Paola, Rosy, Marieli, Daniela y Citlali fue el de las “más feas”. La característica principal por la cual fueron elegidas como las menos atractivas y que comparten todas ellas es precisamente la gordura; por ejemplo, para Paola dichas artistas poseían una “carota”, es decir, facciones faciales gruesas, así como también brazos anchos.

Peculiarmente, Jenny Rivera si bien siempre mantuvo un físico con sobrepeso, las entrevistadas la consideraban como una mujer bonita. Lo cual puede deberse a que aparece con mayor continuidad en la televisión nacional. Es preciso mencionar que el hecho de que se tratase de mujeres artistas del extranjero, como Estados Unidos e Inglaterra, no significa que sean posean más belleza que aquellas mujeres de origen mexicano que aparecen en televisión como lo es Jenny Rivera.

En el tercer capítulo ya se había hablado de como la delgadez como requisito de belleza se justificaba con argumentos médicos. Durante los grupos focales sólo una participante admitió que practicaba ejercicio por cuenta propia, el resto de las chicas mantuvo que no realizaba ningún tipo

de ejercicio pero que cuidaban su alimentación para no aumentar su peso. No se consideraban “gordas” pero dos de ellas aseguraron que no estaban conformes con su vientre, sin embargo el resto decidió no hacer comentarios sobre su cuerpo.

4.4.3 Grupos Focales: el sobrepeso no es belleza

En diciembre del año 2014, en las mismas instalaciones antes mencionadas de El Colegio de San Francisco, en la zona centro del municipio se aplicó la misma entrevista anteriormente analizada a tres mujeres de manera individual. Las fotografías, de igual manera, fueron las mismas que se mostraron en la entrevista anterior. En este caso dos de las entrevistadas tenían 15 años, Estefanía y Adriana; y una tercera, Alma de 19 al momento de la entrevista.

Por segunda ocasión Maite Perroni fue elegida por las tres entrevistadas como la más bonita de todas las artistas mostradas en fotografías, nuevamente se comentó que su cabello y su cintura eran sus características más destacables. En los tres casos Brook Eliot, Amy Lee, Christina Aguilera y Carla Morrison. Fueron consideradas como las menos atractivas, una vez más fue su sobrepeso el que definió su condición.

Sus facciones faciales gruesas fue el respaldo de Alma para mantener su argumento de que se trataba de mujeres no atractivas. “Mira, tienen la cara muy grande, muy ancha... se ven muy feas. Sus cachetes, la papada...” Ahora bien, para Adriana de 15 años, la ropa común y de color gris de Amy Lee, cantante de rock alternativo de origen estadounidense también contaba en su opinión “También ella tiene una carota. Pero su ropa es fea. Además su maquillaje, casi no se ve... o bueno si se ve, pero es negro, casi negro”.

Estefanía aseguró que de no ser por su sobrepeso, Adele y Brook Eliot podrían considerarse bonitas, ya que su cabello largo y color de piel era atractivo. “Adele tiene un color de piel muy bonito, igual sus ojos y su maquillaje, también el de ella (refiriendose a Eliot), son bonitas, pero son gordas. Además se ven viejas, yo creo que por lo mismo de que están gordas”.

Las tres entrevistadas mantuvieron que no practicaban ningún tipo de deporte o ejercicio físico, sin embargo aceptaron que se cuidaban para no aumentar de peso, dos de ellas refiriéndose a su alimentación, la tercera no reveló como lo hacía. Ninguna de las tres entrevistadas se consideró “gorda”, Alma de hecho comentó que no le gustaría asemejarse a Brooke Eliot o a Carla Morrisson, refiriéndose a su sobrepeso. “No me gustaría parecerme a ellas, por eso trato de no comer tanto”.

Una vez más se les preguntó si les gustaría parecerse en algo a alguna de las actrices o presentadoras de las fotografías mostradas. Adriana y Alma comentaron que les gustaría tener la cintura de Maite Perroni, Belinda o Eiza González.

En ambos grupos focales y en las entrevistas individuales hubo un explícito rechazo a las mujeres con sobrepeso. Por otro lado Maite Perroni se consideró de manera unánime como una mujer bonita, o la más bonita entre las fotografías que fueron mostradas.

El ejercicio como vimos, no es un elemento importante para cuidar el peso de las entrevistadas. Sin embargo la alimentación sí. Es significativo mencionar esto, porque al menos en estas entrevistas no se mencionó la salud como algo que va con la esbeltez, sino más bien puramente con la estética.

No puedo dejar de señalar cuando las entrevistadas hablan acerca de que les gustaría tener la cintura de algunas de las actrices, no ninguna otra característica como el cabello, los ojos, la cara, incluso la voz o el talento de alguna artista. Es importante mencionarlo porque es un punto central en este trabajo. La delgadez forma una parte importante en la construcción de la identidad femenina, de la belleza femenina.

4.4.4 Profundización a través de entrevistas largas: sólo las mujeres bonitas aparecen en televisión

Durante la última semana de noviembre del 2015 se elaboraron tres entrevistas más de manera individual. En este caso las participantes fueron Claudia, Mary Chuy y Melisa. Oriundas del municipio francorinconés se les mostró en los tres casos videos de 10 y 15 minutos de duración de capítulos de la telenovela *La Gata*, se les pidió que observaran con atención para poder después entablar una conversación acerca del contenido y específicamente de lo que pensaban acerca de la actriz que encarnó el personaje principal.

Las preguntas van encaminadas al físico de la actriz, las entrevistadas proporcionaron su opinión acerca de ello y cómo se sentían ellas al ver a la actriz Maite Perroni. Aunque las tres entrevistadas habían visto ya la telenovela, no se negaron a ver los videos completos, lo que además sirvió para tener una referencia más reciente.

Mary Chuy.

María de Jesús es una mujer de 19 años de edad, ama de casa, desde que se casó ya no trabaja. Tiene cinco meses de embarazo y ya sabe que espera un niño. Sale a la plaza principal de San Francisco a sentarse un rato a solas mientras su esposo trabaja. Se puso nerviosa apenas le pregunté si podía hacerle unas preguntas, no paraba de reír sin siquiera poder decirme su nombre, después de calmarse me respondió que sí y pudo presentarse.

Aunque me comentó que había visto la telenovela de "La Gata", ella se quedó con ganas de seguir viendo la telenovela después de haberle mostrado un segmento de diez minutos. Una vez más al querer iniciar con las preguntas, Mary Chuy se privó con una risa que no la dejaba hablar. Ella me comentó que ya había visto la telenovela "Sí la vi. Me gustaba porque salía Maite". Cuando le pedí que describiera a dicha actriz ella comenzó a describirla como una mujer delgada: "Es delgada,

bonita. Su cabello es bonito”, por lo cual me permití preguntarle cómo se consideraba ella en comparación con Maite: “No soy delgada. Bueno, ahorita también estoy embarazada pero no soy delgada”.

Mary Chuy considera que aunque Maite fuera una mujer con sobrepeso seguiría siendo famosa y exitosa, “Eso no importa, aun gordita puede ser guapa”. Sin embargo más adelante mencionó que la antagonista de la telenovela, papel que desarrolló Mónica Sánchez no podría tener otro papel más importante porque tiene sobrepeso: “Yo creo que Maite siempre es la protagonista porque es guapa. Pero ella (Mónica Sánchez) no podría ser como Maite porque no es tan bonita, porque está gordita. Por eso yo creo que no tiene como... no es buena en la novela, por eso Pablo no la quiere. Porque no es bonita y por eso tiene un carácter como malo”. Por otro lado cabe mencionar que la delgadez además es catalogada por la entrevistada como un elemento éticamente bueno.

La entrevistada consideró entonces que el físico de ambas actrices realmente influía en el papel que desempeñaban en la telenovela, así como su atractivo físico que en parte lo vinculaba directamente con la preferencia del protagónico masculino de la telenovela. Además de que adjudicó el carácter de las mujeres al cuerpo de cada una de ellas. Como vemos en éste caso, Mary Chuy descarta explícitamente que Maite sea famosa por su físico delgado, sin embargo, más adelante contradice este argumento. Lo cual puede indicar una aceptación de manera inconsciente del monismo estético de la delgadez.

Para Mary Chuy la imagen de Maite no representaba ningún tipo de violencia o discriminación: “Ella es bonita y eso no es malo. Tiene que aprovechar que es guapa para salir en la televisión”. Sin embargo una vez más, en esta entrevista se vinculan ciertas características femeninas, consideradas como bonitas o bellas, directamente con la posibilidad de salir en televisión. En otras palabras, si una mujer no cumple con ser delgada no puede trabajar haciendo televisión.

Melisa.

Melisa tiene 20 años y hace una semana que no tiene empleo. Ella ha trabajado en la industria del tenis en distintas áreas de su fabricación. Vive en casa de su mamá con una hermana y su abuela. Le gusta comprar ropa y maquillarse, los fines de semana pasa el tiempo viendo televisión con su familia, aun cuando tiene trabajo le gusta disfrutar de ese pasatiempo. Accedió amablemente a contestar las preguntas que había preparado, porque tenía una hora esperando a alguien que no llegó.

A Melisa le agrada mucho el trabajo artístico de Maite Perroni: “Es buena actriz, muy talentosa. De “La Gata” me gustaban las escenas en donde salía como fiera, con carácter de que no se dejaba de nadie, de que es una mujer fuerte”. Para Melisa, Maite Perroni no es un personaje nuevo, ya la había visto varias veces antes en distintas novelas, además de sus participaciones como cantante en algunos programas de revista o en premios musicales.

El talento artístico y la belleza de Maite son dos características que Melisa considera importantes para su éxito. Para ella, Maite Perroni es la actriz perfecta para el papel de la gata: “Le queda el papel porque es una mujer muy luchona y con carácter. Yo creo que a otra actriz es difícil que le quede un papel así, además es muy buena actriz”.

En esta entrevista, Melisa aseguró que el éxito de Perroni no depende de su delgadez, con exaltación y podría decirse que con incredulidad me platicó lo siguiente: “¡Ay! No, ella es muy guapa, aunque estuviera gordita sería guapa. La que es guapa aunque este gorda es guapa. Aunque estuviera llenita, tendría el mismo éxito, sería igual de famosa”.

Le pedí a Melisa que describiera lo que más le gustara de Maite, ella me platicó lo que más le llamaba la atención: “Pues su cabello, está bien padre, es largo y oscuro. Ahorita en la telenovela que sale, no me gusta porque sale como de fea y débil, ella no es así, no le queda. Su cuerpo es bonito, se ve que se cuida mucho. Su cara igual, es guapa”.

En esta última respuesta Melisa hizo referencia al cuerpo de Maite Perroni, aunque antes mencionó que no era su cuerpo lo que le daba fama. Por otro lado, para el día de hoy, podemos

encontrar a Perroni en una telenovela, producción de Televisa “Antes muerta que Lichita”, en donde personifica a una mujer “fea” citando a Melisa, para ello se le marcaron rasgos físicos que podrían considerarse toscos y poco femeninos.

Claudia María.

Claudia María es una joven de 22 años, estudió la licenciatura de derecho, la cual concluyó hace apenas seis meses. Vive en unión libre con su pareja desde hace tres meses, con quien ya tiene tres años de relación. Claudia no le da seguimiento con fervor a las telenovelas, pero cuando tiene tiempo las sintoniza.

Ella también contestó que conoce a Maite Perroni desde hace tiempo gracias a la televisión específicamente a la cadena de Televisa. La ha podido ver en varias telenovelas y en algunos comerciales. Recuerda también que tuvo mucho éxito cuando formó parte del grupo musical “RBD”.

Le pedí a Claudia que imaginara a Maite con sobrepeso y en seguida le pregunté si ella sería famosa aun teniendo esa característica física. “Sinceramente... ¡Ni la conoceríamos!”. Ella considera que la imagen física es muy importante para el trabajo que tiene Maite Perroni, el sobrepeso definitivamente sería un obstáculo para el éxito en el campo de la televisión.

Después de explicarle brevemente a Claudia sobre la violencia que ejercían algunos mensajes o imágenes que vemos en la televisión, le pregunté si ella consideraba que las imágenes o representaciones de mujeres son violentas. “Pues más que violencia, para mí, es discriminación. También es violencia, porque en la telenovela te hacen creer que siendo pobre eres feliz... y pues como la televisión es muy influyente, la gente piensa que sí, que ser pobre es positivo.”

En cuanto a Maite Perroni, como actriz en el personaje de Esmeralda se profundizó acerca cómo le hacía sentir la imagen de La Gata a Claudia, ella respondió que “las mujeres siempre estamos en inconformidad con nuestro cuerpo, y pues sí... me hace pensar en mi cuerpo, que no soy delgada. Pero estoy consciente de mi sobrepeso. Me ha pasado que veo imágenes de mujeres en la

televisión, como a Maite Perroni y después me quedo pensando en mí, en mi cuerpo, se me baja el autoestima, creo”.

Sin embargo, Claudia comentó que las mujeres que salen en televisión, incluyendo a Maite son también mujeres reales. Se le preguntó también si creía que la imagen de la actriz antes mencionada en la televisión era violenta, Claudia respondió inicialmente que sí, que eran violentas. Sin embargo ella rectificó su respuesta: “Pues no considero que ella (Maite) con su imagen proyecte violencia, yo creo que nosotras mismas nos violentamos por querer ser como ella, o como cualquier otra actriz de telenovela. Porque además muchas de las veces no hacemos nada por mejorar nuestra apariencia”. Esto es interesante porque también agregó que como protagonista de la telenovela, Maite Perroni si representa la realidad, ya que si bien es una mujer delgada, esto lo ha logrado porque “se cuida. Cuida su alimentación y hace ejercicio

Por lo anterior, se puede deducir que existe un claro conocimiento de que las mujeres en general están en constante competencia por un físico “perfecto”, además de que se acepta que es algo común que las mujeres no estén conformes con su físico y por lo tanto busquen mejorarlo. Aunque Claudia también comentó que en algunas ocasiones cuando las mujeres no aceptan su físico, tampoco hacen nada por mejorar

Para Claudia la violencia que implica la imagen de Maite Perroni no la ejerce la misma figura de la actriz, sino toda la población femenina que se compara con ella, todas las mujeres que no se parecen a ella y que además, no hacen nada por mejorar esa situación. Agregó también que una mujer delgada es más atractiva para la gente en general, que una mujer que no lo es.

En opinión de Claudia, generalmente las mujeres siempre se buscan defectos. Ella dijo también que los productores de televisión “son como Hitler, siempre ponen lo mejor en la pantalla como a Maite y como las mujeres siempre nos andamos buscando defectos y lo que vemos en la pantalla son personas bonitas... Pues al verlas siempre andamos que queremos la cintura de Thalía o los ojos de aquella. Pero ellos (los productores) lo hacen por vender, y como te digo, uno mismo se violenta por no amarse y aceptarse como es”.

Como se mantuvo en líneas anteriores, en la exposición de otras entrevistas, las mujeres que trabajan en la televisión cumplen con ciertas características físicas, una de ellas la delgadez. Este estereotipo esbelto ha influido en las mujeres para considerarse a sí mismas o a las demás como bellas. Claudia por su parte opina que las imágenes de mujeres delgadas en la televisión no afectan a otras mujeres delgadas, sólo a quienes no lo son: “La televisión sí genera violencia en ese aspecto, mostrando sólo mujeres como Maite, bonitas, pero en sí no genera violencia a personas que se cuidan”.

Claudia se considera “gordita” por lo cual también considera que es propensa a padecer muchas enfermedades y de hecho dice que ya tiene padecimientos por su sobrepeso. Me compartió también que piensa que si ella fuese delgada, no tendría por qué padecer nada. Por otro lado, Claudia también comparte una idea moral de la delgadez, ya que para ella, esta característica es propia de personas que se cuidan.

La discriminación también es un punto central en este trabajo y Claudia lo identifico de inmediato durante la entrevista. Para Wieviorka (1998) el racismo siempre es violencia, a diferencia de lo que dice la entrevistada ya mencionada. Es violencia porque niega la existencia, desprecia o crea prejuicios de cierto grupo de personas. Entonces, cuando las entrevistadas creen que en televisión puede aparecer sólo cierto tipo de mujeres o cuando dicen que “lo mejor” para una mujer es ser como Maite Perroni, delgada, se muestra desprecio y hay un claro prejuicio hacia aquellas mujeres que no cumplen con ser esbeltas.

En este capítulo vimos que no todas las mujeres consideran que la delgadez es sinónimo de belleza, sin embargo sí la mayoría. Por otro lado, aunque expresen lo anterior, en ocasiones se contradicen argumentando que ellas no desearían ser gordas, que también por ejemplo la delgadez tiene que ver con lo ético y moralmente correcto, por encima de la salud.

Por otro lado, pareciera que la belleza es algo nato y que para aquellas mujeres que no nacen con esa característica es poco probable que pueda alcanzar esa belleza, además de que si alguien pretende alcanzarla deberá trabajar de tiempo completo para poder hacerlo. Por otro lado, el camino para lograr la delgadez incluye también sacrificios, los cuales generaran a su vez una

satisfacción inalcanzable, es decir, es un argumento que sutilmente nos invita a “sufrir” para poder alcanzar la belleza.

Conclusiones

A partir del presente trabajo y mediante el trabajo de campo e investigación literaria, podemos argumentar que la delgadez no implica necesariamente un cuerpo saludable. Como expuse con Toro (1996) y Bunch (2014), las personas con cuerpos con sobrepeso, sin llegar a la obesidad mórbida, suelen tener más resistencia al enfrentarse a ciertas enfermedades y mayores posibilidades de sobrevivir a éstas. Es curioso que a pesar de que las aseveraciones de cada autor tengan casi dos décadas de diferencia, ambas coincidan.

En el primer apartado de este trabajo analizamos y repasamos cómo es que la televisión desempeña un papel tan importante como el de ser un elemento que contribuye a la construcción de identidades. El contenido televisivo es de gran importancia en la vida cotidiana ya que transmite mensajes e imágenes a la mayor parte de la población mexicana. Uno de estos mensajes es precisamente el modelo de belleza femenina, el cual debe implicar forzosamente delgadez.

Podría decirse que el estereotipo de belleza antes mencionado responde a los argumentos científicos médicos en donde un cuerpo delgado es igual a un cuerpo saludable, sin embargo, y como ya expuse en líneas anteriores, este argumento ha sido criticado y refutado.

Por otro lado en el capítulo dos se profundizó en la historia, composición y características de las telenovelas mexicanas; mediante lo anterior pudimos explicar la importancia de su influencia en distintos ámbitos de la vida diaria enfocándonos en la vida de las televidentes femeninas, ya que son éstas el público principal a quienes van dirigidos este tipo de melodramas.

Como argumento principal del capítulo tercero se presenta la hipótesis de que las telenovelas si bien iniciaron como ricas y variadas expresiones de la cultura en la que se desarrollaban y presentaban, cada día su producción se ha ido preocupando un poco –o un mucho- más en crear programación como mercancía para venta, y se ha ido dejando de lado la representación de la sociedad y las expresiones culturales. Las telenovelas son entonces una pequeña parte de los

medios de comunicación en donde se muestra un estereotipo de mujer, un monismo estético que niega y condena a todo aquel cuerpo femenino que no se asemeje al presentado en la pantalla.

El estereotipo de belleza femenina que se propone actualmente mediante las telenovelas es violento y discriminatorio porque niega la existencia de la diversidad femenina mexicana, al ser ésta una parte de la diversidad cultural en la que se desarrolla México, como otros tantos países ibéricos. Es decir, no hay una sola forma de ser mexicano o mexicana, los habitantes del sur de nuestro país son distintos en sus costumbres, en su lenguaje, en su forma de alimentación en comparación con los habitantes de la costa, del centro o del norte y también las características físicas son diversas no sólo entre cada región, en cada ciudad, municipio y comunidad. No olvidemos que además somos un país conformado por indígenas, españoles, portugueses, africanos y comunidades de muchos otros orígenes.

Es por lo anterior que la televisión no sólo debería producir contenido que obedezca a una narrativa mexicana, como mantenía Anderson, con la cual la mayoría de los guiones de vida de los mexicanos sea coherente, se trataría entonces de mostrar varias narrativas, en donde cada guion de vida pueda identificarse, compartirse y mostrarse.

Las telenovelas crean estereotipos de belleza femenina, porque además se ocupan de toda una red de mercantilización. Las telenovelas no intentan únicamente mostrar la realidad mexicana, también hacen lo posible por incluir en cada una de sus transmisiones otros productos como la música. Los estereotipos ayudan a generar un público fiel, porque son fáciles de memorizar y se supondría que también son fáciles de reproducir.

La discriminación que expongo no es explícita, no es que se mencione que las delgadas son bonitas y las gruesas no lo sean; pero existe una clara negación a la existencia de las segundas. Negar la existencia de mujeres con complexión gruesa en los medios de comunicación como si éstas no existiesen, mostrando en programas de carácter familiar chistes acerca de la gordura de las mujeres no es la mejor forma que existe de mostrar la diversidad en la televisión.

Ya lo dijo Wieviorka (1998) la discriminación se vuelve peligrosa cuando se apoya en justamente argumentos científicos que crean estigmas, prejuicios y valores sociales de aquellas personas que

no cumplen con la norma, con el modelo de personas que todos deberían ser. Las telenovelas se han valido de la creación de un monismo estético en donde sólo está permitido ser mujer de una forma: delgada.

El estereotipo de belleza femenina que nos encontramos en la telenovela *La Gata* y en el resto de las telenovelas cumple forzosamente con la característica de la delgadez. Todas y cada una de las protagonistas de las telenovelas que aquí he mencionado, los personajes secundarios y de menor jerarquía son delgadas.

Los melodramas mexicanos en diversas ocasiones en lugar de reflejar los contextos actuales de los mexicanos, reutilizan las mismas historias desde hace cuarenta años, como es el caso de *La Gata*, como si la cultura o mejor dicho, las culturas mexicanas fuesen estáticas. Si bien los estereotipos femeninos han cambiado a lo largo del tiempo, éstos siguen existiendo, se siguen generando estereotipos y se continúa negando la diversidad femenina.

En la cuarta parte se presenta un análisis de la población y el territorio de donde se sacó la muestra para hacer el estudio de caso. Además se presentan también los resultados de las entrevistas y grupos focales, en donde hubo diversas respuestas pero en donde también encontramos similitudes en las opiniones de la delgadez y el sobrepeso, los cuales generalmente son ligados a un cuerpo sano y un cuerpo enfermo respectivamente.

Retomando las respuestas que se obtuvieron mediante las entrevistas individuales y grupales, podemos concluir que todas las entrevistadas consideran a la protagonista de *La Gata* como una mujer muy bonita, incluso más bonita que otras actrices, conductoras o cantantes, tanto nacionales como internacionales. Las entrevistadas destacaron su esbeltez, el color de su piel y su cabello largo y oscuro.

Las mujeres entrevistadas a quienes se les mostraron fotografías de distintas mujeres del medio del espectáculo, coincidieron también que el sobrepeso de algunas de las cantantes o actrices las hacían ver feas. Ellas platicaron que el sobre peso es un problema de salud, pero aunque directamente no lo relacionaron, también era una característica de fealdad, de poca atracción. Sin

embargo, hay que mencionar que las artistas con sobrepeso también se trataban de las mujeres que menos habían visto en televisión.

En los grupos focales, las participantes aceptaron que no desean tener sobrepeso, no desean parecerse a las artistas con esa característica, sin embargo solamente una de ellas expresó que practicaba baile, como ejercicio, para mantenerse en forma. Tenemos entonces que las entrevistadas no vinculan la delgadez con la salud, como lo expresaron, ya que no contemplan como necesarias las actividades físicas, las cuales si proporcionan salud.

La televisión abierta está presente en la mayor parte de los hogares en México, lo que debería significarse que habría una mayor propagación de información en la población, la cual a su vez debería estar mayormente representada en el contenido que la televisión ofrece.

Ya está dicho y comprobado que el cuerpo femenino tiene una importante carga social en la mayoría de las culturas, un valor aun mayor que el cuerpo masculino, sin embargo no debería ser la justificación para discriminar y negar la diversidad de cuerpos que existe en nuestro país en la actualidad. Las telenovelas en México se caracterizan por desarrollarse en escenarios y situaciones similares a las que suceden y existen en la realidad sin embargo, estos son modificados para ser más atractivos. Uno de estos elementos deformados es la representación femenina en cuanto al físico.

La trascendencia de la imagen del cuerpo femenino ha sido hasta ahora un elemento visual del que los medios audiovisuales de comunicación se han valido como herramienta de mercadotecnia. Las telenovelas en México son un registro y un reflejo importante del imaginario colectivo, ya que no sólo representa, sino que consolida la imagen femenina como parte de la identidad de las mujeres

La belleza es propuesta como parte esencial de la femineidad, como parte de una mujer completa. Según Wolf, esto es una tendencia que aparece en las últimas décadas del siglo XX, la mujer profesionista no es exitosa hasta que alcanza estabilidad financiera, laboral, familiar y además es delgada. Mencionemos a aquellas novelas que “se salen del molde” y la protagonista es una mujer inteligente, amable, dedicada y disciplinada pero muy poco agraciada, concentrando la historia

incluso el nombre del melodrama: *The Ugly Betty* o su versión latina *Yo Soy Betty La Fea*, entre tantas versiones, justamente siendo incisivos en que la protagonista no es bonita.

No es que deberíamos estar en contra de los medios de comunicación masiva, sino de aprovecharlos de una forma más productiva y menos deforme, ya que se tratan de una innegable ventana al mundo y a su increíble e interminable diversidad, a la cual cada vez más un mayor número de población tiene mejor y más fácil acceso -o al menos es lo ideal-.

La nítida ventana de la realidad que es la televisión es estrecha, a pesar del avance tecnológico, a pesar del conocimiento, a pesar de los esfuerzos y luchas étnicas, religiosas, civiles, de género, entre otras por obtener reconocimiento y el respeto de sus derechos. Las telenovelas mexicanas no son la excepción, aún muestran estereotipos de género, de clases sociales mientras niegan otros aspectos culturales, así como la existencia de sectores sociales, etnias, religiones.

Es preciso analizar a nivel individual el papel que permitimos que tengan los medios de comunicación en nuestra vida. Cuestionarnos las prioridades que estos tienen y las que nosotros nos creamos, si bien hoy en día es prácticamente imposible deshacernos de los medios, es posible como ya se mencionó antes en el capítulo dos, distinguir la realidad de la ficción.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos, en su artículo décimo noveno, el cual pertenece al Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (ONU, 2015), se establece que los Estados parte tienen la obligación de proporcionar las adecuadas condiciones para que sus ciudadanos puedan recibir y expresar o exponer tanto información como opiniones sin limitaciones en cualquier tipo de medio de comunicación.

En México, al tratarse de un Estado parte, este artículo entonces nos permite exigir medios de comunicación que nos ofrezcan panoramas más amplios de la realidad. La televisión entonces, o más bien quienes producen su contenido en nuestro país, tendrían la obligación de presentar la diversidad cultural en nuestro país, así como también suprimir aquellas prácticas, antes en este trabajo mencionadas, que discriminen de catalogando a algunas personas por su físico, religión, origen entre otras características, o simplemente negando la existencia de estas personas.

De esta manera, se velaría también por los derechos y reputación de cada persona o grupo social, tal y como lo establece el mismo artículo antes mencionado. Recordemos que en nuestro país existe la Ley Federal para Prevenir y Erradicar la Discriminación, es decir, acciones racistas o discriminatorias como la de negar la existencia de ciertos individuos o grupos sociales en México, en teoría, no debería tener cabida con la existencia de la ley ya mencionada y con la cobertura de los medios de comunicación que deberían tener por tarea informar y exponer las diferencias que en nuestro país son innegables.

Es justo mencionar la responsabilidad de los medios de comunicación en la construcción de sociedades más equitativas y democráticas; su contenido debería permanecer sobre la línea que establecen la Declaración Internacional de los Derechos Humanos y por qué no, fortalecerla, propiciar e intensificar una mayor difusión de la misma.

Los Derechos Humanos se han visto en la necesidad de expandirse. Las tecnologías han avanzado lo suficiente como para que un gran número de personas tengan acceso inmediato a información, conocimiento y opiniones que han nacido y se han desarrollado del otro lado del mundo. Sin embargo, los contenidos televisivos hoy en día no son más que copias de lo que se presentaba hace décadas.

Puede ser que la información cambie, puesto que los hechos y las situaciones son irrepetibles, pero debemos tomar en cuenta que no siempre estos son mostrados de manera veraz, que han pasado por numerosos filtros antes de llegar a nuestras pantallas. De igual forma las opiniones cambian, se desarrollan historias, nacen tendencias, modas, corrientes, etcétera, lo que nutre a nuestras sociedades cada día.

Pero el problema es que las jerarquizamos; insertamos por encima de nuestros intereses, de nuestras necesidades, de nuestra integridad física y moral ideas o ideales que con ayuda de los medios de comunicación llegan a nuestros ojos, a nuestros oídos y que terminan por otorgar valías a las personas según éstas se adapten o no a dichas ideas o ideales.

Las telenovelas por su parte, partiendo de historias repetitivas desde hace más de veinte años, plasman y exponen figuras físicas femeninas que conforman un estereotipo de cómo ser mujer en

México, -sin mencionar los estereotipos morales- aunque esta continua exposición de cómo ser mujer no respete los derechos fundamentales e inherentes a todo ser humano.

La televisión debería entonces ofrecernos información, imágenes y mensajes que en lugar de invitarnos a la comparación, a la competencia por cuerpos perfectos, nos indujera a conocer más de la diversidad que ofrece nuestro país, así como el resto del planeta.

Referencias

- Anderson, B. (1993) *Comunidades Imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del Nacionalismo*. México. FCE.
- Appiah, A. *Identidad, autenticidad, supervivencia. Sociedades multiculturales y reproducción social*. En Taylor, *El multiculturalismo*.
- Berger, J. (2002) *Modos de ver*. Barcelona, España. Gustavo Gili
- Bustos, O. *Los medios y la construcción de género: Factor de riesgo para trastornos alimentarios como anorexia y bulimia*. (2011) Derecho a Comunicar. Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información. Número 2, Mayo-Agosto 2011.
- Bunch, J.T. The Obesity Paradox: What Does weight Have to Do With Longevity? Recuperado el 22 de febrero, 2016 de: <http://www.everydayhealth.com/columns>
- Bustos, O. (2011) *Monitoreo de campañas de difusión del gobierno de Oaxaca para identificar niveles de reproducción de estereotipos sexistas, desigualdad y violencia de género*. México, D.F. Plaza, Juan F. Medios de comunicación, anorexia y bulimia. La difusión mediática del “anhelo de delgadez”: un análisis con perspectiva de género. Revista icono 14, 2010. Pp. 62-83. ISSN 1697-8293. Madrid, España.
- Cámara de Diputados. H. Congreso de la Unión. LXIII Legislatura. Ley Federal para prevenir y eliminar la Discriminación. Leyes Federales Vigentes. Última reforma constitucional publicada en el Diario Oficial de la Federación el 29 de enero de 2016. Recuperado el 8 de febrero, 2016 <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/262.pdf>
- Carvajal, L. (1999) *Trayectoria de la telenovela latinoamericana: el caso de la telenovela brasileña*. *Revista Latina de comunicación Social*, 21. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999dse/42xinia.htm>
- Chalmenta, P. Checa, F. González, M. (1995) *Cultura y culturas en la historia*. Ediciones Universidad Salamanca. España.
- Cisneros, M. Rojas, I. Olave, G. (2009) *El lenguaje de la telenovela en la conducta lingüística de televidentes jóvenes: Un estudio de caso*. Perspectivas de la comunicación. Vol. 2, No 2, 2009 Universidad de la Frontera. Temuco, Chile.
- Clúa, I. (2008.) *Género y cultura popular*. p.: 20. Universitat Autònoma de Barcelona. Consultado en google.books el 7 de noviembre, 2013
- COFETEL. (2012) Estudio sobre el mercado de servicios de televisión abierta en México. <http://telecomcide.org>
- Consejo Nacional para La Cultura y Las Artes. (2004) Encuesta Nacional de Prácticas y consumo Culturales. México, D.F. CONACULTA.
- Cortés, C. *La técnica del Focus Group para determinar el diseño de experiencias de formación de usuarios*. UNAM. Recuperado el 28 de abril, 2015 de <http://cuib.unam.mx/publicaciones/>
- Cruzado, A. (2009) *Cuerpos de celuloide. A la imagen del deseo masculino*. Comunicación y Género. Universidad de Sevilla. ArCiBel Editores.
- De la Torre Martínez, C. (2006) *El desarrollo del derecho a la no discriminación en el Sistema de Derechos Humanos de las Naciones Unidas*. Derecho a la no discriminación. Instituto de Investigaciones Jurídicas. Universidad Nacional Autónoma de México. México, D.F.
- Díaz-Polanco, H. (2006) *Elogio de la diversidad. Globalización, multiculturalismo y etnofagia*. Siglo XXI editores. México, Estado de México.
- Elósgui, M. T. y Gaudó, C. (2002) *El rostro de la violencia. Más allá del dolor de las mujeres*. Barcelona, España. Editorial Icaria.

- Habermas, J. *La lucha por el reconocimiento en el estado democrático de derecho*. en Taylor, El multiculturalismo.
- Hernández, E. (2011) *Cultura y género. Expresiones artísticas, mediaciones culturales y escenarios sociales en México*. Intersecciones. México. CONACULTA.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Censo de Población y Vivienda 2010. Recuperado en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos>
- INEGI. Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnología de información y comunicaciones en los hogares, 2013 Indicadores nacionales de disponibilidad en hogares. Recuperado el 14 de noviembre, 2015 en: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/metodologias/MODUTIH/MODUTIH2013/MODUTIH2013.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2015) México en Cifras. Información nacional, por entidad federativa y municipios. San Francisco del Rincón, Guanajuato. Recuperado el 14 de noviembre, 2015 en: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/princi_result/gto/11_principales_resultados_cpv2010.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2011) Panorama sociodemográfico de Guanajuato. Censo de población y vivienda 2010. México: INEGI 2011. Recuperado el 14 de noviembre, 2015 en: www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras
- Lamas, M. (2013) *Género: La construcción cultural de la diferencia sexual*. México. PUEG. Grupo editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Lamas, M. (2000) *Género, diferencias de sexo y diferencia sexual*. Curriculco, vol. 7, núm. 18, enero-abril, 2000. Escuela Nacional de Antropología e Historia. México.
- Maldonado, M. L. (2012) *La obesidad como problema social. Los límites entre lo que es saludable y lo que es estético*. Publicaciones URV. Colección Antropología Médica.
- Martínez, Y. (2014) *¿Cómo amar y ser mujeres? "La reina del Sur"*. Madrid, España. La linterna sorda.
- McMahon, B. Quin, R. (1997) *Historias y estereotipos*. Madrid, España. Ediciones de la Torre
- Molina, X. Carvajal, L. (1999) *Trayectoria de la telenovela latinoamericana. El caso de la telenovela brasileña*. Revista Latina de comunicación social. No. 21. Universidad de La Laguna. Costa Rica.
- Morales Morante, L. (2011) Telenovela mexicana: modelo de penetración del discurso emocional en la televisión generalista en España. Revista Versión Nueva Época. Núm. 26, Junio 2011. ISSN: 0188-1242
- Mulvey, L. (2002) *Placer visual y cine narrativo*. Valencia España. Episteme ediciones.
- Nuñez, S. (2005) *Género y televisión. Estereotipos y mecanismos en el medio televisivo*. Comunicar 1988-3293 (2005) Vol. 13 Núm. 25. España.
- Olivé, L. (2004) *Interculturalismo y justicia social*. Universidad Nacional Autónoma de México, México, D.F.
- Olivé, L. (2004) *Ética y diversidad cultural*. Fondo de Cultura Económica. Segunda edición. México, D.F.
- Olivé, L. (2006) *Discriminación y pluralismo. Derecho a la no discriminación. Instituto de Investigaciones Jurídicas*. Universidad Nacional Autónoma de México. México, D.F.
- Orozco, G. (2006) *La telenovela en México: ¿De una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?* Comunicación y Sociedad. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara. Nueva época, núm 6 p. 11-35

- Ortega, M. *Representación Social y Cultural en las Telenovelas Catalanas*. Universitat Autònoma de Barcelona. España.
- Ortega, M. Solsona, M. (2000) *Demografía, cambio familiar y telenovelas. De la realidad a la representación y viceversa*. Centre d'Estudis Demogràfics. Universitat Autònoma de Barcelona. Generalitat de Catalunya. Recuperado el 20 de octubre, 2014 en: www.ced.uab.cat
- O'sullivan, T. Hartley, J. Saaunders, D. Montgomer, M. Fiske, J. (1995) *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Amorrortu editores. Buenos Aires, Londres.
- Páramo, Teresa. (2000) *Globalización, televisión y telenovelas: La experiencia mexicana*.
- Paramo, T. (2005) *Globalización, televisión y telenovelas: la experiencia mexicana*. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa. Recuperado en: <http://tesiuami.uam.mx/revistasuam/polis/viewarticle.php?id=126>
- Parekh, B. (2000) *Rethinking Multiculturalism*. Cultural Diversity and Political Theory. Harvard University Press. Cambridge, Massachusetts.
- Ragnedda, M. *Medios de comunicación masiva y la mujer en Italia: de la violencia simbólica a la violencia física*. Trayectorias, vol. 14, núm, 35, julio-diciembre, 2012. Universidad Autónoma de Nuevo León. Monterrey, México.
- Real Academia Española. Recuperado 22 de febrero el en: www.rae.es/
- Secretaria de Educación Pública. 2012. Dirección General de Acreditación. Incorporación y revalidación. Listado de Instituciones Educativas ubicadas en Guanajuato. Recuperado el 10 de diciembre, 2015 en: [www.consutasrodac.sep.gob.mx/Tablero/Resultados Entidades](http://www.consutasrodac.sep.gob.mx/Tablero/Resultados_Entidades)
- Secretaria de Desarrollo Social y Humano. Subsecretaría de Desarrollo Humano. Perfil Económico de San Francisco del Rincón. Gobierno del estado de Guanajuato. Noviembre, 2012.
- Silverstone, R. (2004) *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires-Madrid. Amorrortu editores.
- Silverstone, R. (2010) *La moral de los medios de comunicación*. Buenos Aires-Madrid. Amorrortu editores.
- Suárez, J. C. (2006) *La mujer construida: comunicación e identidad femenina*. Editorial MAD, S.L. Eduforma. Colección Comunicación. España.
- Tajahuerce, I. (2014) *Mujeres y comunicación*. Madrid, España. La linterna sorda.
- Tarrés, M. L. (2001) *Observar, escuchar y comprender: sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. México. El Colegio de México
- Taylor, C. *El Multiculturalismo y la Política del Reconocimiento*, FCE, México 2da. Edición en español, 2009.
- Televisa Espectáculos (2015) espectaculos.televisa.com Noticias. ¡Irreconocible! Maite Perroni cambia de look (fotos + video) Recuperado en: Televisa.com
- Toro, J. (1996) *El cuerpo como delito. Anorexia, bulimia y sociedad*. 3ª reimpresión: abril de 2008. Barcelona, España. Ariel.
- Throsby, D. (2001) *Economía y cultura*. Madrid, España. Cambridge University Press
- UNESCO. *Igualdad de género. Patrimonio y creatividad*. (2014) UNESCO. Argentina.
- Verdín, S. Zamora, J. (1999) *El sombrero, una tradición de mi pueblo*. J.J. Seminario de Cultura Mexicana. Corresponsalía San Francisco del Rincón.
- Wieviorka, M. (1992). *El espacio del racismo*. Barcelona, España. Paidós Iberica.

- Wolf, N. (1991). *The Beauty Myth*. Edición 2002. Nueva York. Perennial.
- Young, P. (2000). *La mujer y el deseo*. Primera edición. Barcelona, España. Editorial Kairos.

Anexos

Entrevistas preliminares

Escuela Nacional de Estudios Superiores.

Unidad León.

Universidad Nacional Autónoma de México.

¿Cuál es tu nombre?

¿Cuál es tu edad?

¿Cuál es tu lugar (ciudad, comunidad) de origen?

¿Ves televisión?

¿Cuántas horas del día dedicas a ver televisión?

¿Qué tipo de programas te gusta ver (telenovelas, programas deportivos, informativos, culturales, etc.)?

¿Cuáles de estos programas son tus favoritos? (Los nombres de tus programas favoritos)

¿Por qué son tus favoritos?

¿Aparecen mujeres en estos programas?

¿Cómo describirías (físicamente) a estas mujeres?

¿Las consideras bonitas? ¿Por qué?

¿Te identificas con ellas? ¿Por qué?

¿Quién es tu actriz o conductora de televisión favorita?

¿Ella(s) te inspira(n) a hacerte un cambio físico? (A vestirse de determinada forma, a bajar de peso, a peinarte de determinada forma)

¿Hay alguna parte física de estas mujeres que te hagan considerarlas bonitas?

¿Cuál consideras que es tu color de piel?

¿En televisión ves mujeres de tu color de piel?

Focus group sobre belleza

Escuela Nacional de Estudios Superiores.

Unidad León.

Universidad Nacional Autónoma de México.

1. ¿De dónde eres? (ciudad, colonia, comunidad)
2. ¿Ves televisión?
3. ¿Cuánto tiempo al día?
4. ¿Qué programa o programas son tus favoritos?
5. ¿Qué te agrada de esos programas?
6. ¿Ves telenovelas?
7. ¿Hay alguna actriz, cantante mujer a la que admires?
8. ¿Por qué?
9. ¿Crees o te han dicho que te pareces a alguna artista? ¿Te sientes identificada con alguna?

Preguntas en base a fotografías mostradas a las participantes

1. ¿A quiénes de estas mujeres conoces?
2. ¿Te gustaría parecerte a alguna? (cabello, cuerpo, ojos)
3. ¿Cuáles te parecen guapas?
4. ¿Por qué?
5. ¿Cuáles te parecen menos atractivas?
6. ¿Por qué?
7. ¿Quién es la más atractiva de todas?
8. ¿Quién es la menos atractiva de todas?
9. ¿Por qué?

Entrevistas largas (Guía)

1. ¿Ves telenovelas?
2. ¿Cuáles?
3. ¿Viste la telenovela “La Gata”?

Preguntas en base a telenovela mostrada, “La Gata”

1. ¿Qué te llama la atención de lo que viste?
2. ¿Conocías a la protagonista?

3. ¿En dónde más la has visto?
4. ¿Por qué cree que sea ella (Maite Perroni) la protagonista?
5. ¿Por qué no es la protagonista la actriz que hace de villana?
6. ¿Cómo describirías físicamente a Maite?
7. ¿Cómo te sientes tú cuando ves a Maite?