



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO**  
**PROGRAMA DE MAESTRÍA EN TRABAJO SOCIAL**

**ESCUELA NACIONAL DE TRABAJO SOCIAL**

**ESTEREOTIPOS FEMENINOS**  
**EN LA TELEVISIÓN MEXICANA CONTEMPORÁNEA**

**TESIS**

**QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:**

**MAESTRA EN TRABAJO SOCIAL**

**PRESENTA:**

**ADRIANA ELIZABETH TAPIA SUÁREZ**

A handwritten signature in black ink, appearing to be the name of the author, Adriana Elizabeth Tapia Suárez.

**TUTORA: NORMA BLAZQUEZ GRAF**  
**CEIICH, UNAM**

**Ciudad Universitaria, Cd. Mx., 2018**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

**AGRADECIMIENTOS 5**

**RESUMEN 3**

**INTRODUCCIÓN 8**

**Capítulo 1. MARCO TEÓRICO Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

**1.1. Teoría de Género Feminista 16**

**1.2. Socialización 18**

**1.3. Estereotipos de Género 22**

*1.3.1. ¿Qué es un estereotipo? 22*

*1.3.2. ¿Qué es el género? 32*

*1.3.3. Estereotipos femeninos 38*

**1.4. Instancias de socialización 43**

**1.5. Medios Masivos de Comunicación (MMC) 48**

**1.6. La televisión, un medio terciario 52**

**1.7. Telenovelas 56**

*1.7.1. La telenovela en México 68*

*1.7.2. La telenovela como industria cultural 73*

**1.8. Pregunta de investigación 78**

**1.9. Objetivos 78**

## **Capítulo 2. ESTADO DEL ARTE: COMUNICACIÓN Y GÉNERO**

### **2.1. Estereotipos femeninos mostrados por la televisión 80**

#### **2.2. Antecedentes 84**

*2.2.1. Estudios sobre comunicación y género 84*

*2.2.2. Estudios sobre televisión y género 90*

*2.2.3. Estudios sobre telenovelas y género 95*

## **Capítulo 3. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1. Herramientas metodológicas 115**

*3.1.1. Criterios de selección de las telenovelas y descripción  
de los capítulos a evaluar 115*

*3.1.2. Categorías de análisis 117*

*3.1.3. Técnica 119*

*3.1.4. Procedimiento 120*

### **3.2. Análisis de resultados y argumentación 123**

*3.2.1. Sistematización de resultados 123*

## **Capítulo 4. CONCLUSIÓN Y DISCUSIÓN**

**4.1. Conclusión 217**

**4.2. Discusión 222**

**REFERENCIAS 233**

**ANEXOS 255**

A mi "Crack",  
quien me acompaña lado a lado y  
con quien comparto fervientemente  
mi transición como mujer.

## AGRADECIMIENTOS

En primer lugar deseo agradecer a quien es mi directora de tesis: Norma Blazquez Graf, quien desde un inicio y hasta el final, realizó una lectura atenta y paciente de esta tesis, brindándome en todo momento y espacio, su apoyo y cariño; marcando y avivando mediante su compañía, pasión por la investigación feminista. Además, haber confiado en mí me hizo sentirme gustosa en todo momento y percibir la sororidad y colaboración para concluir este trabajo.

Alma Rosa Sánchez que por segunda ocasión me acompaña en este caminar como lectora, siendo crítica y quien además, realizó aportaciones valiosas para afinar la versión final de este trabajo. Marielena Figueroa, sin duda, aquella persona cuya sensibilidad me incitó a descubrir la dimensión cultural de las telenovelas.

A María Elena Jarquín por sus comentarios y reflexiones durante las reuniones de lectoras y Julia Chávez al insistir en fortalecer la vinculación de los estereotipos femeninos mostrados por las telenovelas y el Trabajo Social.

Finalmente, agradezco a Roberto García Salgado por su disponibilidad así como los cuestionamientos y reflexiones iniciales de esta tesis.

Todo lo creó suavemente  
a martillazos de soplidos  
y taladrazos de amor,  
las mil y una cosas que me hacen mujer todos los días  
por las que me levanto orgullosa  
todas las mañanas  
y bendigo mi sexo.

(Fragmento del poema  
“Y dios me hizo mujer”)

Gioconda Belli

Las distintas realidades cotidianas que el Trabajo Social como disciplina, exigen que cuente con un vasto conocimiento teórico de aquellas problemáticas cuya incidencia se hacen presentes al momento de su intervención social.

El objetivo de la presente tesis fue describir de qué manera son presentados los estereotipos de femineidad en la televisión mexicana contemporánea. Específicamente, se buscó caracterizar los estereotipos femeninos, los cuales “señalan” el deber ser de las mujeres y que al tomarlas como modelos de conducta “visual” puedan generar o reproducir la violencia. De esta manera, se pretendió comparar los estereotipos transmitidos y plasmados actualmente en las telenovelas recientes. Particularmente, fueron analizadas dos telenovelas mexicanas producidas entre 2016 y 2017: *Ingovernable* y *La Candidata*.

Empleando la técnica de Análisis de Contenido, se registraron las dimensiones físicas, psicológicas y sociales de los personajes protagonistas y antagonistas de los melodramas. Los primeros cinco capítulos fueron de fundamental importancia para buscar y describir los estereotipos femeninos tradicionales, no tradicionales y en transición.

**Palabras clave:** estereotipos, femineidad, televisión, telenovelas.

Fueron dos los motivos que me llevaron a realizar esta tesis. Uno se encuentra vinculado a la preocupación por la violencia de género y otro, a la idea de que las imágenes televisivas, particularmente de las telenovelas, constituyen fuentes de estereotipos femeninos capaces de influir en las identidades y modelos de conducta de las mujeres que pueden contribuir ya sea a fomentar o a eliminar la violencia hacia las mujeres.

La violencia de hombres hacia las mujeres por el simple hecho de ser mujeres constituye un hecho social (Matud, 2009) que la Organización Panamericana de la Salud para la Organización Mundial de la Salud (2002) caracteriza como una violación a sus derechos humanos y, factor fundamental para su deterioro biológico, psicológico y social (Andrés, 2004).

Los datos en relación a la violencia de género o violencia hacia las mujeres son contundentes. En México, el Diario Oficial de la Federación da a conocer que 1 205 niñas y mujeres fueron asesinadas en todo el país durante el 2004; 4 niñas y mujeres fueron asesinadas cada día y más de 6 000 niñas y mujeres fueron asesinadas en 6 años, de 1999 al 2005 (Lagarde, 2010).

Algunas otras exploraciones en el mismo matiz, datan a partir del 2003 con la Encuesta Nacional sobre Violencia contra las Mujeres

(ENVIM). El estudio arrojó que 34.5% de las mujeres encuestadas refiere haber transitado por episodios de violencia con su pareja, durante o después de haber terminado la relación. El tipo de violencia recurrente fue la psicológica (19.6%) (Instituto Nacional de Salud Pública, 2003). Otra información importante se obtuvo en ese mismo año de 2003, a partir de la Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (ENDIREH). Se reportó que el 43.2% de mujeres casadas o unidas en pareja padeció algún episodio de violencia durante su relación; la de tipo psicológico siguió preponderando con un 37.5% (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Instituto Nacional de las Mujeres y el Fondo de las Naciones Unidas para el Desarrollo de la Mujer, 2003).

Posteriormente, el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE) con el apoyo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2007) desarrollaron la Encuesta Nacional sobre Violencia en el Noviazgo (Envinov) la cual permite conocer su incidencia a nivel nacional. Los datos arrojados por la Envinov muestran expresiones de violencia de diversa índole. Se detectaron tres tipos de violencia, la física, la psicológica y la sexual. En la primera, el 15% de las y los jóvenes han experimentado un incidente de violencia física, habiendo mayor preponderancia en zonas urbanas (16.4%), siendo en mayor proporción las mujeres (61.4%) quienes reciben dicho tipo de violencia. El 76% de la muestra de jóvenes son víctimas de violencia psicológica.

En cifras recientes, los resultados de la Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (ENDIREH) del 2016 mostró que 66.1% de las mujeres (de 15 años y más) han enfrentado al menos un incidente de violencia por parte de cualquier agresor; 43.9% de las mujeres sufren violencia de su actual o última pareja, esposo o novio, a lo largo de su relación y, 34.3% de las mujeres han experimentado algún tipo de violencia sexual en los espacios públicos o comunitarios (INEGI, 2016).

Los datos anteriores muestran que son las mujeres, quienes en su mayoría, reciben dichos actos violentos. La causa de los mismos, como lo asevera Echeburúa (2007) se fundamentan en el ejercicio del poder y control del hombre hacia la mujer originando de esta forma, relaciones asimétricas y desiguales. De ello pueden dar cuenta los trabajos de Blanca Cabral y Carmen García (2001) citados en Bosch, Ferrer y Alzamora (2006) al referir que la violencia es socializada por un proceso diferencial de género (masculinidad y femineidad): a los hombres se les asocia la violencia, agresividad y dominio, en tanto a las mujeres se les atribuye la pasividad, la sumisión y dependencia “que las hacen precisamente más vulnerables al padecimiento de comportamientos violentos y a la asunción del rol de víctimas” (Bosch, Ferrer, Ferreiro y Navarro, 2013, pp. 19 y 20).

La ENDIREH del 2003 y 2006 recopiló información sobre la percepción que tienen las mujeres respecto de sus deberes, responsabilidades y obligaciones en el hogar, así como del trato recibido por sus parejas. Resultó interesante evidenciar que las mujeres que no sufren violencia (43%) afirmó que “una buena esposa debe obedecer a su pareja en todo lo que él ordena”; en tanto, las que sufren violencia por parte de su pareja representa el 36% (INEGI, 2008). Lo que se puede interpretar como que la obediencia al esposo genera menos violencia.

Por tanto, los mandatos o consignas de género sobre ser mujer y ser hombre, configuran formas generalizadas de comportamientos e identidades de mujeres y hombres, mismos que son socializados a través de diversas instancias. Una de ellas son los medios de comunicación mediante la televisión.

Considerar a México como un país con alto número de televidentes generó en mí cuestionar qué sucedía con las imágenes plasmadas en la televisión. Particularmente, me parecía interesante observar escenas

melodramáticas de mujeres actuando en determinados roles: mujeres golpeadas debido a que no planchó la ropa del marido o no preparó a tiempo la comida... Las “nuevas telenovelas” aparentemente están renovándose y mostrando a una mujer que ya no es ama de casa y, por el contrario, trabaja, es autosuficiente, que ya no se deja... aún con dichas transformaciones, los personajes femeninos de los melodramas siguen conservando algunas características tradicionales. Dicho de otra manera, las telenovelas muestran imágenes de un cierto tipo de mujer, un estereotipo.

Así, las telenovelas siendo transmitidas por un medio de comunicación como la televisión y siendo mayormente observadas por mujeres, llegan a convertirse en fuente de formación de imágenes (estereotipos) de su realidad. Los estereotipos e imágenes transmitidos por las telenovelas “se arraigan profundamente en nuestras mentalidades y perduran en el tiempo” (INMUJERES, 2005, p. 2). Pasan inadvertidos, haciéndose potentes y eficaces, imponiéndose sin que podamos darnos cuenta.

Dichas imágenes y estereotipos “señalan” el deber ser de las personas y al tomarlas como modelos de conducta “visual” pueden generar o reproducir la violencia y naturalizarla. En este marco, indagar sobre los estereotipos femeninos con el fin de identificar las construcciones sociales de las mujeres en las telenovelas, es muy pertinente dentro de los estudios de Trabajo Social, ya que permite establecer un marco teórico explicativo sobre la realidad social de las mujeres y de la violencia de género (Chávez, 2014).

En este ánimo y concibiendo los estereotipos capaces de influir en el comportamiento de las mujeres, los consideré un importante factor por explorar. Formulándome así, la siguiente pregunta de investigación: ¿de

qué manera son presentados los estereotipos de femineidad en la televisión mexicana contemporánea?

Cuando la palabra *telenovela* es pronunciada, se esperan dos reacciones: para los y las mayores de 40 años las telenovelas pueden ser algo importante, que se debe respetar, atribuyéndoles un significado en relación a sus vivencias personales. Para las nuevas generaciones, las telenovelas mexicanas son imágenes nimias y triviales, las cuales no merecen su tiempo y consideración (Cueva, 2015).

Sin embargo, las telenovelas siguen vigentes y con grandes éxitos. Han llegado a ser la máxima expresión de la televisión y al mismo tiempo un poderoso mecanismo de influencia. Observadas por mujeres y hombres, es de suponer la influencia que se ejercen en ellas y ellos, por ejemplo, en los estereotipos de género, particularmente los estereotipos tradicionales de la femineidad.

Ahora bien, abordar cómo son presentados los estereotipos femeninos en los melodramas contemporáneos televisivos resulta importante para esta investigación, ya que permite seguir discutiendo sobre realidades complejas y constantes de nuestra sociedad. En este sentido, la tesis tiene el cometido de ahondar en la temática así como acentuar los trabajos que hay al respecto.

La telenovela concebida como uno de los fenómenos más importantes de la cultura evidencia formas del ser, pensar y actuar. La indagación sobre la femineidad coadyuvará a develarlos y evidenciarlos como formas ideológicas dominantes en el “deber ser” de mujeres.

Adicionalmente, este trabajo evidenciará relevancia social a dos niveles principalmente. Primero, se tratará de formar conciencia sobre los estereotipos femeninos (tradicionales y no tradicionales) de mujeres mostrados por la televisión. Segundo, podrá describirse una de las formas

de cómo se socializa el género para emprender acciones futuras que coadyuven a la transformación y progreso de las mujeres.

Esta tesis aporta al estudio de las mujeres, enmarcado en el campo de la teoría de género feminista. Particularizar en las conductas, roles y significados de las personas motivará seguir explorando sus vivencias y observar al género como aquella categoría que permite entender y transformar las condiciones y relaciones de poder desiguales entre mujeres y hombres. Contemplar esto último vislumbra a los estereotipos femeninos como reproductores de la violencia en contra de las mujeres, lo que brinda pautas para generar transformaciones.

También, esta indagación teórica será de utilidad fructífera en Trabajo Social, ya que en la disciplina no existen muchos trabajos previos<sup>1</sup> sobre esta temática, por lo que la presente tesis contribuirá en describir y analizar los estereotipos femeninos, un hecho del entramado social necesario en la mirada de las personas profesionales encargadas de la acción social, quienes tienen como objetivo propiciar formas de relación cada vez más humanas, conscientes y críticas en las que las personas y sus entornos tomen conciencia de su dignidad personal y grupal que les permita transformar el mundo superando contradicciones de la sociedad y dinamizando el cambio histórico social (Matus, 1999).

Las distintas realidades cotidianas que el Trabajo Social como disciplina, exigen que cuente con un vasto conocimiento teórico (Ortega, 2015) de aquellas problemáticas cuya incidencia se hace presente al momento de su intervención social. Por eso, es necesario generar alternativas que partan de lo cotidiano para lograr transformaciones y construir mediaciones con las nuevas condiciones sociales y simbólicas por las que atraviesan las personas, lo cual exige dirigir esfuerzos para

---

<sup>1</sup> Ver Ortíz H., Citlali (2017); Zamorano C., Cirse (2017); Ortíz P., Virginia (2016) y Camarena A., Ushuaia de los Ángeles (2012).

desmontar discursos tradicionales y proponer nuevas vías para entender las contradicciones de la realidad social (Matus, 1999).

Hablando específicamente de lo que compete a esta tesis, las imágenes de género femenino mostradas por la televisión pueden proveer elementos que son determinantes de algunas problemáticas de salud pública, como es el caso de la violencia de género.

La estructura de esta investigación se ha organizado en cuatro capítulos. En el primero se parte de realizar un breve recorrido por la Teoría de Género Feminista, desde la cual se enmarca esta tesis. Se parte de conceptualizar y describir la socialización a fin de ir planteando el escenario de donde surgen los estereotipos de género, de modo que, la utilización de las categorías 'estereotipo' y 'género' son imprescindibles para poder definirlos. Siendo de esta forma, los estereotipos femeninos son puntualizados y enunciados en la clasificación de tradicionales, no tradicionales (modernos o innovadores) y en transición. También, fue útil tomar en cuenta el recuento de cada una de las instancias socializadoras a través de las cuales se adquieren, reproducen y legitiman estos estereotipos femeninos; entre todas ellas, se distingue la telenovela, un elemento cultural y además, una transmisión televisiva frecuente que detenta el deber ser de las mujeres mexicanas. Antes de finalizar el apartado, se precisa la importancia de abordar los estereotipos de género abordarlos desde el Trabajo Social, se plantea la pregunta y los objetivos de la investigación.

En el segundo capítulo y considerando los estereotipos femeninos mencionados en el apartado anterior, se describen las investigaciones realizadas en México y Latinoamérica de Olga Bustos, Heloisia Buarque, Paulina González, Raquel Ramírez, Laura Soler, Guido Arenas, Leonor Cantera y Josep Blanch que dan cuenta de las imágenes femeninas mostradas en la televisión. Se lleva a cabo una revisión de teorías de

género feministas que abordan los estereotipos femeninos, así como de trabajos anteriores sobre medios de comunicación y género, para elaborar el estado del arte en el tema.

El tercer capítulo corresponde a la estrategia y desarrollo de la investigación con el análisis de las dos telenovelas elegidas: *Ingobernable* y *La Candidata*, donde se describen las herramientas metodológicas, los criterios de selección, las categorías de análisis, así como el análisis de contenido como técnica empleada y el procedimiento que se siguió; también se realiza la sistematización de los resultados, esto es, la descripción de los estereotipos femeninos tradicionales, no tradicionales y en transición de cada telenovela así como la comparación entre los personajes de ambas.

El cuarto capítulo presenta las conclusiones y discusión. Los estereotipos femeninos identificados en las dos telenovelas analizadas fueron clasificados en tres tipos: estereotipos femeninos tradicionales, estereotipos femeninos no tradicionales y estereotipos femeninos en transición. Los resultados obtenidos concuerdan con la mayoría de los estudios realizados en Latinoamérica sobre los estereotipos en las telenovelas y su relación con la violencia hacia las mujeres. Para concluir, se discute entre otros aspectos, el carácter socializador de la televisión en la adquisición, reproducción y legitimación de los estereotipos femeninos; y se destaca que esta tesis constituye un punto de partida para elaborar propuestas que contribuyan a eliminar imágenes y representaciones de las mujeres tradicionales, mismas que reproducen la violencia hacia ellas y, por tanto, relaciones de poder desiguales entre mujeres y hombres.

Las mujeres, así como los hombres, poseen un instinto gregario, esto es, la necesidad innata para colaborar y así asegurar su supervivencia. El carácter social, les ha permitido formar grupos y estructurar formas de organización complejas así como dotarles de la capacidad para protegerse y sobrevivir en el entorno. Es en el proceso de socialización donde se suscitan aprendizajes de toda índole, entre ellos, la adquisición de los estereotipos de género. Por tanto, este capítulo define el problema a estudiar desde el marco de la teoría de género feminista mediante algunas categorías conceptuales como socialización, estereotipos de género, televisión y telenovelas; así como la pregunta y los objetivos de esta tesis.

### **1.1. La Teoría de Género Feminista**

De inicio he de decir que el problema a estudiar en esta tesis se enmarca en la Teoría de Género Feminista, la cual considero prudente distinguir de otras dos posiciones que en algunos momentos pueden tomarse indistintamente y no lo son: perspectiva de género y la investigación no sexista<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Para tener información más detallada, ver Castañeda, Martha (2014). Investigación feminista: caracterización y prospectiva. En Edgar Montiel (ed. y coord.), *Pensar un mundo durable para todos* (151-164).

La *perspectiva de género* es una concepción extraída de la elaboración feminista de la categoría género, recurriendo a “éste como un elemento central para el análisis, pero desentrañando siempre cómo interactúa con otros órdenes de diferenciación y jerarquización social entre mujeres y hombres” (Castañeda, 2014, p. 153). Sin embargo, emplear el género en un sentido descriptivo y no como categoría de análisis ha llevado a no cuestionar elementos que afectan a las mujeres, tal como el poder y la organización política. La *investigación no sexista* como lo asegura Castañeda (2014) pretende visibilizar a las mujeres y hombres y evitar las generalizaciones, así como despojar a la ciencia de toda expresión sexista.

En tanto las posiciones para definir la Teoría de Género Feminista, suelen ser diversas. Sin embargo, es posible distinguir algunos puntos en común de todas ellas: un primer aspecto central lo refieren Blazquez (2012) y Castañeda y Valero (2016) para considerar a las mujeres sujetos privilegiado de estudio, pretendiendo su cambio así como en lo que Bartra (2012) llama su liberación. En esta última afirmación es importante aclarar que no sólo se les beneficia a ellas sino más bien se trata de un abordaje incluyente, permitiendo explicar la interacción de aquellos sujetos con quienes interactúa.

Segundo, como un conjunto de aproximaciones conceptuales, valiéndose de explicaciones e interpretaciones de los aspectos sociales, políticos, culturales e históricos, la teoría feminista enfatiza explicar la situación de desigualdad de género de las mujeres en relación a los hombres. Aspirando a:

... desmontar los principios sexistas y androcéntricos, fundamentar, visibilizar, historizar y desnaturalizar los fenómenos que atañen en un sentido más amplio a todas las formas de desigualdad entre los seres humanos (Castañeda, 2014, p. 154-155).

Y de esta forma, también visibilizar las desigualdades asociadas a la clase social, la pertenencia étnica, la condición étnica...

Retomando lo anterior, se concibe la Teoría de Género Feminista<sup>3</sup> como aquella orientación que se centra en y parte de las mujeres para visibilizar las relaciones de desigualdad de género, imbricadas en otras desigualdades; así como entender que el género es el organizador clave de los hechos sociales. Dicho esto, resulta de interés para la Teoría Feminista explorar sobre los estereotipos femeninos mostrados por la televisión.

Y dado que los estereotipos femeninos no surgen en aislado sino más bien se encuentran vinculados a la interacción de las mujeres con las distintas instancias socializadoras, me propongo ir encuadrando el tema e iniciar conceptualizando este proceso social.

## **1.2. Socialización**

Enunciar en concreto la definición de socialización resulta complejo. Tan sólo la literatura en torno a ella ofrece un amplio panorama de conceptualizaciones, cada una según la corriente teórica de cada autor/a.

Es de mencionarse que las definiciones han emergido, principalmente, desde la sociología y la psicología (ver Cuadro 1 y Cuadro 2), dos disciplinas encargadas de discutir un proceso entrampado en el devenir social del ser humano. Por lo que, realizando un estado del arte en cuestión, a continuación vislumbro una mirada general, sin ser exhaustiva, del andar de este término.

---

<sup>3</sup> Para tener un mayor panorama de este campo de investigación puede revisarse: Blazquez, 2008; Blazquez, Flores y Ríos, 2012; Blazquez y Castañeda, 2016; Jarquín, 2016.

**Cuadro 1. Principales concepciones psicológicas del término socialización**

Corriente psicológica	Definición
<i>Teoría conductista</i>	En el proceso de socialización el aprendizaje desempeña un papel importante; por ejemplo, un/a niño/a al nacer no tiene ninguna clase de prejuicios raciales, desarrolla esta actitud prejuiciosa como cualquier actitud aprendida.
<i>La educación centrada en la persona</i>	Busca generar seres humanos dinámicos y responsables, comprometidos y en continua búsqueda del desarrollo personal y social equilibrado. En este enfoque, el/la niño/a afirma su individualidad descubriéndose a sí mismo/a, así como descubriendo a los otros seres humanos con los que se puede relacionar de forma interpersonal, comunicándose y enriqueciéndose.
<i>Teoría psicoanalítica</i>	Para Freud, la socialización son los mecanismos a través de los cuales el ser humano se realiza con otros individuos. A partir del momento en el que el niño/a forma su <i>superyo</i> e internaliza las prohibiciones y prescripciones de la sociedad, asimila la cultura que prevalece a su alrededor y se siente socializado. A diferencia, el <i>ello</i> jamás socializa.
<i>Teoría cognoscitiva</i>	Se distinguen dos teóricos importantes: Piaget y Vygotsky. Piaget emplea el término social para referir un proceso inter-individual en el cual se presentan múltiples resultados de interés cognoscitivos, afectivos y morales, ya que el ser humano está inmerso desde su nacimiento en un ambiente social que le afecta. Vygotsky coloca en primer plano la influencia de la interacción con otras personas como parte de la construcción de sus estructuras cognoscitivas.
<b>Fuente:</b> Elaboración propia a partir de Flores (2005).	

Las concepciones psicológicas llegan a concebir la socialización como un proceso por medio del cual son adquiridos las creencias, valores y actitudes de una sociedad particular; involucrando dimensiones intrapsíquicas como la vinculación entre el individuo y algunas de las diferentes instancias de socialización.

Aquí hay que señalar que la psicología enfatizaba a la socialización como un proceso único y limitado a ciertos agentes socializadores, lo que no acontecía con la sociología.

**Cuadro 2. Principales concepciones sociológicas del término socialización**

Autor	Período histórico Año	Definición
<i>Karl Marx y George Simmel</i>	Siglo XIX	En el proceso de socialización se veían implicados factores políticos, económicos, simbólicos y culturales.
<i>Emilio Durkheim</i>	1910	Fue el primero en utilizar el vocablo socialización. Afirmaba que la educación es inseparable de las estructuras sociales en las que se asienta y sin las cuales es inconcebible, es decir, educar es socializar.
	Posguerra	El programa de estudio de la socialización se asoció con los ideales de la cooperación, la racionalidad, el pacifismo y los valores cívicos.
<i>Talcott Parsons</i>	1951	La socialización se vuelve una “función” de la sociedad, encarnada principalmente en los agentes de la familia y el sistema educativo.

<i>Luhmann</i>		Considera la socialización orientada a la conservación del sistema social, teniendo cada sistema sus propias funciones.
<i>Berger y Luckmann</i>	1968	Distinguen conceptualmente entre dos etapas de socialización: primaria y secundaria. La socialización primaria corresponde a la introducción del individuo en la sociedad, es decir, a la internalización por parte del sujeto de un "mundo objetivo" social construido por "otros significativos" encargados de su socialización. Generalmente, se le suele dar a la familia ese papel. La socialización secundaria se constituye en los procesos que introducen al individuo en nuevos roles y contextos de su sociedad, incluyendo particularmente a los "submundos institucionales" dependientes de la estructura social y la división del trabajo.
<i>Arnett</i>	1995	Propone tres tipos de objetivos para la socialización: 1) el control de impulsos, 2) la preparación para ocupar roles sociales y 3) la internalización de sentido.
<b>Fuente:</b> Elaboración propia a partir de Flores (2005) y Simkin y Gastón (2013).		

El siglo XIX, como fue revisado en el cuadro anterior, forjó un momento histórico importante de discusión en torno al vocablo socialización. Inicialmente no fue indispensable definirlo, más bien era de tomarse en cuenta elementos políticos, económicos, culturales y simbólicos presentes durante la interacción entre personas. Más tarde y

con el término construido, fue asociado a la educación, la cooperación, racionalidad, pacifismo, valores y pensado con una “función” específica y con ciertos “objetivos”.

La socialización permite vislumbrarla como un proceso que: a) inicia en el momento del nacimiento y perdura toda la vida, b) implica la interacción con otras personas, siendo que el ser humano no se realizará en solitario, más bien lo realiza en convivencia con ellas, c) con la socialización se evidencia un proceso de aprendizaje, a través del cual se interiorizan las normas, costumbres, valores y pautas de conducta y d) integra e incorpora las determinaciones de la estructura social dominante en la que interactúa. A lo largo de estos apartados, poco a poco iré profundizando en las particularidades de este tema.

Por lo pronto en esta primera revisión de lo que involucra la socialización, ha sido posible observar su importancia en la adquisición de elementos cognitivos, conductuales y actitudinales de las personas; intuyendo de alguna forma, el aprendizaje de los estereotipos femeninos en dicho proceso, pero antes de saber qué son, cuáles son y cómo se adquieren, considero crucial adentrarme en describir los estereotipos de género.

### **1.3. Estereotipos de género**

Llegado este tema y para enunciarlo en su totalidad, desmontaré dos de sus términos: estereotipo y género, mismos que servirán para la discusión.

#### *1.3.1. ¿Qué es un estereotipo?*

El estudio de los estereotipos no es reciente, más bien su examinación ha sido objeto desde hace tiempo. Un primer acercamiento al origen del

concepto lo proporciona Raluy (2002) en el Diccionario de la Real Academia Española (RAE):

Deriva del griego [stereós] “sólido” y [tipos] “impresión, molde”.

Otra definición similar es enunciada por el Diccionario del Español de México (DEM) (2017):

Plancha de impresión tipográfica obtenida por vaciado del plomo derretido en una matriz de cartón.

En las discusiones de Burin (1987) al respecto, cita que el diccionario Larousse en lengua española de 1972 define al estereotipo como “la imagen o idea adoptada por un grupo, concepción muy simplificada de algo o alguien”; mientras que la acción de estereotipar como “fijar, hacer algo inmutable”.

Ahora bien, las tres conceptualizaciones nos remiten al empleo que se hizo del término por vez primera en 1798, el cual fue acuñado por el tipógrafo Fermin Didot, quien describía un método o proceso de imprenta empleado por los impresores que consistía de “un vaciado de plomo” (Rivera, 2006, p. 5) a una plancha metálica o molde para duplicar el material original (Cook y Cusack, 2010). Estas primeras explicaciones son muy interesantes ya que concibe *literalmente* al estereotipo como un *molde tipográfico*.

Avanzada la segunda década del siglo XX, el estereotipo abandona su sentido literal para adaptarse *metafórica* y *empíricamente* como un concepto empleado en las Ciencias Sociales (Cook y Cusack, 2010), originando considerar el término en diversas acepciones, resaltando algunas de ellas:

Los estereotipos podrían concebirse como una forma especial de representaciones mentales asociadas a grupos de personas o categorías sociales (Expósito y Moya, 2005, p. 150).

Lippman, citado por Canto (2006), introdujo el término estereotipo en las ciencias sociales, utilizaba el término como muchos psicólogos cognitivos contemporáneos usan el término *esquema* (estructura cognitiva que influye en todas las actividades cognitivo-perceptuales que reciben todas juntas el nombre de procesamiento de la información). Los estereotipos son, por tanto, estructuras cognitivas que ayudaban a los individuos a procesar la información de su ambiente sobre grupos de individuos. Para Lippman no eran estructuras cognitivas neutrales, sino servían para explicar o racionalizar una situación social. Para Taylor y Crocker los estereotipos serían similares a las estructuras cognitivas denominadas esquemas (p. 223).

Siendo citado por García (2007), Allport definió el estereotipo como una creencia exagerada que está asociada a una categoría, con ella se justifica una actitud en relación a dicha categoría; es por eso que para este autor el estereotipo está muy relacionado con el prejuicio (p. 102).

Es así como Rivera (2006) citando a Schneider afirma que se trata de un término adaptado por diferentes ciencias y disciplinas, el cual es asumido como producto del sistema cognitivo, es decir, un *esquema*<sup>4</sup>.

El estereotipo en tanto esquema es muy importante para los seres humanos ya que permite asimilar la realidad. No se percibe el mundo “tal

---

<sup>4</sup> Un esquema, de acuerdo con Piaget, es una estructura psicológica encargada de organizar la experiencia, representando sus características más importantes; puede ser una imagen, palabras, objetos, acontecimientos, ideas y elementos sensoriales como el aroma de las rosas, texturas de papel... Están presentes durante todo el desarrollo: durante la infancia están basados en acciones, por ejemplo, succionan o sujetan, y utilizan estas acciones para crear categorías de objetos que pueden succionarse y que pueden asirse. En la adolescencia y la adultez, los esquemas son más abstractos, asociando funciones y conceptos: una adolescente ubicará el racismo, sexismo y fascismo en la categoría “ideologías que desprecio” (Kail y Cavanaugh, 2011).

es”, se preconice a partir de “imágenes mentales” o moldes previos en las cuales es posible significar el mundo que se percibe. Dicho de otro modo, esas imágenes mentales “nos ayudan a entender, simplificar y procesar los infinitamente variables, atributos, características y roles individuales del mundo en que vivimos” (Cook y Cusack, 2010, p. 12). Así, el estereotipo se convierte en un *sistema clasificador* que alberga diversos criterios como género, edad, idioma, sexo, orientación sexual...

Más tarde, relacionado como producto de la cultura (Canto, 2006; Kassim, Fein y Markus 2010; Arenas, 2009; Bustos, 1994 y Huici, 1999):

Los estereotipos son un conjunto de creencias acerca de los atributos personales de un grupo de personas, siendo atributos que en muchas ocasiones son definidos operacionalmente como adjetivos de rasgos de personalidad.

Hay una diferencia conceptual entre estereotipo y estereotipia. Los estereotipos son el conjunto de creencias, compartidas, acerca de los atributos personales que poseen los miembros de un grupo y la estereotipia consiste en utilizar los estereotipos para realizar inferencias, juicios, predicciones o conductas.

El estereotipo es el conjunto de rasgos asociados a un grupo o categoría social; lo que supondrían que los estereotipos serían creencias generalizadas -tendientes a ser erróneas- sobre los atributos y conductas que caracterizan a los miembros de un grupo.

Los tres criterios para definir a los estereotipos: a) criterio de generalización b) criterio de distintividad y c) criterio de diferenciación categorial

El estereotipo es la creencia que asocia determinados rasgos o características a un grupo.

Los estereotipos son aquellos rasgos atribuidos a un grupo de personas.

El estereotipo es el conjunto de características positivas o negativas atribuidas a los miembros de un grupo.

La conceptualización del estereotipo incluye tanto factores externos que corresponden a características del grupo que mantiene el estereotipo (motivaciones, incentivos y hábitos grupales); así reflejan al mismo tiempo el carácter del grupo descrito y proyectivamente el del grupo que lo describe.

Además de su carácter *clasificador*, ser contextualizado social y culturalmente, el estereotipo recibe diversas significaciones, entre ellas como: un conjunto de creencias compartidas, creencias generalizadas acerca de los atributos, rasgos, características y conductas atribuidas a los miembros de un grupo con el propósito de realizar juicios, inferencias y predicciones.

La creencia estereotípica “los estudiantes del salón 302 son emos”. Ante la visión generalizada de que los alumnos del salón 302 son emos; para estereotipar no será relevante la existencia de otras subculturas (como los Punk, Dark...). Si Mario, por ejemplo, pertenece o no a dichas subculturas, por el hecho de ser estudiante del salón 302, ya es considerado emo.

Hay que considerar que cuando se asignan estereotipos se *obvian* las necesidades, habilidades, capacidades, aptitudes y deseos individuales de las personas (Cook y Cusack, 2010), generando un impacto negativo en su confianza para formar identidades en base a valores y deseos propios.

Consideremos dos ejemplos más, el primero es sobre la creencia generalizada de “los hombres no lloran”. Para definir que se trate de la asignación de un estereotipo, no tendrá importancia si Pedro es una persona sensible y llora, al ser catalogado como hombre no le está permitido llorar, si lo hace, será considerado un “marica”.

La segunda: “las mujeres que juegan fútbol son ‘machorras’”. En este caso, el grupo social en cuestión son “las mujeres” y la visión

generalizadora se relaciona con la habilidad de jugar fútbol y ser considerada una 'machorra'. Cuando estereotipamos, no tenemos en cuenta las particularidades de las personas. Si Mariana juega fútbol y le gusta, esto último no tendrá importancia, sólo será relevante el hecho de que Mariana al ser catalogada como una mujer que juega fútbol, se piense que es una mujer-masculina por practicar un deporte considerado exclusivamente para los hombres.

Las caracterizaciones estereotípicas describen rasgos positivos y negativos (Bustos, 1994). Muchas generalizaciones basadas en datos estadísticos no implican connotaciones negativas, aun así constituyen estereotipos, por ejemplo, la correlación entre la fuerza física y ser catalogado como hombre.

Las generalizaciones se encuentran presentes en todo momento, más bien el hecho radica en estereotipar. *Estereotipar* es el proceso de asignarle a una persona características o roles en función de su pertenencia a un grupo en particular (v.g. Pedro es un niño obeso, la creencia estereotípica que opera sobre él concierne a "los gorditos son simpáticos, tragones y descuidados de su persona", atribuirle dichas características es estereotiparlo).

### *Clases de estereotipos*

Los estereotipos pueden ser: a) de sexo b) sexuales c) sobre los roles sexuales y e) compuestos.

(a) *Estereotipos de sexo*. Es un concepto que se emplea para "describir una noción generalizada o preconcepción que concierne a los atributos o características de naturaleza física o biológica que poseen los hombres y las mujeres" (Cook y Cusack, 2010, p. 29). Por ejemplo, es posible encontrar diversas percepciones generalizadas como "los hombres son más inteligentes que las mujeres", "los hombres son más fuertes

físicamente que las mujeres” “los hombres sí saben jugar futbol y las mujeres no” o “las mujeres poseen más habilidades manuales que los hombres”. Dichas generalizaciones pueden constituir descripciones estadísticas en tanto hombres o mujeres, en promedio, son más inteligentes (fuertes, mejores para el futbol, habilidades manuales) que hombres o mujeres. Sin embargo, dicha generalización puede ser falsa cuando se aplica a una mujer u hombre que es más inteligente (fuertes, mejores para el futbol, habilidades manuales)

(b) *Estereotipos sexuales*. Los estereotipos sexuales “dotan a los hombres y a las mujeres de características o cualidades sexuales específicas que juegan un papel en la atracción y el deseo sexuales, la iniciación sexual y las relaciones sexuales, la intimidad, posesión y violencia sexuales, el sexo como transacción (a cambio de dádivas, oportunidades o dinero) y la reificación y explotación sexuales (Cook y Cusack, 2010, p. 31). Ejemplos de este tipo de estereotipo son “todas las mujeres habrán de mantenerse vírgenes hasta el matrimonio”. Metafóricamente la virginidad es tierra no explorada, no habitada, sin propietario; mantenerse virgen es una garantía de la posesión del hombre sobre ella, observándola como un objeto (Corres, 2012) y para cumplir dicho propósito tomarán todo tipo de acciones para abstenerse de tener cualquier tipo de relación sexual; lo contrario es la impureza, la promiscuidad...

Esta clase de estereotipos son *prescriptivos* porque tienen la función de delimitar y establecer las formas aceptables de sexualidad femenina y masculina, privilegiando la heterosexualidad sobre la homosexualidad. Particularmente este tipo de estereotipos han sido empleados por mucho tiempo para controlar la sexualidad de las mujeres, al punto de considerarlas objetos sexuales para gusto de la gratificación masculina y posteriormente explotarla y violentarla (Cook y Cusack, 2010).

(c) *Estereotipos sobre los roles sexuales.* A partir de las diferencias biológicas de los sexos se determinan los roles (o papeles) propios de hombres y mujeres. Esta clase de estereotipos se conceptualiza como “aquel que describe una noción normativa o estadística sobre los roles o comportamientos apropiados de hombres y mujeres” (Cook y Cusack, 2010, p. 32). Por ejemplo, los hombres proveedores primarios del sustento económico y las madres, como amas de casa.

(d) *Estereotipos Compuestos.* El género “se intersecta con otros rasgos de la personalidad en formas muy variadas y crea estereotipos compuestos que impiden la eliminación de todas las formas de discriminación contra las mujeres y la materialización de la igualdad sustancial” (Cook y Cusack, 2010, p. 34). Dichos rasgos son edad, raza o etnia, capacidad o discapacidad, orientación sexual, clase o estatus, entre otros. El caso particular de despido de una mujer indígena con hijos; la creencia estereotípica de un mayor ausentismo por parte de empleadas indígenas con hijos motivó al empleador a despedirla.

*¿Por qué estereotipamos las personas?*

Las razones son diversas, complejas y hasta en ocasiones contradictorias. Muchas veces no se es consciente de poder estar pensando en términos de estereotipos, y eso debe a la imbricación del tejido social en los modos de pensar y categorizar. A continuación se enuncian las razones:

*Para maximizar la simpleza y la predictibilidad*

Las personas estereotipamos para reducir la complejidad de nuestra realidad. Al no ser capaces de albergar y procesar los detalles de individuos, objetos, animales y de todo aquello que nos rodea, empleamos formas clasificatorias y así llevar a cabo una economía de esfuerzos. De esta forma, los estereotipos permiten que las personas

organicen y defiendan sus posiciones dentro de la sociedad (Cook y Cusack, 2010).

En algunas ocasiones también estereotipamos cuando creemos que un atributo, característica, rol o comportamiento (típico) forma parte de un grupo social (v.g. “las mujeres son de menor estatura que los hombres” “las mujeres viven más que los hombres” y “las mujeres asumen primariamente la responsabilidad de la crianza”). Los dos primeros ejemplos se basan en los datos estadísticos observados de las mujeres; el segundo indica que la generalización indica que es mayormente probable que las mujeres asuman la responsabilidad primaria de la crianza.

Los estereotipos que se basan en datos estadísticos pueden ser problemáticos al momento de ser impuestos como un “modelo a seguir” o negar beneficios a individuos que no son parte del promedio respecto del grupo al que se le está aplicando la generalización (Cook y Cusack, 2010). El que las mujeres, estadísticamente, sean más débiles físicamente que los hombres, no debería ser relevante para determinar si se le brinda o no empleo a una mujer que lo solicita.

Los estereotipos también proveen predictibilidad. El uso repetido de estereotipos, genera en los seres humanos tranquilidad, consuelo, seguridad y familiaridad. Poseer ciertos hábitos, por ejemplo, tener una casa, vivir con alguien, tener una ruta para ir al trabajo, la escuela... constituyen organizaciones donde nos sentimos bien, “como en casa”, confiables.

#### *Para asignar diferencias*

Estereotipamos para definir la diferencia. Etiquetamos a todas aquellas personas que no nos son familiares, entre ellos los que salen de la norma o promedio; para no entender las diferencias o tomarnos tiempo en conocer a las personas; para atribuir erróneamente una característica o rol

a una persona porque creemos que es probable que todas las personas miembros del grupo social con el cual dicha persona se identifica, posea tal atributo o característica, o que cumpla con dicho (Cook y Cusack, 2010). Un ejemplo de esto último son los estereotipos étnicos, los cuales pueden llevar a los empleadores a no contratar o despedir a una mujer indígena por la preconcepción, según la cual hay mayor abstencionismo laboral por parte de mujeres indígenas con hijos. Este hecho “es un reflejo del prejuicio o de la parcialidad existente respecto del cual dicho individuo es percibido como miembro” (Cook y Cusack, 2010, p. 19).

Frecuentemente estereotipamos para marcar diferencias personales con propósitos malignos, hostiles, crueles, en afán de sentirnos superiores, llamando “el otro/a”; contrariamente, también lo hacemos para etiquetar con fines benignos o protectores (políticas públicas proteccionistas, principalmente en el sector económico), excluyendo, capacidades, deseos e intereses de las personas.

#### *Para formular un “guión de identidades”*

Otra razón por la que estereotipamos es para “escribir un guión de identidades” (Cook y Cusack, 2010), es decir, para prescribir<sup>5</sup> atributos, características, roles, comportamientos a los cuales mujeres y hombres deberán adaptarse (Cook y Cusack, 2010).

Es posible concluir que un estereotipo corresponde a una visión generalizada sobre los atributos o características (conductas, roles, actitudes, aptitudes, habilidades, capacidades...) que los miembros de un grupo en particular deben poseer. Mejor dicho, los estereotipos parten de generalizaciones, o sea, suponer que todas las personas poseen atributos

---

<sup>5</sup> Un estereotipo prescriptivo delimita las identidades. Un ejemplo de este tipo de estereotipo es el relacionado con la belleza de las mujeres. Se espera que la mujer conforme su belleza al estilo occidental: delgadas, senos grandes, uso de maquillaje...; inferiores, sumisas, incompetentes, provocadoras sexuales.

o características específicas. Para señalar una preconcepción como estereotipo es creer que una persona por el hecho de pertenecer al grupo donde se está generalizando, también actuará de acuerdo a la visión generalizadora. Por tanto, las dimensiones de personalidad de un individuo serán obviadas por la visión generalizadora sobre el grupo con el cual se le identifica.

Bien, definido el término estereotipo y, para terminar de construir la definición de estereotipos de género, ahora daré paso al segundo término, *género*.

### 1.3.2. *¿Qué es el Género?*

Los primeros años de vida, y no menos importantes los subsecuentes, son propicios para la experimentación de prolijos aprendizajes y observaciones de cuanto rodea a las personas. Uno de esos aprendizajes es la internalización de características, símbolos, prácticas y representaciones sociales (García, 2007) del universo que habita.

Las características, símbolos, prácticas y representaciones no se asimilan inmediatamente, se requiere de formas de clasificación y reorganización de elementos para asignar una identidad a cada sujeto. Entre las diversas clasificaciones propuestas se encuentran: nombres de familia, la nacionalidad, las razas, las religiones...; Estado, poder, proletariado, capitalismo... y *clase social*. En esta última Corres (2012) afirma que se constituyen:

la conciencia individual y la conciencia de pertenecer a un grupo, que nos ubican en el todo de la sociedad y por las que asumimos funciones que corresponden al lugar que se nos asigna según la época y la cultura, con lo que esto implica en términos de beneficios y costos (p. 111).

Así, la *clase social* devela conflictos, intolerancias, abusos, invasiones del/a otro/a y a su no reconocimiento y anulación en la alteridad; sin embargo, se hizo necesario elaborar otra que permitiera dar cuenta de otros elementos y soslayara análisis más precisos. Esa categoría es el *género*.

El género, es un término con una larga historia cuyo empleo como categoría conceptual en las ciencias sociales aconteció en la década de los setenta. Así también, es importante considerar el género como una temática de empleo vigente que genera controversias<sup>6</sup>. Como teoría, tiene su punto de partida en el Feminismo Contemporáneo (Chávez, 2014), la cual se ha estudiado, según López (2011) desde el *estudio de mujeres*<sup>7</sup>, el *movimiento feminista* y la *perspectiva de género*<sup>8</sup>.

En una idea analítica es posible concebir al género como “aquella construcción cultural que realiza cada sociedad y pueblo, a través de la cual atribuye normas ideales de comportamiento sexuado para hombres y mujeres” (López, 2005, p. 36; 2007, p. 244, véase también 2011, p. 45). Es decir, el género refiere algo más que hombres y mujeres; se trata de lo que

---

<sup>6</sup> En un primer momento, el género frente al sexo, era entendido como la categoría analítica que aglomera las características sociales y culturales asignadas a hombres y mujeres. Sin embargo, ha sido la teoría feminista, ya que como lo afirman Capitolina Díaz y Sandra Dema, 2013 la que “trata de comprender la posibilidad innata o socialmente construida del género, es decir, en qué medida los comportamientos son aprendidos o inherentes a la condición biológica de hombres y mujeres, o si el sexo lleva a tener un género determinado, como construcción social” (p. 66).

<sup>7</sup> Miriam López argumenta que los estudios de mujeres centran su atención en las mujeres como grupo y toda su diversidad. Su denominación implicó realizar el estudio de las mujeres sin tomar en cuenta a los hombres.

<sup>8</sup> Esta precisión alude como bien señala Patricia Castañeda, 2014, pp. 152-156 a que el movimiento feminista propone “... considerar la situación de las mujeres como punto de partida y analizar el papel del género con otros ordenadores sociales (como la exclusión y desigualdad) para poder explicar su interacción con otros sujetos o grupos sociales que también viven en la alteridad. Mientras que la perspectiva de género constituye “una línea desprendida de la elaboración feminista de la categoría género. Retoma a éste último como elemento central de su análisis, dejando entrever su interacción con otros ordenadores, como la diferenciación y jerarquización entre hombres y mujeres”.

Sánchez (2003) describe como un “lente” que permite ver, analizar y actuar en las relaciones entre los géneros, permitiendo de esta forma, una examinación más profunda de la realidad social.

Blazquez (2004), citando a Harding, habla sobre los tres componentes del género: un componente simbólico, referido a cosas e ideas que no necesariamente tienen que ver con el sexo; un componente estructural, el cual se encuentra en la base de la organización social y la división de trabajo de la sociedad, manifestándose a través de diferentes espacios socializadores y, finalmente un componente individual, al influir en la identidad de las personas.

Es importante distinguir entre sexo y género. Al respecto, dice Lamas (2002) que la cultura ha marcado a los sexos con el género. El sexo<sup>9</sup> tiene como base la diferenciación sexual que los hace definirse como hombres o mujeres (Matud, 2009).

Dicho en otras palabras, sexo y género son conceptos distintos y en constante vinculación. El sexo, como variable dicotómica, identifica y diferencia características anatómo-fisiológicas de hombres y mujeres; en tanto el género clasifica, diferencia las conductas cotidianas y de interacción de hombres y mujeres. Sin embargo, existe una relación deliberada entre sexo y género (v.g. si el infante se trata de una niña, se le vestirá de rosa, sus juguetes serán juegos de té, muñecas...), asignando así atributos diferenciados entre hombres y mujeres, construyendo lo femenino y lo masculino (Chávez, 2015), estableciendo lo *propio para cada sexo*:

---

<sup>9</sup> Características biológicas, anatómicas, fisiológicas y cromosómicas de los seres humanos de la mujer y del hombre, determinadas por los cromosomas sexuales -XX en la mujer y XY en el varón, las glándulas sexuales reproductoras -ovarios y testículos-, las hormonas -estrógenos y andrógenos, las estructuras reproductivas internas -oviductos, útero, vagina, etc. y conductos espermáticos, vesículas seminales, próstata, etc.-, los órganos sexuales externos -clítoris, labios menores y mayores, etc., y pene y escroto- y el aspecto somático -somático estatura, peso y caracteres sexuales secundarios-.

... la posición de las mujeres [y los hombres], sus actividades, sus limitaciones y sus posibilidades varían de cultura en cultura. Lo que se mantiene constante es la diferencia entre lo considerado masculino y femenino. Pero si en una cultura hacer canastas es un trabajo de mujeres (justificado por la mayor destreza manual de éstas) y en otra es un trabajo exclusivo de los varones (con la misma justificación) entonces es obvio que el trabajo de hacer canastas no está determinado por lo biológico, sino culturalmente (Lamas, 2002, p. 30).

Así, lo designado culturalmente como propio de cada sexo (femineidad/masculinidad) es asumido por un proceso individual y social llamado *proceso de adquisición de género*<sup>10</sup>. A partir de la apariencia externa genital de las personas, se establecen formas de ser, sentir y actuar<sup>11</sup>. Lo contrario, es hablar de una desviación social (Bosch, Ferrer, Ferreiro y Navarro, 2013).

La *dicotomía masculino-femenino*, o, mejor dicho, lo que ha sido propio para cada sexo, tiene un largo recorrido histórico, según la época y la cultura. A continuación me propongo realizar un recorrido breve de su formulación.

---

<sup>10</sup> En el proceso de adquisición de género, según Marta Lamas (2002) se articulan tres instancias básicas:

a) La asignación (rotulación, atribución) de género. Ésta es realizada en el momento del nacimiento del bebé, a partir de la apariencia externa de sus genitales. En ocasiones dicha apariencia entra en contradicción con la carga cromosómica. b) La identidad de género. Surge en el momento en que el infante adquiere el lenguaje (entre los dos o tres años) y es anterior al conocimiento de la diferencia anatómica de los sexos. Una vez asumida ésta es casi imposible cambiarla. La identidad de género implica la autopercepción que se tiene (anatómicamente de ser macho o hembra) vinculado al entorno cultural (femenino, masculino) por el comportamiento, actitudes..., implicando también sus preferencias para formar parejas con hombres y mujeres. c) El papel de género. Éste se conforma con las normas y prescripciones que establece la sociedad y la cultura en relación al comportamiento femenino y masculino.

<sup>11</sup> Hay que aclarar que la forma femenina y masculina no siempre corresponden con el sexo de las personas, todo dependerá de si la cultura lo acepta o lo rechaza.

En las culturas antiguas, no se hacían diferencias “drásticas” como en los siguientes períodos venideros (v.g. la capacidad de engendrar en la mitología griega era atribuida a los dioses hombres -Zeus engendra a Dionisos y a Atenea-; el mito relacionado con la sexualidad, referido a que hombres y mujeres se complementan; la leyenda de Edipo -profecía en la que cuando llegue a la edad adulta matará a su padre y se casará con su madre- ejemplifica la forma como los griegos veían las pasiones humanas y el modelo de amor en la pareja hombre-mujer).

Por su lado, la cultura judía enfatiza que dios creó al hombre y para su compañía saca de él a la mujer. Tras desobedecer y comer del árbol prohibido, se forma una distancia entre dios y sus creaciones: “Adán y Eva reciben un trato diferente pues el primero es condenado a ganar el pan con sacrificio y, la segunda, a engendrar a los hijos con dolor” (Corres, 2012, p. 117).

Aquí los mitos e historias son un elemento crucial, pues las funciones de hombres y mujeres se definen: los primeros deberán dedicarse a buscar el sustento y las segundas, a parir a los hijos. También la capacidad de procrear y la virginidad fueron atribuidas a ésta última.

En el campo disciplinar, la filosofía como campo de conocimiento comienza a dar manifestaciones de lo femenino y lo masculino. El siglo XIX y XX, Simone de Beauvoir resaltaba el tema de lo femenino; Lévinas, por su parte, no omitía la diferencia entre lo femenino y lo masculino.

Por su parte, Descartes, Kant, Hegel y Husserl en ningún momento consideraron diferencias entre las y los seres humanos. Una nueva postura al respecto, es la de Schopenhauer, quien aseguró pautas para comprender lo femenino y lo masculino:

... propone que el hombre desarrolle su conciencia de especie y así vea las consecuencias de sus acciones, no solamente en cuanto a su futuro, sino también

en el de los demás; que considere, asimismo, el pasado, reconociendo a los que lo han precedido, pensando que no ha sido ni será el único habitante del mundo. Con respecto a la mujer, el autor recomienda que ella se piense individual, para que se procure a ella misma una vida digna. El equilibrio de estas dos tendencias en hombres y mujeres aumentaría la calidad de la especie (Corres, 2012, p. 122).

La conceptualización y revisión histórica anterior permiten caracterizar a la categoría género como un elemento impregnado en las relaciones sociales que se basan en las diferencias que distinguen a los sexos. Su diferencia, cualquiera sea ésta, se interpreta como una diferencia mayor, marcando y moldeando la vida de las personas. Dicho de otro modo, se espera que hombres y mujeres<sup>12</sup> actúen y sientan de cierta manera de acuerdo al género asignado (femenino/masculino).

Hasta aquí he desarrollado los términos de estereotipo y género. El primero entendido como un proceso que asigna generalizaciones en torno a las características de los miembros de un grupo y el segundo ubicado como aquella construcción cultural que considera la diferencia sexual para establecer lo propio de cada sexo (femenino/masculino). Ahora bien, ¿cómo entender un estereotipo de género?

García (2007) los define como “el conjunto de creencias sobre lo que significa ser hombre o ser mujer, poseen una fuerte carga simbólica en cuanto al valor y el estatus de hombres y mujeres” (p. 102). Mientras que Worchel, Cooper, Goethals y Olson (2002), Kail y Cavanaugh, (2011) y Carmona (2012) concuerdan en concebir a los estereotipos de género como aquellas creencias o ideas acerca de las características y conductas de hombres y mujeres.

---

<sup>12</sup> Concuerdo con Cook y Cusack (2010) considerar más adecuado, más que referirse a hombres y mujeres, emplear el concepto “identidades condicionadas por el género” para señalar las numerosas formas de identidad que pueden pensarse en términos de lo que significa femenino o masculino.

Sin mayor detenimiento, las definiciones anteriores recuperan los significados de estereotipo y género. Para fines de esta tesis, se empleará el término *estereotipos de género* para referir un proceso mediante el cual una persona es asignada a los mandatos de género, es decir, el deber ser de un hombre y el deber ser de una mujer.

Es útil mencionar que los estereotipos de género poseen características particulares: son *dominantes* y *persistentes*. Son dominantes al articularse a través de los sectores sociales y culturales y persistentes, a través del tiempo (Cook y Cusack, 2010), de modo que las distinciones realizadas entre hombres y mujeres (femineidad/masculinidad) cambian con el tiempo y no se encuentran sujetas a la inmutabilidad biológica del sexo.

La estereotipación de género por sí misma no necesariamente es problemática. Se vuelve problemática en el momento en que se ignoran las características, habilidades, necesidades y circunstancias individuales de las personas para ser asignadas a las categorías de femineidad y masculinidad.

Así es como de los estereotipos de género se desprenden dos categorías: estereotipos masculinos y estereotipos femeninos, en especial estos últimos, cobran un significado central para esta tesis. De ahí que en este momento corresponda abordarlos.

### *1.3.3. Estereotipos femeninos*

Retomando lo puntualizado en el apartado de socialización, dejé establecido tratarse de un proceso que inicia al momento del nacimiento y perdura durante todo el ciclo vital de la persona. Involucra la interacción y la interiorización de un conjunto de normas y pautas de comportamiento social.

En ese proceso socializador es donde se adquieren, reproducen y legitiman los estereotipos de género. El ser mujer y el ser hombre o los mandatos de género, acontecen en lo que Walker y Barton (1983) denominan socialización diferencial, es decir, desde que nacen los niños y niñas son asignados/as, a partir de su sexo, en la categoría de masculinidad y femineidad, respectivamente. De modo que, las diferencias entre hombres y mujeres contribuyen a “confirmar la creencia de que son diferentes y se comportan de forma diferente y contribuyen también a justificar la necesidad de continuar socializándolos/as de forma diferente” (Bosch, Ferrer, Ferreiro y Navarro, 2013, p. 16).

La categoría de masculinidad o los mandatos de género masculinos, como asegura Lagarde (2001), están definidos como seres para sí, racionales, autosuficientes, fuertes, controladores, proveedores, audaces, resolutivos, faltos de emociones, seguros y confiados de sí mismos; no cuestionarse a sí mismos ni a las normas grupales. Gustan del poder y el éxito (Rebollo, 2010). Los mandatos de género masculinos implican ser lo opuesto y no poseer alguna característica femenina.

En el caso de los estereotipos femeninos referiré a Basaglia (1983) para resaltar las dimensiones de la subjetividad femenina, las cuales serán de ayuda para presentar las mencionadas asignaciones a las mujeres. La autora habla de tres dimensiones: *la madre biológica*, *la madre dedicada a los otros* y *la niña sin madre*.

En la primera de ellas, *la madre biológica* describe:

Todo lo que se refiere a la mujer está dentro de la naturaleza y de sus leyes. La mujer tiene la menstruación, queda encinta, pare, amamanta, tiene la menopausia. Todas las fases de su historia pasan por las modificaciones y las alteraciones de un cuerpo que la ancla sólidamente a la naturaleza (pp. 34-35).

Debido a estas caracterizaciones naturales de la mujer, en nuestra cultura, es como se le vincula todo en cuanto ella es a la naturaleza describiéndola débil, obstinada, dulce, maternal, estúpida, seductora, pérfida y amoral. Tiene que aspirar a la belleza, lo cual las hará visibles y aceptadas socialmente (Lagarde, 2001). Todas aquellas *diferentes* como la fealdad, no maternales, inteligentes, agresivas y morales serán consideradas en “contra natura”.

*La madre dedicada a los otros* sigue la lógica:

Si la mujer es naturaleza, su historia es la historia de su cuerpo, pero de un cuerpo del cual ella no es dueña porque sólo existe como objeto para otros, o en función de otros, y en torno al cual se centra una vida que es la historia de una expropiación (p. 40).

Esto significa que en ella no hay cabida al placer o la autonomía. Es posible que poco a poco se perciba como un objeto sexual del hombre, una mercancía, así como lo afirma Rubin (1986):

Una mujer es una mujer. Sólo se convierte en doméstica, esposa, mercancía, conejito de *play boy*, prostituta o dictáfono humano en determinadas relaciones. Fuera de esas relaciones no es la ayudante del hombre igual que el oro en sí no es dinero (p. 96).

Su sexualidad le pertenece al hombre, a sus hijos, a los otros; su cuerpo cosificado se encargará de nutrirlos, comprenderlos, sostenerlos y sacrificarse por ellos, anulándose ella, es decir, como una mujer-cuerpo para otros.

En esta segunda dimensión, las mujeres son ubicadas en lo que Lagarde (2001) reafirma es el rol de cuidadoras, responsables del

bienestar de los demás; no esperando nada, ni reciprocidad a cambio de tales funciones. Se espera la renuncia a sus propias necesidades o deseos. Hay predisposición en ellas, o sea, sólo se encuentran completas hasta “pertenecer” a alguien; la maternidad es el punto de plenitud.

Por último, la tercera dimensión denominada *la niña sin madre*, “la madre tiende a transmitir a su hija modos de supervivencia y no las herramientas para vivir” (Basaglia, 1983, p. 46). En este caso la madre se encarga de brindar la capitulación a su hija, así como de los límites que no deberá traspasar, contribuyendo a su empujamiento y por lo tanto, a la represión de sus intereses. La relación simbiótica de la madre hacia la hija tendrá que ser lo más natural posible para que a la segunda no le quede mayor duda de cuáles habrán de ser sus limitaciones. En caso contrario, estaría mostrando el fracaso de la madre.

Esta tercera dimensión de la subjetividad femenina se encuentra asociada a la soledad de la mujer. Cuando esta pasa de la tutela del padre a la del marido, la niña se queda en estado de orfandad, sin un apoyo.

El modelo de subjetividad femenina propuesto por Franca Basaglia, en diálogo con Marcela Lagarde y Gayle Rubin, acierta en facilitar elementos para distinguir los *estereotipos femeninos* y poder definirlos como *aquella categoría que designa atributos de femineidad*.

Las características femeninas anteriormente descritas, son ubicadas en lo que Burin y Meler (2006) denominan *tradicionales*. Es decir, se caracterizan por una marcada división sexual del trabajo, preponderando el sexo masculino sobre el femenino. Aquí la mujer es la encargada de las tareas reproductivas y asume, por voluntad o coacción, dichas expectativas tradicionales.

Otro tipo de estereotipos son los *no tradicionales, innovadores o modernos* (Burin y Meler, 2006). En ellos, las mujeres inician un proceso de reconocimiento hacia ellas mismas: expresan sus intereses, buscando

satisfacción personal y éxito profesional. Interactúan en un ambiente de equidad para la realización de las tareas domésticas, extradomésticas y cuidado de las/los hijas/os.

El poder emocional, económico y racional es decidido y ejercido por ella y su pareja. Así como también, la resolución de conflictos se da bajo una comunicación asertiva, reduciendo o anulando los niveles de violencia.

Los estereotipos femeninos también pueden ser *transicionales*. De nueva cuenta, Burin y Meler (2006) los definen como aquellos que poseen rasgos tradicionales y rasgos innovadores o no tradicionales. En ese mismo sentido, Lagarde (2012, 2001) argumenta ser una condición de “nosotras las contemporáneas”, quienes se encuentran en una construcción de género tradicional y una construcción de género moderna (innovadora o no tradicional), la cual nos define.

Al resultado de dicha condición, le llama *sincretismo de género*:

Considero que es nuestra marca de género en estos tiempos de cambio de siglo y de milenio. Al resultado que produce esta doble construcción, a esta marca que nos define le he llamado sincretismo de género. Sincretismo quiere decir mezcla. Es una mezcla de factores diferentes que se articulan y crean algo nuevo y distinto a sus orígenes (Lagarde, 2001, p. 16).

Es de mencionar que las construcciones de género tradicional y moderna generan contradicciones y conflictos en las mujeres:

Lo tradicional y lo moderno no sólo son diferentes. Son antagónicos. Este antagonismo produce a menudo profundos conflictos internos en las mujeres. Y vivir se convierte en el arte de ir resolviendo las contradicciones, antagonismos y

paradojas que nacen del sincretismo de género que nos marca a todas y a cada una. Es un arte que requiere de muchas artífices (Lagarde, 2001 p. 16).

Así es como los estereotipos femeninos cobran la forma tradicional, no tradicional y en transición. Los primeros fueron ampliamente descritos en este apartado y serán de gran utilidad para emplearlas en el apartado de Estrategia Metodológica de esta misma tesis; los demás se revisarán con mayor detenimiento en el apartado del Estado del Arte.

Por lo pronto, me quedaré en este apartado, ya que falta explorar sobre ¿quién realiza las asignaciones de los estereotipos femeninos? Y aquí es donde se hace necesario hablar de las instancias de socialización.

#### **1.4. Instancias de socialización**

Como ya he venido afirmando, la socialización es un proceso largo y complejo que involucra la interacción con otros individuos así como la internalización de normas, valores, actitudes, conductas... Las *instancias* que participan en el mencionado proceso son: la familia, el grupo de pares, la educación (formal y no formal), la iglesia, el juego y el lenguaje y, los medios de difusión.

La *familia* es la primera instancia de contacto y en donde se inicia fuerte transmisión de valores y creencias. Como institución, Espinar (2009) y Woolfolk (2006) sostienen que los padres (o el padre o la madre) responsables del cuidado y crianza de los/las hijos/as desempeñarán un papel importante en la transmisión de valores y pautas de comportamiento. Así, desde el primer momento que una persona nace en una familia, el trato será distinto: si es niño, se pondrá énfasis en la audacia, libertad, inteligencia; se priorizarán sus capacidades físicas, de rebeldía, agresividad y se le proporcionarán juguetes para incentivar su

imaginación; en cambio, si es niña se ensalzan las cualidades femeninas de abnegación, sacrificio por los demás, sumisión, docilidad, seducción (Bustos, 1989b) y los juguetes proporcionados a encaminar su lugar en el espacio doméstico.

En esta primera instancia de socialización cabría hacer algunas aclaraciones: las prácticas familiares reflejan y transmiten valores que se encuentran presentes en la cultura, es decir, la familia no parte de cero para enseñarlas, más bien, parten de tener en cuenta sus experiencias de socialización. También, la conformación de las familias ha trascendido. Ya no se conforman tradicionalmente (v.g. familias homoparentales, uniparentales) no mostrándose ni presentando problemas emocionales ni de comportamiento.

Parafraseando a Grose y Davidof, Simkin y Becerra (2013) identifican cinco dominios de socialización al interior de la familia: 1) Protección: los/las hijos/as cuyos padres saben cómo manejar sus emociones presentan un apego seguro, lo que favorece su proceso de socialización, como la regulación de emociones, la capacidad de hacer frente al estrés o la empatía hacia los demás 2) Reciprocidad mutua: este dominio se refiere a que los agentes de socialización respondan adecuadamente a las solicitudes del/a niño/a. 3) Control: los objetivos de padres y niños pueden diferir, sobre todo a medida que el/la niño/a gana autonomía. Son dos los estilos de control: control autoritario, caracterizado por la incapacidad de compartir el poder de decisión con los/las niños/as y de la imposibilidad de diálogo; control autoritativo, existe exigencia de cumplimientos hacia los/as niños/as, considerando sus necesidades y deseos. 4) Aprendizaje guiado: se da una facilitación del aprendizaje del/a niño/a, facilitando al mismo tiempo su autonomía. 5) Participación grupal: los padres, como agentes socializadores, incentivan a que sus hijos/as sean partícipes del establecimiento de reglas y límites.

Simkin y Becerra (2013) conciben el *grupo de pares* como un conjunto de individuos que comparten vivencias y ámbitos de interacción. Durante la infancia, los grupos de pares se componen de compañeros/as de clase; en la adolescencia, lo hacen personas que comparten actividades o intereses. La socialización en el grupo de pares no se limita al ámbito escolar, también se suele invertir tiempo en las calles u otros lugares públicos como plazas, centros comerciales, iglesias...

Los mecanismos de socialización del grupo de pares se enmarcan en tres rubros: sincronía interaccional, definiendo así al proceso por el cual una semejanza entre los miembros del grupo, ya sea en pensamientos o modos de conducta. Otro es la comparación grupal, refiriéndose a cuando las personas comparan sus habilidades y opiniones con las de otros individuos y grupos, de tal modo que si existiera alguna discrepancia, se producirían cambios en alguna persona o en el grupo. Por último, se encuentra el proceso de influencia normativa, que consiste en la adherencia a determinadas reglas que existen al interior de un grupo a fin de evitar emociones negativas, como la vergüenza o el rechazo grupal.

La *educación* representa otra influencia socializadora muy importante, la cual variará de acuerdo a cada sociedad y cultura. La educación (formal y no formal) puede fomentar, reforzar y mantener valores y pautas de comportamiento a través de los juegos y juguetes impregnados de una ideología particular:

Los juegos y juguetes permitirán a las niñas una aceptación 'normal' de los papeles o roles, puesto que a través de los juegos se ensayan incursiones prematuras en el rol de madre, esposa y encargada de los quehaceres domésticos (Bustos, 1989b, p. 723).

Por tanto, Simkin y Becerra (2013) citando a Wentzel y Looney, hablan de que el espacio educativo tendrá como propósito una formación académica, ubicada en contenidos curriculares. Hay que destacar, por ejemplo, que la imagen femenina y masculina de los textos se encuentran matizados de elementos sexistas, destacando la superioridad masculina sobre la femenina; los niños pueden descubrir personajes como los guerreros y las niñas, a las princesas.

La *religión* también juega un papel importante como socializadora de valores y pautas comportamentales. A través de una ideología patriarcal consideran a la mujer como el “recipiente del germen masculino”; por ejemplo, dentro la religión judeo-cristiana impone deberes para las mujeres: ellas habrán de ser las comprensivas, la que tiene que acatar, “la responsable del cuidado de la prole y de las labores de su casa...” es decir, la mujer tiene una presencia pasiva.

El *juego* es una actividad inevitable y primordial de la niñez y además ligado al desarrollo físico e intelectual. Puede ser definido como “aquella actividad estructural que consiste ya sea en el simple ejercicio de las funciones sensorio motoras intelectuales y sociales” (Flores, 2005, p. 43). De esta forma, el juego constituye una herramienta son que cuenta el/la niño/a para conocer su realidad, como un puente entre la ejecución sensorio motriz y la representación del pensamiento (Flores, 2005); por tanto, el juego constituye un peldaño indispensable para su desarrollo no sólo físico, sino también intelectual.

El *lenguaje* se convierte en un medio para lograr dicha comunicación, principalmente e inicialmente en el contexto familiar: para dirigirse a él, transmitirle órdenes, reglas... su aprendizaje le permitirá una convivencia con los integrantes de su entorno. Recién nace, el infante se adscribe a un sistema de lenguaje, adoptando una lengua, la cual existe independientemente de él/ella. Al adoptarla, “se enmarca en un orden

determinado, ya que el lenguaje se sitúa en el centro de la articulación social, aprendiendo a usarlo y entenderlo por medio de la experiencia (Flores, 2005, p. 49). Así el lenguaje será empleado con distintas finalidades, muchas de las cuales implicarán la interacción con otras personas.

Por último, los *medios masivos de difusión* constituyen una de las instancias socializadoras más importante. Desde los medios impresos (periódicos, revistas, fotonovelas, folletines, etc.), hasta los electrónicos (televisión, radio, videos, cine, etc.) tienen un impacto en la conciencia y el comportamiento humano (Bustos, 1989b).

Cada sociedad dispone de cantidad y acceso distintos a los medios de comunicación. En las sociedades occidentales, por ejemplo, hay una amplia variedad de medios que tienen una alta incidencia: la televisión y el internet.

El *consumo televisivo* se asocia a motivos diversos: construcción de la identidad relacionada con la edad; adquisición de habilidades personales y competencias sociales; reproducción de ciertos valores por parte de niños/niñas y adolescentes; desarrollo de otros hábitos sociales (uso por más tiempo de consolas de juego, computadoras y la lectura); consumo de violencia televisiva y su relación con actos de violencia.

El *internet* y su socialización en niños/niñas y adolescentes evidencia posiciones ambivalentes: las “pesimistas” resaltan el “aislamiento social” y la asociación a relaciones intrafamiliares más débiles y baja autoestima; las “optimistas” asocian la socialización y el desarrollo de la identidad como la autoexpresión.

De esta manera, cada una de estas instancias tiene una función Bustos (1992, 1989b):

... éstas tienen la función de conformar, transmitir, mantener y perpetuar valores, creencias y actitudes que influyen y en gran medida determinan el modo de pensar y actuar de la gente (es decir, conforman los roles de género) (p. 722).

Dicho en otras palabras, la socialización mantiene el contacto con aquellas instancias que reproducen, perpetúan y legitiman las condiciones materiales e ideológicas del sistema dominante para asimilar formas de ser y actuar diferenciadas.

Estas formas diferenciadas del deber ser de mujeres y hombres son establecidas por una sociedad patriarcal<sup>13</sup>, ligando siempre lo femenino a la naturaleza y lo masculino al control (Chávez, 2006). Asegurando de esta forma y como lo afirma Chávez (2015) una supeditación de lo femenino hacia lo masculino, generando falta de equidad, discriminación y marginación, mayormente en las mujeres.

Así establecida la función de la socialización y sabiendo cuáles son sus instancias, es pertinente aclarar que los estereotipos femeninos pueden ser adquiridos, reproducidos y legitimados en cualquiera de ellas. En tanto, aquella de interés a esta tesis, son los medios masivos de comunicación.

### **1.5. Medios Masivos de Comunicación (MMC)**

Los medios masivos de comunicación (MMC) son una instancia inevitable en el proceso de socialización de las personas. Domínguez (2012) señala que:

---

<sup>13</sup> El patriarcado es una estructura de poder existente en la sociedad, que hace referencia a una forma de organización social, en donde la autoridad es ejercida por un varón, hombre, presidente, primer mandatario, jefe de familia que extiende su poder sobre los otros hombres y sobre las mujeres.

Los medios de comunicación masiva (mass media), son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros (p. 12).

Por lo que, minimizar el tiempo que se invierte en la comunicación, es uno de los principales cometidos de los MMC (Arenas, 2009). Envían un sólo mensaje a toda la audiencia, aunque particularizando en un público deseado, añadiendo con esto más público al mensaje enviado.

Formar parte de la vida diaria de las personas también constituye uno de los propósitos de los medios masivos, permitiendo la comunicación a grandes distancias. Según Domínguez (2012) la comunicación en masa aminora las relaciones personales, segmentando a los individuos de su entorno sociocultural y generando masas de individuos heterogéneos, por ejemplo, personas de distintos estratos sociales, culturales, de intereses diversos...

Así, la función de los medios es *informar* y *entretener*. La audiencia desea obtener de los MMC información sobre su entorno, la cual es considerada suficiente y veraz, permitiéndole ayudar a manejar su cotidianidad. De igual manera, se espera que la comunicación sea accesible, pudiendo ser fácilmente comprendida y capaz de entretener a través de las diversas transmisiones (Martín, 1984).

El proceso comunicativo tradicional en los medios masivos sólo incluía al emisor, el mensaje y el receptor. El emisor es aquella persona encargada de producir y emitir la información (mensaje) al receptor, quien la recibe y la interpreta. Esto último ha cambiado, ahora se incluyen otros elementos para su análisis, tal como el código, ese conjunto de signos (verbales, no verbales) con el que se comunican el emisor y el receptor; canal, o sea, el medio físico a través del cual se transmite el

mensaje y el contexto, situación comunicativa que comprende al emisor y receptor.

### *Clasificación*

Los medios masivos de comunicación son vastos, por ello es necesario establecer una clasificación que permita ubicarlos por su tipología, a saber (Domínguez, 2012):

Medios primarios (propios).

Son aquellos que se encuentran ligados al cuerpo y que no necesitan de tecnología para su comunicación. Son ejemplos, un orador, sacerdote u obra de teatro.

Medios secundarios (máquinas).

En este caso sí se requiere del uso de tecnologías para emitir el mensaje, por lo que el receptor no requiere de ninguna tecnología para recibirlo. Por ejemplo, periódicos, revistas, gacetas, folletos...

Medios terciarios (medios electrónicos).

El uso de tecnología se torna sumamente importante tanto para el emisor como para el receptor. Ejemplos de este tipo de medios son la radio, televisión, teléfono... En el caso de la televisión, las personas requieren de un televisor para recibir la programación transmitida.

Medios cuaternarios (medios digitales).

Reciben el nombre de nuevos medios de comunicación, los cuales han sido producto del avance tecnológico. Los así llamados, permiten una comunicación bilateral y masiva; acortan distancias entre individuos y

emplean las últimas tecnologías para la calidad de emisión y recepción de los mensajes. Ejemplos son: internet, celulares, televisión HD.

Al constituir una institución mediadora, los medios de comunicación intervienen entre los hechos y lo que se informa de ellos, ofreciendo elementos simbólicos a partir de los cuales las personas construyen su percepción del mundo; forjándose así como una fuente importante en la formación de esquemas.

Además, los medios de comunicación brindan modelos de conducta (Inmujeres, 2005). Son responsables, como afirma Vargas (2012), de los cambios que acontecen en las relaciones interpersonales:

Con discursos e imágenes, los medios representan a las personas y las relaciones entre ellas. Así como son capaces de instalar ideas acordes con las transformaciones que se operan en la realidad, también pueden reforzar imágenes tradicionales y roles estereotipados de cada quien. En el ámbito de las relaciones entre mujeres y hombres, este poder de los medios es, sin duda, muy relevante (p. 1).

De esta forma, coadyuvan a construir identidades, influyendo en la imagen que las personas se forman de sí mismas. Esto significa que las identidades no se construyen en aislado, más bien se va configurando a partir de la interiorización de las ideologías imperantes (Arenas, 2009).

Por tal motivo y siendo tan diversos, es importante ir ubicando aquel medio masivo de comunicación que prepondera sobre los medios impresos, la radio y posiblemente también sobre la computadora. Me refiero a la televisión.

## 1.6. La televisión, un medio terciario

En México, la televisión es una de las tecnologías a las que más accede la población. Las estadísticas lo confirman: el 95% de los hogares cuenta con un aparato para informarse y/o para entretenerse (Animal Político, 2013). Más recientemente, el INEGI en colaboración con la Secretaría de Comunicación y Transportes (SCT) y el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), por segundo año consecutivo dio a conocer los resultados de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2016, realizada en 134 mil 079 viviendas reveló que entre 2015 y 2016, incrementó el uso de internet, así como de teléfonos inteligentes y TV digital” (Calderón, 2017). De lo anterior 93.1% de los hogares en México tiene al menos un televisor, 73.0% al menos uno es digital, representando 23 puntos porcentuales comparado con el 2015.

Otro dato que confirma lo anterior, la ofrece el Buen Fin<sup>14</sup> de noviembre 2017 en México: ¿Qué compraron los consumidores? 32% ropa, 18% pantallas (o televisores), 15% calzado, 14% teléfonos celulares, 13% equipos de cómputo, 13% enseres domésticos, 10% autos, 8% muebles, 5% juguetes, música y 3% libros (Calvillo, 2017); en otras palabras, la televisión todavía es una de las tecnologías de mayor presencia en las compras de la población mexicana.

Más aun, el periódico El Economista (2011) con información de la agencia IBOPE AGB, afirma que el promedio de tiempo diario por persona frente a un televisor es de alrededor de cuatro horas con 45 minutos y, de nueve horas y 25 minutos por hogar. De esta manera, tal y como lo argumentan Díaz, Rosas y Vázquez (1995) la televisión se

---

<sup>14</sup> El Buen Fin tiene un doble objetivo, por un lado, busca reactivar la economía con la colaboración de los sectores privado y público y por el otro, que el consumidor pueda acceder a productos y servicios a precios bajos con promociones que no obtendría en otra época del año.

encuentra encendida la mayor parte del día, cumpliendo distintas funciones:

... en la mañana despierta a los miembros de la familia, se mantiene como compañía durante el arreglo de la casa, o bien, cumple funciones de ‘nana’ de bebés que aún no caminan. A las 13 horas es ocupada por los niños que regresan de la escuela y se mantiene encendida hasta las 23 o 24 horas. Muchos no pueden dormir sin ver televisión. En general, las mujeres son el grupo más vinculado al medio, en especial las amas de casa (p. 176).

La alta recurrencia en las personas es porque cumple con la función de *relajar, entretener e informar* (Sartori, 1997). La televisión, un acto social, tal como lo sostiene Díaz, Rosas y Vázquez (1995) mantiene al/a espectador/a quieto/a, sin moverse, mostrándole imágenes venidas de otro lugar y “prácticamente” gratuitas:

Ver televisión es un acto social que no sólo remite a una forma de empleo del tiempo libre, es también una manera de formar parte de la sociedad contemporánea, proporcionando un denso tejido de experiencias que nutren las relaciones sociales cotidianas (pláticas, códigos comunes, configuración de identidades y pertenencias grupales) (p. 175).

Por lo que “ver tele” es una actividad que va más allá de la acción de encender y apagar la televisión. Implica un proceso social más amplio que tiene que ver en cómo transcurre y se vincula a la vida cotidiana.

Para las personas de nivel socioeconómico bajo, ver televisión es sinónimo de estar en casa. Los largos desplazamientos en transporte público y las jornadas de trabajo a muy temprana hora, generan que el

regreso a casa represente la posibilidad de descanso y relajación mientras se ve la tele. Así, la televisión es percibida como una actividad familiar.

En cuanto a la relación entre la televisión y los tiempos doméstico-familiares, son las madres, ancianos y niños quienes se encuentran en el hogar entre semana; y los hombres jóvenes y padres en la noche. Durante el día, el orden doméstico de “ver televisión” está normado desde la presencia de la madre. Al llegar el padre al hogar, “él es quien activamente marca pautas y tiempos de actividad: ver televisión, convivencia en la cena, horarios, etc.” (Díaz, Rosas y Vázquez, 1995, p. 176).

Así, los noticieros, programas infantiles, la radio, la publicidad, la música, los diarios impresos, el internet y la *televisión* reproducen situaciones de la vida cotidiana de hombres y mujeres (Ramírez, 2009).

De acuerdo con esta autora, en los *noticieros* los equipos de producción incluyen mujeres para la conducción de segmentos de salud, del clima, espectáculos y, a veces cultura. Detrás de cámaras, hay reporteras y guionistas representando la *cara bonita* de los programas, no más de eso; por su parte, la política, temas sociales y la economía son llevados por una imagen masculina. Los *programas infantiles* incluyen caricaturas donde generalmente la acción, la iniciativa, la fortaleza o la inteligencia están asociadas a figuras masculinas. Pocas series animadas incluyen figuras femeninas en acción. La *radio* es consumida casi igual por hombres y mujeres. Existe programación con mucho éxito y se trata de programas vinculados al tema de las mujeres. La *publicidad* sigue mostrando a la mujer, las comodidades y ayuda tecnológica por aquello de las dobles jornadas (Ramírez, 2009). En la *música*, los compositores le cantan a la mujer buena, abnegada, a la novia, a la que se le canta el 10 de mayo, a la mujer digna de ser madre y también a la mujer que soporta con estoicismo y calladamente el sufrimiento. Los *diarios impresos* son

menos consumidos por mujeres que por hombres en los que éstos últimos consultan información deportiva. La *Jornada*, de circulación nacional trabaja en un apartado especial donde se analiza la situación de las mujeres. Hay una gran cantidad de revistas en las que las mujeres son protagonistas. Su contenido gira en torno a chismes de espectáculos, fotos, publicaciones de manuales (arreglos florales, repujados en metal, bordados, corte, modas, listones...

En calidad de cumplir con la función de relajar, entretener e informar también se le atribuye constituirse como un instrumento de censura y que prácticamente puede llegar a cualquier hogar (Bourdieu, 1997). A través de la censura, se impone una falta de autonomía, puesto que los contenidos y las imágenes son seleccionadas para ser transmitidas. Sin embargo, también opera la autocensura por parte de la gente que se deja mostrar y llevar, consciente o inconscientemente, por dichos contenidos, llamando a esto último como una violencia simbólica.

Así, se seleccionan y transmiten contenidos vacuos, ellos se toman por importantes y se dejan de lado otro tipo de contenidos. De esta manera es como la televisión se convierte en un instrumento de mantenimiento del orden simbólico y de monopolio sobre las mentes:

... pero al privilegiar los sucesos y llenar ese tiempo tan escaso de vacuidad, de nada o casi nada, se dejan de lado las noticias pertinentes que debería conocer el ciudadano para ejercer sus derechos democráticos. Lo cual hace que se establezca una división, en materia de información, entre quienes pueden leer los diarios llamados serios (en el supuesto de que lo sigan siendo, debido a la competencia de la televisión), tienen acceso a los periódicos internacionales, a las cadenas de radio en lengua extranjera, y quienes, en el otro extremo, no cuentan con más bagaje político que la información suministrada por la televisión, es decir, prácticamente nada (p. 23).

Finalmente, la televisión constituye no tan sólo un instrumento de comunicación, sino también un instrumento “antropogenético” que genera un nuevo tipo de ser humano. El televisor se instala como la primera escuela de las personas, donde su educación se encontrará basada en un mundo centrado en la representación visual. De esta forma, como sostiene Sartori (1997) es reducido a ser un individuo formado por la imagen, un adulto que no lee, un *homo-videns*.

En conclusión, puedo asumir a la televisión como aquella tecnología presente en nuestros tiempos actuales, cumpliendo con diversas funciones: rebasa el hecho de sólo encenderla; relaja, entretiene e informa; representa algo más que una actividad familiar y es considerada un instrumento del mantenimiento del orden simbólico. Esta última aseveración es crucial, ya que de forma imperiosa, reproduce situaciones de la vida cotidiana de hombres y mujeres, estableciendo tras la pantalla su deber ser.

Sin embargo, todavía no he vislumbrado claramente quién se sitúa en el centro de dichas representaciones televisivas. Un poco lo he dado a saber en el apartado de Instancias de socialización, de modo que a continuación lo iré vislumbrando.

### **1.7. Telenovelas**

La preferencia televisiva de la audiencia mexicana sintoniza mayormente telenovelas, espectáculos, musicales, películas comerciales, programas de revista, y partidos de fútbol que programas con mayor contenido cultural o informativo.

Pareciera ser que la telenovela está por desaparecer. Sus niveles de rating han disminuido y eso no significa que vaya a la baja, más bien, como una industria que forma parte de un macrosistema bursátil “los

parámetros para establecer que algo funciona o no, son otros” (Cueva, 2015).

Las telenovelas reflejan ser una expresión televisiva de grandes éxitos comerciales, sociales y políticos. Y mayor aún, siguen siendo una forma poderosa de influencia y presencia en la población mexicana.

En un estudio realizado por el Colegio de México en el 2012, revela predilección por las *telenovelas*. Con una muestra de 3 mil 250 jóvenes mexicanos (76 ciudades de todo el país) se midió el nivel de cultura política entre la población de 18 a 29 años; los datos arrojaron que “32% de los jóvenes mexicanos descarta contar con alguna ideología, 34% reconoce predilección por las telenovelas y menos del 1% se interesa por las secciones políticas de los diarios” (Gómez, Tejera y Aguilar, 2017, p. 44). La siguiente tabla nos proporciona mayores datos:

JÓVENES			
¿Qué tipo de programación ve con más frecuencia en la televisión?	Hombre	Mujer	Total
Telenovelas	10.80%	55.30%	33.90%
Noticieros	29.40%	17.00%	23.00%
Deportivos	32.80%	1.60%	16.60%
Reality shows y Programas de Concurso	1.30%	3.60%	2.50%
Culturales	4.00%	2.90%	3.40%
Análisis político	0.30%	0.50%	0.40%
Cómicos	3.60%	3.10%	3.30%
Series	9.00%	8.60%	8.80%
Otro	5.20%	4.70%	4.90%
No veo T.V	1.20%	1.00%	1.10%
No respuesta	2.30%	1.80%	2.10%
Total	100.00%	100.00%	100.00%
Total	24039	26049	50088

Fuente: Encuesta Cultura Política de los Jóvenes 2012, pregunta 18\_1

Es de reiterar la preferencia en los jóvenes por las telenovelas. Se hace presente una diferencia de género: hombres 11% mientras que las mujeres 55%. De la programación abierta, los hombres prefieren los

noticieros (29%), deportivos (33%); las mujeres con un 17% observa noticieros y apenas con un 2%, programas deportivos.

Por otro lado, y con datos más recientes el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) presentó los resultados de la Primera Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales (2016), en ella se reveló que 80.9% ve canales de televisión abierta como una forma de entretenerse. Los canales en TV abierta más observados son el Canal de las Estrellas (64%); le siguen Azteca Trece con 48%, el Canal 5 con 38%, Azteca Siete con 37%, Gala TV con 18%, Canal Once 9%, Foro TV con 7%, Multimedios 5% y Proyecto 40 con cuatro por ciento. Entre los programas predilectos se encuentran: “con un 56%, las telenovelas con 47%, las películas con 42%, las series con 29% y los deportes con 28%” (Alonso, 2016). En cuanto a la televisión de paga, los y las mexicanos/as que prefieren observar películas representan 63%, series 42%, deportes 32%, documentales 30% y noticiarios 26%. No se aclara la frecuencia por sexo.

De lo anterior, es posible deducir que la telenovela, de entre las programaciones de televisión abierta, es la de mayor recurrencia entre la población mexicana, siendo mayormente predilectas por las mujeres. En tanto, también es posible destacar que la televisión de paga reporta frecuencias altas en sus programaciones: películas y series.

Destacada de esta forma, es esencial conceptualizarla y, aclarar su distinción, con la *soap opera*.

### *Soap opera y telenovela*

Los antecedentes de la telenovela latinoamericana como hoy se conoce, en palabras de González (2013), inician a partir de dos hechos importantes, la incursión de los propios empresarios en las radionovelas y el surgimiento de la *soap opera* estadounidense.

El surgimiento de la radio, acontecido en los años veinte, permitió incorporar programas donde se narraban dramas de la vida cotidiana, las cuales fueron adaptadas al formato radiofónico:

... la radionovela, que llega a consolidar su éxito en Latinoamérica durante la primera mitad del siglo XX, tiene entre sus orígenes al radioteatro norteamericano de los años 20 y 30. Las historias de amor que presentan logran tal impacto en las audiencias femeninas que algunas se mantienen en la radio por décadas y sus herederas hacen lo propio en la televisión (González, 2013, p. 9).

Poco a poco los anunciantes de grandes empresas de productos para aseo del hogar comenzaron a patrocinar estos programas con el afán de darlos a conocer, entre ellos jabones y detergentes, como una estrategia publicitaria para incrementar sus ventas y eliminar a su competencia. Los anuncios eran dirigidos a mujeres amas de casa, quienes escuchaban dichas historias mientras realizaban el quehacer de lavar la ropa. Así, el tiempo de las radionovelas era segmentado para incluir los anuncios de tales productos, recibiendo el nombre de *soap opera*.

La palabra "*soap opera*" significa "óperas de jabón", término tomado de las palabras "*Soap*" -jabón o detergente- y "*Opera*" -melodrama del romántico género musical" (Lataban, 1995, p. 5; Llorente, 2003, p. 2).

La *soap opera* tiene características definidas:

- Se trata de una narración que no tiene un principio y fin, es decir, no cuenta la vida de una sola persona (o protagonista), más bien hay una transición de los personajes, los cuales "nacen, crecen, se casan, triunfan y mueren" (Terán, 2000, p. 7). Los personajes salen o entran en la trama narrativa.
- Nunca termina (Lataban, 1995), dado que puede durar años al aire, sin interrupción.

- No existe una trama predecible: no se conoce el final de la historia, ni se conoce el rumbo de los personajes.
- Se encuentra dirigida al público femenino (Lataban, 1995) y se transmite por la mañana o tarde.

Por lo que las llamadas “*soap operas*” estadounidenses, como sostiene Llorente, (2003) tomaron simplemente a las radionovelas y la adaptaron a la televisión. Algo muy similar aconteció con la telenovela.

La telenovela, como afirma Durin y Vázquez (2013) es un término empleado en América Latina para la versión iberoamericana del *soap opera* de los Estados Unidos, es decir, es la adaptación de la radionovela a la televisión.

En su sentido simple, la telenovela dice González (2013) hace referencia a un formato televisivo en el que se cuentan historias *melodramáticas*. El surgimiento de la telenovela como melodrama latinoamericano fue posterior a la aparición del cine y la televisión, provocando, como lo asevera Benítez (2010), un acercamiento entre las clases altas y bajas.

¿Qué es un melodrama? Este concepto deriva del pensamiento *rousseauano* acerca del mito de Pigmalión: un tipo de drama donde palabras y música se presentan la una tras la otra.

Estructuralmente, el melodrama se desarrolla alrededor de cuatro sentimientos básicos –miedo, lástima, entusiasmo y risa-, que se corresponden con cuatro situaciones personificadas respectivamente por el traidor, la víctima, el justiciero y el bobo. La función dramática del primero consiste en acorralar y hacer sufrir a la heroína, quien representa la inocencia y la virtud. El justiciero, por su parte, es el encargado de salvar a la víctima y castigar al traidor; mientras que el bobo personifica lo cómico, se necesita para disminuir la tensión emocional (González, 2013, p. 7).

Inicialmente el melodrama surge como un espectáculo musical, consolidándose a finales del siglo XVIII. Implicaba que las representaciones no tenían diálogos hablados ni cantados debido a su prohibición. Más tarde se consolida la pantomima, la gestualidad exagerada, música y algunos otros efectos sonoros que acompañarían a la entrada en escena.

A mitad del siglo XIX surge un escrito en formato popular de masa llamado *folletín*. Constituía un espacio para la publicación de novelas, involucrando en ellas temáticas como los conflictos sentimentales, búsqueda del éxito social, condición de las mujeres, sustitución de los hijos, entre otros temas.

La telenovela como melodrama:

...constituye un relato que se soporta en un discurso emotivo exaltado a través de la musicalización y de una actuación exagerada. Es una ficción seriada –como el folletín francés de mediados del siglo XIX, la novela gráfica y la radionovela que le antecedieron- y se caracteriza por la segmentación estratégica de la trama a fin de cautivar la atención de los espectadores (Durin y Vázquez, 2013, p. 24).

El rasgo dramático de las telenovelas es su desenlace:

...el ‘final feliz’, el cual siempre debe estar plenamente articulado con los interrogantes y giros dramáticos de la narración, pero además debe responder a la expectativa de un final que castigue a los malos y a los buenos” (Trujillo, 2015, p. 250).

Además de ser un melodrama, también constituye una narración<sup>15</sup>. La telenovela contiene una trama con un principio y un fin, basada en un

---

<sup>15</sup> La narratividad es relatar el estado o la transformación de algo o alguien.

hecho real, irreal o ficticio (Jaramillo, 2013). Por lo regular, el tema principal es un problema de la vida cotidiana, a partir del cual el televidente vincula con su realidad constante.

La trama narrativa de la telenovela generalmente ha estado enfocada a la exaltación del amor y el sentimentalismo, preocupada por la construcción de identidades que trascienden las barreras sociales y de clase, y atenta a fortalecer los estereotipos y fomentar los lugares comunes sobre lo masculino y lo femenino, lo rural y lo urbano, el rico y el pobre. Todo esto en el marco de la tradicional lucha entre el bien y el mal, con roles claramente diferenciados entre héroes y villanos, ganadores y perdedores” (Trujillo, 2015, p. 250).

Desde entonces, la telenovela se ha postulado como uno de los géneros de mayor audiencia.

Según Benítez (2010) con el pasar de los años, las telenovelas hicieron adaptaciones de las novelas clásicas de la literatura a partir de libretos creados para las radionovelas.

#### *Características de la telenovela*

Como melodrama, se trata de una estructura basada en cuatro elementos básicos: el miedo, el entusiasmo, la lástima y la risa (Lataban, 1995).

Cueva (1998) señala los cuatro elementos de la telenovela: continuidad, la telenovela se ajusta a un período de tiempo, el cual puede tratarse de meses o años. La continuidad permite al televidente realizar actividades simultáneas. La telenovela se caracteriza por tener un principio y un final, presentándose en capítulos, con espacios comerciales; su duración es de treinta o sesenta minutos. El melodrama, se trata de un ejercicio didáctico en el que el bien triunfa sobre el mal, empleando emociones que harán que el espectador se identifique. La

pasión, en ella el espectador queda atrapado en los tormentos, deseos y arrebatos; la conclusión, es la culminación de la historia, aquí los personajes reciben su premio o castigo, anunciando a través de este recurso que la telenovela va a terminar.

Regularmente la duración de una telenovela es de 160 capítulos, aunque puede variar la historia o el éxito: las temáticas de las telenovelas son renovables, o sea, pueden contar una misma historia a través de diferentes repartos y recursos.

Mazziotti (1996) sostiene que la telenovela deberá contar la historia de amor que cuesta trabajo alcanzar, mantener o recuperar, superando todos aquellos obstáculos que pueden presentarse; las telenovelas latinoamericanas, en su mayoría, termina en boda, casamiento con ritual católico, vestido largo, anillos, música... (Llorente, 2003).

La telenovela, como sugiere Lataban (1995) debe tener un principio y un final; hay protagonistas, en torno a ellos gira la historia; la telenovela mexicana se transmite en la tarde y en la noche; existe una fuerte relación de las telenovelas y los cuentos de misterio y leyendas, por ejemplo, enredos de familia, hijos que ignoran su pasado, crímenes, engaños; tiene un punto de partida pero se llega a desconocer qué factores políticos, religiosos o sociales van a intervenir.

Molina y Carvajal, referidos por Llorente (2003) afirman que las telenovelas manejan el secreto como una herramienta para producir efectos específicos; se caracterizan por los finales felices; existe un sentido ético, enfatizando a los protagonistas y castigando a los antagonistas; se recurre a las pasiones, el romance y la sexualidad para reafirmar la naturaleza narrativa de la telenovela; la telenovela puede ser de dos tipos: abierta, se conoce el inicio y el desenlace, permitiéndose una libertad de situaciones y personajes; cerrada, las situaciones y personajes están

definidos desde un principio, sin la posibilidad de realizar cambios; las temáticas de las telenovelas son mercantilizadas.

Por último, es posible afirmar la telenovela como una herramienta para *entretener* y *educar*. Entretenimiento y educación no son excluyentes. Debe destacarse el potencial pedagógico de este tipo de producción. El hecho de ser un producto masivo hace de la telenovela una herramienta poderosa. Llega a todos los hogares, sin distinción de género o clase social, con una propuesta tentadora: entretener. Sin embargo, lo que a simple vista parece un divertimento puede llegar a educar sin que la persona se predisponga a ello, debido a su carácter inventivo:

Admite la invención, la creación de un universo que no se corresponde con el real. Al ser esta una característica explícita, el receptor no la percibe como una falta a la verdad, sino como producto de la imaginación. El contrato de lectura de una ficción supone que el receptor se enfrentará a ella consciente del carácter fantasioso del producto. De todos modos, no se debe olvidar que muchas veces la ficción tiene sus raíces en el terreno de lo fáctico, y por esta razón se ha convertido en una herramienta sumamente eficaz para transmitir conocimientos y vivencias al público (Ayres, 2009, p. 57).

Como discurso narrativo, las telenovelas implican diversos elementos (Llorente, 2003):

- El *objeto* es aquello que se quiere conseguir en la narrativa, aunque puede haber motivos que tratan de evitar, ocultar y destruir.
- Los *ejes narrativos* se refieren a los diferentes tipos de narración en las telenovelas, por ejemplo, el deseo, el poder, el querer y el saber. Pueden combinarse y dar lugar a nuevos tipos.
- *Situaciones*, cada una de ellas se hace presente en las telenovelas y los personajes pueden pasar de una a otra. Pueden ser estables,

degradadas, ambivalentes, de prohibición o de confrontación. Las telenovelas tienen esquemas, un esquema básico se encuentra conformado por: planteamiento de la historia, acumulación de conflictos, desenlace y final; un esquema detallado: situación inicial estable, ruptura de la situación inicial por la presencia de alguien externo, daño, presencia del héroe, delegación en el héroe de la misión de reparar el daño, lucha, victoria y recuperación o mejoramiento de la situación inicial estable.

- *Personajes*, éstos pueden desempeñar papeles rígidos o flexibles. En las telenovelas es posible hacer uso de los tipos de personajes: aquel que es bueno y no cambia o aquel que en un inicio es malvado y con el transcurso de la historia, se acerca al bien o viceversa.
- *Ambientes*, es el espacio donde cada personaje se mueve, para lo cual debe existir coherencia con los objetos. Un personaje, quien se asume como pobre, no podría representársele con una casa o ropa de lujo.

Como es de apreciarse, la telenovela comparte amplias características. Es posible resaltar que, principalmente, la telenovela y la *soap opera* comparten algunas semejanzas y diferencias. Como género televisivo, la telenovela es característico de los países latinoamericanos mientras que la *soap opera*, de los países anglosajones. En cuanto a su duración, la primera tiene una fecha de inicio y finalización, la cual no puede ser mayor al año y medio mientras que la segunda depende del rating. Los personajes de la telenovela no rotan o cambian, sino que se van consolidando con el tiempo; los personajes de las *soap opera* salen o entran en la trama narrativa. En tanto las telenovelas suelen transmitirse en el primer time y las *soap operas* en un horario por la mañana o tarde.

### *Clasificación de las telenovelas*

Por su tipología, las telenovelas se distinguen en (Jaramillo, 2013; Llorente, 2003):

1. **Teleteatros o teatros seriados**, cumplen con una función cultural y son realizadas por autores famosos y escritos para la televisión.
2. **Telenovela dramática**<sup>16</sup>, dramatizan un hecho de la vida cotidiana. Estas telenovelas son las más comunes, presentan conflictos amorosos o enredos entre personajes. Se clasifican de la siguiente manera:

2.1) *Telenovela histórica*, se trata de hechos y personajes de la historia de nuestro país o algún otro, combinando acontecimientos o personajes ficticios. Trae consigo la grabación en espacios abiertos (locaciones) que con el tiempo se convertirá en parte importante del atractivo de la telenovela.

Las telenovelas más representativas son *Carlota y Maximiliano*, *La tormenta*, *Los caudillos*, *La Constitución y el carruaje*, *el vuelo del águila*, *Senda de gloria* y *La antorcha encendida*.

2.2) *Telenovela didáctica*, este tipo de telenovela surgió para contribuir a divertir y educar al país. Se distinguen telenovelas como “Ven conmigo”, “Acompáñame”, “Vamos juntos” y “El combate”. Estas telenovelas promovían la educación abierta en la provincia; orientar a los adultos sobre el trato hacia los niños; inducir al pueblo a resaltar el valor de la responsabilidad y fomentar la

---

<sup>16</sup> Cualquier obra en formato audiovisual donde las emociones del espectador son inducidas o favorecidas por la música.

conciencia por la importancia de la educación de los hijos y adultos.

2.3) *Telenovela comercial*, este tipo de telenovela tiene una función mercantil, se le observa como una mercancía para ser vendida y difundida; también es el medio más idóneo para que las empresas muestren sus productos y servicios. Existen dos subgéneros de esta telenovela: la telenovela rosa y la de historia más realista. La primera gira entorno a personajes y situaciones claramente definidos, el bueno y el malo; el segundo tipo, existe una mayor planeación de la personalidad de los personajes. Es importante mencionar que entre escenas, se realizan anuncios comerciales.

2.4) *Campirana*, exalta la belleza del campo, los ranchos y los espacios al aire libre, aquí las locaciones juegan un papel importante.

2.5) *De época*, es una de las más detalladas y minuciosas. En ellas se recrean momentos del pasado poniendo énfasis en el vestuario, locaciones, accesorios y elementos de la época como coches y casas. Se recrean conflictos morales o religiosos pasados.

2.6) *De gemelas*, relata la historia de dos personas o más físicamente iguales. Por lo regular, se presenta a un personaje bueno y a otro malo.

2.7) *Millonarios*, se centra alrededor de grupos sociales altos y sus conflictos.

2.8) *De personaje o su destino*, se particulariza en un solo personaje y su lucha contra el destino.

2.9) *De protagonista negativo*, la historia gira en torno a un protagonista villano cuyo mensaje al final de la trama es “el mal nunca prevalece”.

2.10) *Esotéricas o de terror*, a lo largo de la trama se hacen presentes poderes sobrenaturales.

2.11) *Fársicas*, en su trama se emplea el humor paródico.

2.12) *Infantiles*, las historias están dirigidas al público infantil.

2.13) *Juveniles*, en ellas se inventó el manejo musical dentro de la trama.

2.14) *Populacheras*, en estas producciones se enfatiza la respuesta de la audiencia más que la calidad de la misma.

#### 1.7.1. La telenovela en México

Como anteriormente se afirmó, uno de los antecedentes de la telenovela latinoamericana fue la radionovela estadounidense. Antes de que se adoptaran los programas de radio a la cultura mexicana, se suscitaron una serie de eventos que condujeron a su acogimiento posterior, como es el caso del *teleteatro*.

La década de los 50's, fue un momento histórico de importancia para el teleteatro, el cual gozaba de gran popularidad entre la población, de modo que emergió la idea de trasladarlo a la televisión. El procedimiento consistía en colocar cámaras y grabar las funciones de teatro. En un principio se logró una alta demanda, pero con el pasar del tiempo su producción bajó, aconteciendo situaciones relacionadas con los actores, el tiempo de transmisión, cercanía con la cámara... ante lo cual decidieron quitarlas (Cueva, 1998).

Los teleteatros poco a poco fueron desapareciendo y los productores decidieron incorporar la telenovela, o sea, la idea de radionovelas a la televisión mexicana.

El éxito y popularidad de la telenovela no fue inmediato. Varias de ellas (v.g. “Ángeles de la calle”, “Aventuras de Roulletabile”-1950-, “Con los brazos abiertos” -1950-, “La telenovela Palmolive de la semana” -1956) emergieron sin lograr éxito alguno, hasta el 12 de junio de 1958 cuando nace la primera telenovela en vivo por el canal 4 llamada “Senda prohibida” (Terán, 2000).

“Senda prohibida” relataba la historia de una ambiciosa secretaria que se enamora de su jefe, un hombre adinerado que estaba casado con una mujer de buenas costumbres; la secretaria lleva al hombre a la quiebra. Su esposa decide conservar el matrimonio y ayudar a su esposo. Su impacto en el público femenino hizo que surgiera otra producción en 1958 llamada “Gutierritos” protagonizada por Rafael Banquells (Terán, 2000). Es de mencionar que tal impacto se reflejó en la frecuente venta y compra de televisores.

Así, desde su inicio en 1958, la telenovela reportó altos niveles de rating<sup>17</sup>. Telenovelas como “*Senda prohibida*” (1958) “*María Isabel*” (1966) entre otras reportaban 53.6 puntos, lo cual reflejaba la alta popularidad. Debido a su éxito, rápidamente se le adjudicó, como dice Epigmenio Ibarra (2017), la responsabilidad de “la educación sentimental del mexicano[a]”. A través de sus técnicas discursivas, la telenovela pretendía influir en las creencias, valores y preferencias, las interpretaciones sobre el mundo; persuadir sobre prácticas de consumo y generar hábitos para la actuación. Sus contenidos y trama, propicia un

---

<sup>17</sup> Porcentaje del total de telehogares (hogares con por lo menos un televisor que funcione) sintonizados a una estación o un canal en un tiempo determinado. El rating mide cantidad no cualidad, por lo que un alto rating no implica que sea el mejor programa, sino que fue visto en más telehogares.

vínculo “de identificación muy estrecho del televidente hacia la telenovela” (Ayres, 2009, p. 58).

Para 1963, Ernesto Alonso es el primero en proponer las telenovelas históricas, un tipo de melodrama que se distinguió por las producciones que eran trasladadas en campers, esto último con el propósito de estar más en contacto con el público. Posteriormente, a mediados de esa misma década, la telenovela maduró (Cueva, 1998), recurriendo a las producciones de Caridad Bravo Adams y Yolanda Vargas Dulché.

En los años setenta, las telenovelas contaron con patrocinadores. Las telenovelas ofrecieron “historias intensas y con una innovada calidad de producción (Cueva, 1998). En ese entonces, la duración de las telenovelas era entre 60 y 120 capítulos.

Por primera vez en el momento histórico de la telenovela en México comienza a exportarse a Centroamérica y Sudamérica. Las primeras telenovelas que fueron producidas en México y Venezuela contribuyeron a popularizar la telenovela convirtiéndola en un modelo para producciones futuras en otros países como las brasileñas y colombianas, donde éstas últimas abandonaron el amor como tema central para reemplazarlas por temáticas socioculturales y políticas más complejas como la salud, la homosexualidad, la religión, la violencia y los problemas políticos.

La telenovela latinoamericana fue evolucionando en su estructura narrativa y en su función social como una dimensión fundamental en la construcción de las identidades individuales y colectivas de los sujetos latinoamericanos y los estereotipos acerca de las sociedades latinoamericanas (Trujillo, 2015, p. 250).

De forma breve, se resaltan los hechos acontecidos (ver Cuadro 3) en tres décadas de suma importancia para las telenovelas:

### Cuadro 3. Principales acontecimientos de la telenovela mexicana

---

#### Telenovelas de los 80's

- En esta década preponderó la mercadotecnia y el consumismo.
  - El canal 2 se transformó en el Canal de las Estrellas.
  - Las telenovelas tratan de dejar a un lado la censura; se piensa en una transición: de las telenovelas tiernas a las eróticas.
  - En las telenovelas se habla de temas como la brujería (El maleficio), la prostitución (Colorina), el aborto (El derecho de nacer), el cambio de sexo (Gabriel y Gabriela) y la reencarnación (El extraño retorno de Diana Salazar).
  - Se comenzó a dar paso a las intrigas, asesinatos, escenas de cama, odio, venganza.
  - Surge la telenovela didáctica como "Vamos juntos" "Ven conmigo", "Caminemos" y "Acompáñame".
- 

#### Telenovelas de los 90's

- Surge la empresa TV Azteca, la cual comienza mostrando historias extranjeras.
  - Se seccionan las escenas.
  - En esta década se hace presente la guerra de televisoras: Televisa y TV Azteca.
  - Se presentan escenas cargadas de erotismo.
  - Los productores eligen historias vinculadas a las problemáticas sociales como la corrupción del gobierno, la homosexualidad, los "pecados de la iglesia", "la revelación femenina", la problemática del medio ambiente y desastres naturales, sueños del mexicano, aborto, alcoholismo, drogas, delincuencia. La telenovela rosa y de época ya no gozaron de tanto éxito.
  - Las producciones juveniles comenzaron a ser las favoritas del público.
  - Se incentivan nuevas técnicas cinematográficas, dándole más calidad a las imágenes.
-

---

### **Telenovelas del 2000**

- Se suscita la muerte del presidente de Televisa, Emilio Azcárraga Milmo en 1997.
- Se tratan temáticas como el SIDA, cáncer de mama, embarazo, asesinatos, corrupción y violación.
- Se dedican de cinco horas y media a seis de programación de telenovelas.
- Las técnicas cinematográficas de los años 90 fueron retomadas nuevamente en el 2000.
- El horario infantil se estableció a las cuatro de la tarde.
- Rumbo al 2000, se dedicaban cuatro horas de transmisión a las telenovelas.
- Televisa en colaboración con SONY adoptan la televisión de alta definición.

---

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Cueva, 2015.

En la década de los 80's y 90's la telenovela seguía gozando de un privilegio como es el acceso a la intimidad y reposo de las personas, teniendo así una ubicación fundamental en su subjetivación y en la construcción de identidades individuales y colectivas (Trujillo, 2015).

Es importante destacar que en ese período de tiempo se hizo presente el auge de la creación de dos televisoras: Televisa y TV Azteca. La primera, sobre todo, no sólo representaba una empresa de telecomunicaciones:

... Televisa es una entidad del sistema mexicano, no sólo de control político, de control social, sino de aspiraciones sociales, y de en muchos sentidos, de espejo de la realidad, en la que los mexicanos quisieran verse (Jenaro Villamil, 2017).

Así también, la televisora se ha forjado como aquella institución legitimadora de la educación:

Televisa ha sido nuestra Secretaría de Educación Pública, ahí es donde se han difundido los mitos, las formas de comportamiento. México no lo puedes entender sin Televisa y la cultura de Televisa (Sabina Berman, 2017).

Posteriormente, la telenovela del 2000 muestra poca preocupación. Parece que ya no es de su interés reflejar una interpretación y representación de la cultura, ni tampoco en el reconocimiento de identidad de los televidentes. Más bien parece haber una preocupación sólo por venderla, desplegando estrategias de marketing con el propósito de consumir. Ahora, la telenovela muestra imágenes atractivas, actores y actrices semidesnudos; también muestran tendencias de moda, tanto en el vestido como en el lenguaje y los gestos. Es decir, la telenovela como mercancía se antepone a los criterios de estética, calidad técnica y dramática o de innovación (calidad de la actuación de sus protagonistas -talento-).

#### *1.7.2. La telenovela como industria cultural*

¿Y en qué forma la telenovela puede considerársele un elemento cultural? Para responder esta pregunta hay que tener en consideración el recorrido de qué es cultura; en caso contrario, seguramente se caerá en el error de optar por una conceptualización tradicional y de divertimento (Olmos, 2004) que para nada referiría a las telenovelas como cultivadoras de la mente. En cambio, si la telenovela es observada como un *hecho simbólico* y una “compleja trama que une innovaciones y tradiciones, saberes y ciencias, técnicas y tecnologías provenientes de experiencias diferentes”

(Figuroa, 2006, p. 182) abre posibilidades de considerarla en términos culturales.

Las imágenes que plasman las telenovelas llegan a constituir procesos sociales cargados de significados, las cuales son comunicadas a una cierta parte de la población, como por ejemplo las mujeres. Al poseer un sentido doméstico, las tramas de las telenovelas son observadas y se desarrollan al interior de las casas, involucrando a familiares principalmente de sectores populares donde las telenovelas conforman su día a día (Trujillo, 2015), por ejemplo, se ven mientras se come, se plancha la comida o algún otro quehacer doméstico, estos son hechos simbólicos. Por lo tanto, la telenovela sí posee un sentido cultural.

La telenovela al constituir un *elemento cultural*<sup>18</sup>, llega a tornarse elemento *material* cuando son plasmadas en la televisión y elemento *emotivo*, al incitar a la participación de la población a emprender acciones específicas, como el *ser mujer* (estereotipos femeninos).

Además, en todo elemento cultural se ejerce un control. Éste habrá de entenderse como el “sistema según el cual se ejerce la capacidad social de decisión sobre los elementos culturales”. Por lo que las telenovelas en tanto elementos culturales y emotivos son controlados (impuestos y enajenados), ya que las imágenes (o estereotipos) que muestran no las establece la población a la que se dirige.

De esta forma, su surgimiento y éxito de audiencia y mercado alcanzado, se convierte al mismo tiempo en la globalizadora de los modos de representación cotidiana y la identidad latinoamericana (Trujillo, 2015). Por ejemplo, desde que surgieron las telenovelas mexicanas, Televisa siempre incluyó a la mujer en la pantalla, representándola en

---

<sup>18</sup> Un elemento cultural, según Bonfil (1988), es aquel componente de una cultura que resulta necesario poner en juego para realizar todas y cada una de las acciones sociales: mantener la vida cotidiana, satisfacer necesidades, definir y solventar problemas, formular y tratar de cumplir aspiraciones.

limitados roles: así, era posible observarla en el papel de madre desvalida, viuda, pordiosera, empleada doméstica, ignorante, indígena...:

... y sí había esta cosa, terrible, de considerar a la mujer un objeto así como era objetivada en la pantalla, era objetivada en las relaciones de trabajo cotidianas y hay historias sobre eso, sobran... (Epigmenio Ibarra, 2017).

A partir de ese momento, se incluía a la mujer en la pantalla y de este modo es como comienzan a enmarcarse los *estereotipos* de las culturas y sociedades latinoamericanas (Trujillo, 2015). Sin embargo, conforme transcurren los años éstos van cambiando. A partir de la década de los 80's pasó de abordar temáticas "tiernas" a otras que anteriormente no se habían indagado tras la pantalla, por ejemplo: la brujería, prostitución, aborto, cambio de sexo, corrupción del gobierno, homosexualidad, los "pecados de la iglesia", homosexualidad, "la revelación femenina", la problemática del medio ambiente y desastres naturales, alcoholismo, drogas, delincuencia, SIDA, cáncer de mama, embarazo, asesinatos y violación. Actualmente, es posible observar a mujeres profesionistas, seguras de sí mismas, hermosas, poderosas, dueñas de propiedades... Es decir, la pantalla sigue imponiendo estereotipos y no toma en cuenta la diversidad de las personas:

Televisa nunca fue una empresa que buscara la singularidad de las actrices, sino la uniformidad de ellas. No formaba actrices, formaba estereotipos (Jenaro Villamil, 2017).

Así, la telenovela se ha convertido en "uno de los productos mediáticos de mayor impacto nacional y de mayor circulación internacional" (Orozco, 2006, p. 12). De la misma forma, la telenovela se

conforma como una industria y *producto cultural* exitoso. La evolución y éxito que ha tenido la telenovela latinoamericana la convierte en el producto cultural latinoamericano más rentable y de mayor alcance a nivel mundial (Trujillo, 2015).

En consecuencia, la telenovela constituye una industria que no tan sólo contribuye al proceso de transformación cultural sino que también facilita su consumo como mercancía exportable. Su mercantilización de los últimos años ha provocado que la telenovela empiece a “no ser vista”, sino más bien consumida.

Hasta este momento, el recorrido de este apartado me ha llevado a resaltar, entre otros temas, el cometido principal de esta tesis, los estereotipos femeninos mostrados por una transmisión televisiva como son las telenovelas. Aquí cabría formular la pregunta ¿por qué estudiarlos desde el Trabajo Social?

El Trabajo Social ha sido definido como aquella disciplina que mediante su intervención “contribuye al conocimiento y a la transformación de los procesos sociales, para incidir en la participación de los sujetos y en el desarrollo social” (Escuela Nacional de Trabajo Social, 2009). Su objeto de estudio y de intervención profesional son las personas, sujetos sociales en relación con sus necesidades, demandas y satisfactores sociales. También, en el sentido que le da Chávez (2006) el Trabajo Social es considerado una disciplina de las Ciencias Sociales cuyo objeto de estudio son los problemas, necesidades sociales y calidad de vida.

Como profesión encuentra colindancia a los procesos sociales, económicos y políticos de la población mexicana para así consolidarse con mayor identidad a nivel universitario e institucional. Uno de dichos procesos se encuentra ligado a los cambios en las condiciones de vida de las mujeres.

Siendo la telenovela un elemento cultural, es transmitida por un medio de comunicación como la televisión que elabora construcciones ideológicas dispares acerca de la realidad social de mujeres, de modo que a nivel visual se establecen modelos falsos y artificiales de ellas.

Así, conceptualizados como aquella categoría que asigna características y atributos de femineidad a las personas, los estereotipos femeninos llegan a ser de interés por el Trabajo Social, ya que dadas las generalizaciones realizadas en ellos, conviene identificarlos para establecer “estrategias, formas y modelos de intervención social para su atención y transformación” (p. 9). Asimismo, cabe mencionar que uno de los ámbitos donde mayormente influyen los estereotipos femeninos es en el familiar (INMUJERES, 2007) por lo que a través de esta investigación se puede advertir la condición de vida de las mujeres (Ortega, 2015) y observar las telenovelas como espacios para proponer particularidades acordes a sus realidades.

Además, las distintas realidades cotidianas que afronta el y la trabajador/a social, exigen que cuente con un vasto conocimiento teórico (Ortega, 2015) de aquellas problemáticas cuya incidencia se hace presente al momento de su intervención social. Por eso, es necesario generar alternativas que partan de lo cotidiano para lograr transformaciones y construir mediaciones con las nuevas condiciones sociales y simbólicas por las que atraviesan las personas, lo cual exige dirigir esfuerzos para desmontar discursos tradicionales y proponer nuevas vías para entender las contradicciones de la realidad social (Matus, 1999).

No hay que olvidar que los estereotipos femeninos se encuentran atravesados por el género, el cual, como ya hice saber, se originan en diversos ámbitos socializadores. Adoptar al género como categoría de la teoría feminista, posibilita poder comprender, analizar e interpretar los

estereotipos femeninos tradicionales, los cuales son mayormente susceptibles para constituir tierra fértil de la violencia de género.

Por tal motivo, la telenovela como transmisión televisiva permitirá llevar a cabo una exploración sobre las construcciones y exploraciones mediáticas de género, particularmente de los estereotipos femeninos para identificar cómo se manifiestan, si lo hacen tradicionalmente, no tradicionalmente o en transición.

De lo anterior, deriva la siguiente pregunta de investigación, así como sus objetivos:

### **1.8. Pregunta de investigación**

¿De qué manera son presentados los estereotipos de femineidad en la televisión mexicana contemporánea?

### **1.9. Objetivos**

#### *Objetivo general*

Describir los estereotipos de femineidad en la televisión mexicana contemporánea.

#### *Objetivos específicos*

1. Caracterizar las imágenes de femineidad como estereotipos femeninos tradicionales.
2. Caracterizar las imágenes de femineidad como estereotipos femeninos no tradicionales.
3. Explorar los estereotipos de femineidad (de sexo, sexuales, sobre los roles sexuales y compuestos) de las telenovelas mexicanas contemporáneas.

4. Comparar las telenovelas así como los estereotipos de femineidad que transmiten.

Algunas de las telenovelas actuales empiezan a presentar a mujeres con educación, que trabajan fuera de casa, tienen pocos hijos o deciden no tener, tienen control de sus vidas, así como vencedoras de las adversidades; aún con dichas transformaciones, los personajes femeninos de la telenovela siguen conservando algunas características tradicionales. Por tal motivo, este capítulo pretende por una parte discernir, a través de las principales teorías e investigaciones, la clasificación de los estereotipos femeninos mostrados por la televisión, y por otra, dar a conocer sus estudios antecedentes.

### **2.1. Estereotipos femeninos mostrados por la televisión**

Como mencioné en el apartado de estereotipos, un estereotipo femenino es *aquella categoría que designa atributos de femineidad en su sentido tradicional y/o innovador y/o transicional*. Son socializados a través de diversas instancias, entre ellas se encuentran la familia, la educación, la religión, el grupo de pares, el juego, el lenguaje y los medios masivos de comunicación; siendo éstos últimos los encargados de construir realidades sobre las mujeres.

La telenovela, transmisión televisiva, construye realidades de las mujeres. En ellas se plasman imágenes de femineidad, éstas últimas de interés para la investigación, mismas que reflejan formas tradicionales y no tradicionales del ser mujer.

En Latinoamérica, se han producido una cantidad vasta de trabajos en torno a las imágenes femeninas mostradas por la televisión, pocos son los que ofrecen una clasificación para poder identificarlas. A continuación resalto aquellos de utilidad para enunciar los estereotipos femeninos tradicionales y no tradicionales.

Los estereotipos femeninos, y también los masculinos, se encuentran ampliamente investigados por la psicóloga Olga Livier Bustos Romero, quien desde los estudios de género feministas se abocó a explorar y profundizar en ellos. En sus trabajos titulados *Medios masivos de comunicación, estereotipos y roles de género femeninos* (1988b), y *Roles y estereotipos femeninos en los medios de comunicación* (1985), deriva una clasificación sobre los estereotipos femeninos tradicionales:

a) La mujer como sexo débil (concibe a la mujer como un ser inferior al hombre);

b) El lugar de la mujer: el hogar (por su condición reproductora le corresponde el cuidado de los hijos/as y de la casa);

c) La mujer como objeto sexual y consumidora (tras considerarla inferior al hombre, se le niega toda capacidad intelectual, por lo que sólo puede ser valorada por su cuerpo, quien sólo gasta dinero y consume);

d) La mujer liberada (se trata de una “supuesta liberación” condicionada en tanto consuma, realice jornadas laborales y relacionadas con el hogar) y

e) La mujer asalariada (se presenta una doble explotación: la de clase y sexo. Debido a su condición de mujer trabajadora no la exceptúa del cuidado de los hijos y del hogar).

Suma otros atributos femeninos en *Sexismo en el lenguaje* (2011b):

Las mujeres son o deben ser: tiernas, sensibles, dulces, honestas, inseguras, dependientes, sumisas, abnegadas, comprensivas, generosas, cariñosas, emotivas, afectivas, estéticas, coquetas, seductoras, observadoras, intuitivas, débiles, miedosas (p. 6).

Las características anteriores convergen, casi en su totalidad, en lo que Basaglia y Lagarde aseguraron sobre los estereotipos femeninos. Algunas de ellas como la supuesta liberación, la condición asalariada de la mujer; honestidad, coquetas, observadoras e intuitivas son las que se agregan a esta descripción.

Por su parte, Buarque (2007) concuerda con Bustos al reafirmar que la imagen femenina es la misma considerada por la publicidad (la buena ama de casa, madre y esposa dedicada). Identifica en las telenovelas el modelo de mujer que cuida y ama a sus hijos; se hacen presentes las bodas, la procreación, los encuentros amorosos. Tienen que ser bellas y cuidar de su cuerpo, consumiendo bienes y servicios para su cuerpo.

González (2013) agrega otra característica tradicional. Observa la asociación de la maternidad como tarea exclusivamente femenina y, concuerda con Ramírez (2012a, 2012b) en que la vida de las mujeres mostradas por las telenovelas, giran en torno al amor, necesitando el amor de pareja para darle significado.

Para terminar de enunciar esta categoría de estereotipos femeninos tradicionales, se encuentran los trabajos de Cantera y Blanch (2010) y Soler (2013), quienes encuentran coincidencia en reconocer los atributos masculinos en la escala de dureza y los femeninos a la ternura.

Por otro lado, los estereotipos femeninos no tradicionales son indagados por González (2013) y Buarque (2007) al distinguirlos de los

personajes tradicionales femeninos y caracterizar a las mujeres no tradicionalmente. Las describen como: provenientes de una familia pudiente, son profesionistas cultas y exitosas, son elegantes y sensuales, trabajan fuera del hogar, se mantienen a sí mismas, no son religiosas ni devotas de la imagen, luchan para sobreponerse a las situaciones difíciles con ingenio, no constituyen víctimas del destino o de los antagonistas, practican una sexualidad plástica (nuevas formas de sexualidad), buscan construir relaciones puras (no matrimonios) en las que el placer sexual figura como un componente básico, ocasionalmente beben alcohol y dicen “malas palabras”, discuten y defienden su postura con argumento pero nunca pelean físicamente (p. 89).

En tanto, Arenas (2009) describe y clasifica las imágenes de género encontradas en las telenovelas “Cuenta conmigo” y “Los exitosos Pells”. De imágenes femeninas distinguió: *la mujer amazonas*: jóvenes, atractivas, activas, autosuficientes, competitivas, astutas y calculadoras; *la mujer fraternal*: trabaja y presenta como principales objetivos la consolidación familiar, la lucha por el bienestar de los hijos y el amor verdadero. De imágenes masculinas encontró: *niño grande*: joven, atractivo, pasivo, dependiente, inseguro, emocionalmente frágil e ingenuo; *nuevo hombre* o *nueva masculinidad*: labores domésticas y de crianza con los hijos propios de la mujer.

Así también Ramírez (2012a y 2012b) descubrió y enunció los estereotipos femeninos innovadores de las telenovelas: *la exitosa madre y profesional* (responsable, eficiente, admirada por su trabajo y la dedicación a sus hijos), *la empresaria triunfadora* y *mujer fatal* (trabajadora, inteligente, sexy, sabia y misteriosa) y *la eterna indecisa* (autocentrada, joven, impulsiva y disconforme).

Como es de apreciarse, las caracterizaciones anteriores son de importancia crucial para seguir aportando elementos de análisis a fin de

ir conformando los estereotipos femeninos tradicionales y no tradicionales.

## **2.2. Antecedentes**

### *2.2.1. Estudios sobre comunicación y género*

El campo de la Comunicación en el ámbito académico institucionalizado comenzó a investigarse en la década de los setenta (Vega y Hernández, 2011). Los estudios sobre la relación mujer/hombre y los medios de comunicación emergen, particularmente, a finales de la década de los 70's, enmarcados principalmente desde la Teoría Crítica de la comunicación y los estudios de género. También, las investigaciones sobre el tema dialogaron con la perspectiva marxista, la cual permitía “comprender la explotación y subordinación existente entre las diversas regiones del mundo y entre las clases sociales, pero también entre hombres y mujeres” (Gómez, 2008, p. 22).

Las investigaciones sobre la vinculación de mujeres/hombres y medios de comunicación han abordado, desde diferentes miradas, la construcción social y cultural de sus identidades, evidenciando una simbiosis de aquella relación. Sentando las bases para repensar el papel de la mujer y el hombre en la sociedad y considerarlos construcciones sociales, los cuales son legitimados y reproducidos en las prácticas diarias de la población. Además, dichos estudios permitieron vislumbrar, principalmente la opresión a través de distintos mecanismos económicos, políticos e ideológicos de la que son objeto, principalmente, las mujeres.

En consecuencia, las primeras temáticas abordadas fueron: la relación de los medios-prototipo femenino dominante, sus valores,

actitudes y conductas, así como llegar a la comprensión de los estereotipos mostrados.

Se buscaba comprender la dimensión femenina planteada en sus contenidos “analizándolo desde el punto de vista de la ideología y de la cultura y enmarcándolo en un contexto económico y político” (Gómez, 2008, p. 24). De ahí que comenzaran a analizarse los géneros impresos destinados al consumo femenino como las fotonovelas, revistas femeninas, novelas de amor..., con el propósito de desmontarlas como reforzadores de estereotipos de género (femineidad y masculinidad).

Dentro de estas investigaciones, Gómez (2008) al parafrasear los trabajos de Michele Matteleart, Adriana Santa Cruz y Viviana Erazo, afirma que éstos han permitido:

establecer que los medios reproducen y refuerzan las condiciones de opresión y sumisión de las mujeres, entre otros factores, por sostener y difundir estereotipos de género y roles sexuales diferenciados, en los que se otorga a la mujer un papel marginal, secundario y centrado en su rol tradicional y privado (p. 24).

Más tarde, a mediados de los setenta, los programas televisivos comienzan a incluir en su programación protagonistas del sexo femenino. Aquí es fundamental mencionar las amplias investigaciones de Olga Bustos y Aimée Vega.

A continuación iré citando y desarrollando brevemente los principales trabajos de Bustos relacionados a la socialización y los medios de comunicación. Entre las principales investigaciones de Bustos al campo de la socialización, se encuentran las siguientes: *Construyendo la equidad de género en la escuela primaria* (2003a), *Género y socialización: familia, escuela y medios de comunicación* (2003b), y *La formación de género: el impacto de la socialización a través de la educación* (1994), en donde afirma que la

asignación de funciones para hombres y mujeres ha acontecido a través del género, dimensión construida socioculturalmente mediante las diferencias de sexo biológico (genitales).

La diferenciación sexual, reafirma la autora, acontece de forma distinta desde el momento del nacimiento de la persona, a quien se le va enseñando a través de diferentes instancias a que asimile “su deber ser” sus “cualidades masculinas” y “cualidades femeninas”. A los hombres se les ubica en el “ámbito público”, o sea, tareas diferentes al hogar. Desde que nace recibe un trato distinto y privilegiado al que se le da a la niña. Poco a poco se le fomenta la libertad, la audacia, la inteligencia, capacidades físicas, rebeldía, agresividad, proporcionando juguetes que ayuden a incentivar su imaginación y creatividad. Es correcto para ellos acudir a la escuela y obtener un nivel de escolaridad alto. Se casarán y serán los responsables económicos de su esposa e hijos/as. Si no se casan, igual deberán tener independencia económica y emocional. En cambio, cuando una mujer tiene un nivel educativo alto o realiza un trabajo remunerado es considerado algo secundario, sin importancia, dado que “tendrá” que casarse, “será” madre y tendrá un marido que la protegerá y sostendrá económicamente por lo que se fomenta la dependencia económica y emocional. Ser una mujer con inteligencia, independiente, iniciativa, responsabilidad, fuerza física se asocia a una mujer desajustada, con problemas de personalidad.

A través de estos trabajos, Olga Bustos vislumbra la especificidad de la socialización en la adquisición de los estereotipos femeninos. Siendo muy puntual, establece que las asignaciones genéricas, de femineidad y masculinidad, contribuyen a diferenciar las funciones, conductas y actitudes de mujeres y hombres. Por lo que, esa condición diferenciada de papeles entre los sexos, los sitúa en una circunstancia de subordinación y discriminación, violando sus derechos humanos, como la igualdad de

oportunidades, educación, empleo, salario, participación política, cargos de responsabilidad, derecho al ejercicio y goce de la sexualidad.

Prosigue la autora resaltando en sus obras *Los medios y la construcción de género: factor de riesgo para trastornos alimentarios como anorexia y bulimia* (2011a), *Hacen daño las caricaturas* (2001), *Ni tan fuertes, ni tan frágiles: resultado de un estudio sobre estereotipos y sexismo en mensajes publicitarios de televisión y la educación a distancia* (1998), *Percepción de niñas y niños sobre la televisión infantil* (1995), *Socialización, papeles (roles) de género e imagen de la mujer en los medios masivos: ¿quiénes perciben los estereotipos difundidos?* (1989b) y *Autopercepción de los mensajes y roles femeninos proyectados por la televisión* (1988a) cada una de las instancias mediante las cuales las personas socializan, señalando a los medios de comunicación como aquellos que reproducen y legitiman los estereotipos de género, descubriendo que quienes perciben estos estereotipos son las mujeres, mayormente las amas de casa.

También, es a través de la socialización, dice Bustos, como se incorporan las ideologías de la estructura social dominante. La ideología consiste de representaciones, imágenes y actitudes concretas, procurando la cohesión social, de modo que el cometido principal de la socialización es la homologación de los integrantes de una sociedad.

Ahora bien, definida la importancia de los medios de difusión como instancia socializadora, la autora en *Sexismo en el lenguaje* (2011b), *Imagen corporal, mujeres y medios de comunicación* (2003c), *Medios masivos de comunicación, estereotipos y roles de género femeninos* (1988b) y *Roles y estereotipos femeninos en los medios de comunicación* (1985) particulariza en indagar los estereotipos de género mostrados por la televisión, derivando una clasificación sobre los estereotipos femeninos:

a) La mujer como sexo débil (concebir a la mujer como un ser inferior al hombre); b) El lugar de la mujer: el hogar (por su condición reproductora le corresponde el cuidado de los hijos/as y de la casa); c) la mujer como objeto sexual y consumidora (Al concebirse inferior al hombre, se le niega toda capacidad intelectual, por lo que sólo puede ser valorada por su cuerpo, quien sólo gasta dinero y consume; d) la mujer liberada (se trata de una “supuesta liberación” condicionada en tanto consume, realice jornadas laborales y relacionadas con el hogar) y e) la mujer asalariada (se presenta una doble explotación: la de clase y sexo. Debido a su condición de mujer trabajadora no la exceptúa del cuidado de los hijos y del hogar). También se agregan: tiernas, sensibles, dulces, honestas, inseguras, dependientes, sumisas, abnegadas, comprensivas, generosas, cariñosas, emotivas, afectivas, estéticas, coquetas, seductoras, observadoras, intuitivas, débiles, miedosas.

En esta revisión, Bustos analizó ampliamente el tópico de comunicación y género. Dejó asentada la importancia de la socialización como un proceso donde las mujeres adquieren e internalizan conductas, actitudes, valores... relacionados a la femineidad. Y ha sido en ese recorrido social donde las instancias, principalmente los medios masivos de comunicación, desempeñan una figura imprescindible en la transmisión y perpetuación de la ideología dominante (estereotipos) sobre las mujeres.

En otro orden de ideas, *Brecha de género en México: acceso y participación de las mujeres en los medios informativos*, Vega (2014a) e INMUJERES (2005) proponen la hipótesis donde establece que el acceso y participación de las mujeres en las industrias informativas en México se encuentran en desigualdad de género. Los datos que obtiene, arrojan que los medios de comunicación más importantes en México (televisión privada, televisión pública, prensa escrita, radio) se encuentran

manejados por hombres. Aún cuando ha habido un incremento de la participación de mujeres, no se ha podido alcanzar la paridad. Argumenta se trata de un problema estructural y no exclusivo de los medios de comunicación.

Esta valiosa aportación de Vega es útil para identificar quién figura como responsable de los medios de comunicación. Siendo los hombres encargados de dicha tarea, y una minoría por mujeres, transmiten y reproducen desde una visión patriarcal lo que se espera de las mujeres.

*Igualdad de género, poder y comunicación: las mujeres en la propiedad, dirección y puestos de decisión*, es un artículo que escribe Vega (2014c) en el que, mediante la perspectiva feminista de la economía política de la comunicación y evidencias cualitativas, pretende mostrar un análisis de la participación de las mujeres en cada uno de los niveles de las industrias de comunicación en México. Conociendo la desigualdad y marginación en el acceso de las mujeres a los medios de comunicación, enlista acciones necesarias a ser promovidas en nuestro país.

En su texto *Mujeres, política y noticiarios*, Vega (2007) observa que la información política emitida por los medios influye, más no determina, la percepción que las mujeres tienen sobre la política. Por lo que elucida diversas razones para su elección: la preferencia por las fuentes de información se encuentran relacionadas con su identidad de género. Su identidad así mismo determina los lugares, hábitos y prácticas que realizan; las relaciones de poder mediante los hábitos de recepción. Deja en claro que la recepción se trata de una recepción activa. A través del trabajo de campo, descubrió en las mujeres sentido crítico y fundamentado, respecto de la política.

Aimée Vega en concordancia con Bustos, reconoce en estos dos últimos trabajos discutir la inclusión de la mujer en los medios de

comunicación. Tanto para señalar su participación en las industrias como para advertir que los medios influyen en su percepción.

Un último trabajo titulado *El tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación*, Vega (2014b) concluye de su análisis que, en efecto, la violencia es un obstáculo a la realización de sus derechos humanos en este país y, por tanto, para alcanzar la equidad. Por lo que, responsabiliza a los medios de comunicación en tan amplia labor, para que de esta manera los derechos humanos de las mujeres apunten a “dichas instituciones como una herramienta central para la realización de la libertad, igualdad, equidad, solidaridad, inclusión, diversidad, universalidad y participación” (p. 16).

Aquí nuevamente se observa la insistencia de la autora por responsabilizar a los medios en el tema de la violencia de género. Reafirma la gran labor como espacios en el ámbito de la comunicación para enfatizar los derechos humanos de las mujeres. Y esta aseveración nos da una idea para reflexionar sobre los estereotipos femeninos, logrando propuestas para la erradicación de las imágenes tradicionales o de otra índole.

Finalmente, es importante resaltar que los estudios sobre medios de comunicación y género, desde su surgimiento a la actualidad han explorado principalmente, las temáticas de mujeres y su vinculación con los medios, la política, violencia, acceso y participación y, su rol en la propiedad y dirección en los medios de comunicación.

### 2.2.2. Estudios sobre televisión y género

Las líneas de investigación sobre esta relación se observan en los siguientes ejes: epistemología (positivismo, hermenéutica y sistémica), tradición de estudio internacional (efectos, usos y gratificaciones, análisis literario, estudios culturales, análisis de recepción), perspectiva

latinoamericana (consumo cultural, recepción activa, usos sociales, multimediasiones, frentes culturales), *el medio que funge como referente comunicacional* (televisión, radio, prensa, internet, etc.), tipo de audiencia (niños, adolescentes, jóvenes, adultos, lugar del estudio (en qué estado de la República), método utilizado en el estudio, el tipo del trabajo (ensayo, estudio, teoría, metodología, estado de la cuestión) y la universidad de procedencia (Orozco y González, 2011). Como es de apreciarse el estudio es vasto, más bien lo que interesa de la anterior clasificación es desprender aquel referente comunicacional de competencia a esta investigación, me refiero a la *televisión*.

Los estudios pioneros sobre la recepción televisiva se encuentran ubicados en la década de los sesenta y setentas. Es notable mencionar los estudios de Raúl Cremoux (1968), Mariclaire Acosta (1971), Guillermo Orozco (1992) y Miguel Sabido (2002). Dichos estudios se encontraban vinculados al campo educativo e indagaban, principalmente, el impacto e influencia de los medios.

Los trabajos de Josep Rota (1980); Carlos Fernández, Pilar Baptista y Déborah Elkes (1986); Alberto Montoya y María Antonieta Rebeil (1983); Esteinou, Javier (1983), Enrique Sánchez Ruíz (1989); Corona, Sarah (1989); Iglesias, Norma (1986); González, Jorge (1988) en los ochentas, comprobaron que los contenidos de los medios de comunicación no correspondían con las necesidades de la población.

La década de los noventa se caracterizó “por la consolidación e incorporación de investigadores en la tradición de los estudios culturales y análisis de la recepción como líneas de investigación” (Orozco y González, 2011, p. 78).

Del dos mil a la fecha puede darse cuenta de la diversidad de estudios y la variedad de temáticas alrededor de la recepción de medios. En el estado del arte siguen prevaleciendo el artículo de revista (41.1%),

educativo (21.2%), la perspectiva latinoamericana y mexicana (17.9%), la audiencia (27.1%), la encuesta (22.7%) y el medio más estudiado sigue siendo la *televisión* (44.3%) (Vega y Hernández, 2011).

Como es de apreciarse, los estudios en torno a la recepción televisiva preponderan sobre los demás medios, sin embargo, son pocos los que han incorporado la visión de género en su estudio. En otras palabras, la labor de indagar a las mujeres (en su relación con el otro/a) tras la pantalla y lo que ello provoca en las propias mujeres no ha sido una tarea sencilla.

Nuevamente, Aimée Vega se detiene en los estudios de recepción televisiva. Sus investigaciones incorporan la categoría género al análisis de los procesos comunicativos principalmente con mujeres, posicionándose entre los pioneros que se han desarrollado al respecto.

En *Género y recepción televisiva: la interacción de las sujetas y los sujetos con y mediada por la televisión* (2006) afirma contundentemente que de todos los medios de comunicación, la televisión se erige como la principal fuente de información:

El hogar, como el centro de la vida cotidiana de los sujetos, constituye el marco principal en el cual se desarrolla el acto de mirar televisión.

Para todos los participantes, es su casa el primer escenario en donde la recepción de los telediarios toma forma.

Los espacios concretos dentro del hogar en los que ambos grupos de recepción prefieren mirar estos programas, son diversos. La sala es el marco principal en el que ven los noticieros. De acuerdo con Morley, es este el escenario familiar más importante. Es el lugar de encuentro entre los miembros de la familia, en donde comparten y comentan su vida diaria. En esta socialización, la televisión forma parte fundamental. Su presencia en la sala de los hogares que habitan los participantes, se da pues por descontada.

De este trabajo, Aimée Vega corroboró lo que Olga Bustos encontró en sus investigaciones. La televisión, a diferencia de otros medios de comunicación, se erige como aquella instancia socializadora de importancia para las personas, al formar parte de su cotidianidad familiar e individual.

También, Vega (2005) concluye en *Construyendo puentes: la identidad de género de los jefes de familia y la recepción televisiva* que la categoría de género tiene un lugar imprescindible para el análisis de los procesos comunicativos. Así también constató que la identidad de género en los jefes de familia y las amas de casa determina “formas concretas de entender la realidad social y de relacionarse con los mensajes televisivos” (p. 12).

Otra de sus propuestas en el trabajo con mujeres y medios y que se encuentra directamente relacionado con la violencia de género es su trabajo titulado *La responsabilidad de la televisión mexicana en la erradicación de la violencia de género contra las mujeres y las niñas: apuntes de una investigación diagnóstica*. En él Vega (2010) afirma que, siendo considerada un problema individual, aislado y privado, la violencia contra las mujeres y las niñas es representada en el discurso televisivo con el afán de reproducirla y no, de identificar sus tipos, causas y formas de erradicarla. De esta forma, afirma, el discurso televisivo tiende a subestimar el problema y no a identificarlo.

Esta otra indagación teórica particulariza en la idea de considerar a la televisión mexicana, un medio de comunicación, responsable de abatir la violencia de género. Hace hincapié en no subestimar la problemática y detectar formas para su erradicación. Teniendo en cuenta esto, considero que el cometido de esta tesis se centra en esta última afirmación, es decir, contribuir a profundizar en el estudio de la violencia de género al abordar cómo son presentados los estereotipos femeninos en la pantalla,

concibiendo que los tradicionales, mayormente, puedan estarla desencadenando.

Por su cuenta, en *Género, generación y clase en los modos de ver las telenovelas mexicanas* (1993a), *Mujer y telenovelas: audiencia cautiva ¿sumisa o crítica?* (1993b), *Visiones y percepciones de mujeres y hombres como receptoras(es) de telenovelas* (1992), *Impacto y percepción en adolescentes (de ambos sexos) y madres de familia, de los mensajes e imágenes proyectados en telenovelas* (1989a) Bustos concluye: se hizo presente la resistencia de los hombres más que las mujeres para abordar la investigación; las mamás (nivel socioeconómico medio bajo), a diferencia de las y los adolescentes observaron en mayor porcentaje los capítulos de la telenovela; las y los adolescentes ven las telenovelas, mayormente con la mamá.

Reafirmó que la telenovela como transmisión televisiva, es un programa destinado a las mujeres. Ubicaba a las telenovelas como un medio sumamente importante que reproduce y perpetúa el sexismo, los roles y estereotipos de género, de ahí que, a través de los diversos estudios experimentales, pretendiera hacer consciencia sobre ellos y, de esta forma erradicarlos.

En la investigación titulada *Impacto y percepción en adolescentes (de ambos sexos) y madres de familia, de los mensajes e imágenes proyectados en telenovelas*, Bustos (1989a) inicia del supuesto de considerar que para introducir algún cambio o proyectar imágenes o discursos tendientes a eliminar los roles de género, considera necesario conocer las percepciones de mujeres y hombres en dicha relación, o sea, las imágenes, mensajes y roles de género que se proyectan en las telenovelas.

De esta manera, Aimée Vega y Olga Bustos lograron consolidar los estudios sobre televisión y género, ya que puntualizan: a) la importancia de la televisión como instancia socializadora; b) la responsabilidad de la televisión en la transmisión y reproducción de los estereotipos femeninos

y de abatir la violencia de género; c) las telenovelas son aquellas transmisiones televisivas con mayor frecuencia en ser observadas y d) quienes observan mayormente las telenovelas son mujeres (mamá, amas de casa).

### 2.2.3. Estudios sobre telenovelas y género

Como ya previamente había comentado, la telenovela hace referencia a un formato televisivo en el que se cuentan historias *melodramáticas* (González, 2013). Al llevar a cabo una indagación bibliográfica, es posible encontrar investigaciones sobre telenovelas, género y estereotipos, permitiendo vislumbrarlas no sólo en México, sino también en Latinoamérica, España, Suiza y Estados Unidos, los cuales permiten precisar que el conocimiento de dicha problemática no es de recién surgimiento.

En *Latinoamérica*, es posible ubicar aquellas investigaciones con la intención de analizar telenovelas y género.

Se cuentan con varios estudios realizados, a través de los últimos once años por Buarque de Almeida (2007); Gómez, Restrepo (2008); Ezzatti San Martín (2009); Ayres de la Barrera (2009); Arenas, Guido (2009); Benítez, Laura (2010); Bonavitta, Paola y Garay de (2011); Duque Giraldo (2012); Hastenpflug Wottrich (2012); Valladares Trejo (2012); González, Rosero (2013); Amigo Bernardo, y Osorio, Francisco (2014). Dichos estudios centran análisis descriptivos y receptivos de las telenovelas.

En su carácter descriptivo, se encuentra el trabajo realizado desde Montevideo (2009), titulado *Telenovela, entretener y educar* en el que Ayres afirma que la telenovela se inserta en la realidad social de las personas. Las representaciones que construye se asocian a su vida cotidiana y a su

contexto social. De esto último, la autora se cuestiona: la telenovela ¿entretiene o educa?

Ella argumenta que entretenimiento y educación no son excluyentes. Llega a todos los hogares con la finalidad de entretener; la telenovela considerada como un producto masivo, sugiere enfatizar su potencial pedagógico, es decir, educa sin que la persona así lo predisponga. En el caso concreto de la telenovela, asevera, de forma “encubierta” se aprende. Las dos producciones que analizó *Mujeres apasionadas* (2003) y *Páginas de la vida* (2006) contribuyeron a una labor educativa: cercanía a la vida diaria del espectador, temáticas reales y actuales y su énfasis en lo femenino.

Finalmente concluye:

... la telenovela es un producto que participa activamente en la realidad del televidente. Posee una cualidad pedagógica inestimable: sus mensajes van más allá del momento preciso de la recepción y repercuten en varios ámbitos (p. 66).

En este mismo orden de ideas, tras observar la situación social de las mujeres que se vive en Colombia, Duque (2012) emprende una investigación llamada *Televisión y violencia: Análisis de las formas de violencia en la adaptación para televisión de la novela colombiana “Sin tetas no hay paraíso”* enmarca dicha situación, reflejando escenas violentas en su programación como parte de la violencia de su vida cotidiana.

Por lo que su trabajo se suma al debate sobre la violencia en la televisión, tratando de identificar sus formas representadas en la telenovela “Sin tetas no hay paraíso”. A fin de comprender las formas de violencia realiza un análisis de la novela del escritor Gustavo Bolívar Moreno y un conjunto de capítulos emitidos por el canal Caracol

Televisión, estableciendo semejanzas y diferencias de ambas versiones para posteriormente analizarlas cualitativamente y cuantitativamente

Encontró que al análisis cuantitativo de la telenovela no ofrece una carga importante de violencia explícita, ya que no supera el 25% del total de secuencias en episodios analizados. El análisis cualitativo de las manifestaciones agudas de violencia simbólica mostradas en la pantalla:

La desigualdad, el hambre y la distancia social, reflejan roles impuestos a los sujetos sociales, que marcan diferencias insondables entre unos y otros, y son representados en una telenovela que logra conmover a la audiencia gracias a la cercanía y a la familiaridad que general con el público (p. 78).

En *Aquela mulher sou eu? A telenovela brasileira na construção das identidades na velhice*, Hastenpflug (2012) lleva a cabo un estudio receptivo que indaga cómo las mujeres de edad avanzada de las clases populares conforman sus identidades a partir de la observación de la telenovela. Dicho estudio receptivo comprendió una muestra de seis mujeres de entre 63 y 76 años, residentes de la ciudad de Santa María-Río Grande del Sol, en Brasil.

La investigación mediante estudios etnográficos críticos de la recepción mostró una importancia amplia en la construcción de vejez de las mujeres estudiadas, ya que como se pudo apreciar se encuentran marcadas por la clase social y las relaciones de género. La autora encontró que las mujeres se identifican con los modelos de vejez femenina mostrados en la telenovela, en tanto sean positivos los significados que construyen para sí, respecto de la vejez.

Una investigación más en su sentido receptivo es la de Buarque (2007). El trabajo de la autora *Consumidoras e heroínas: gênero na telenovela* explora las correlaciones entre telenovela, consumo y género, tratando de

comprender cómo en los medios se encuentra articulado la venta de bienes para su consumo y cómo el género es el eje que atraviesa esos campos.

El artículo trata de articular referencias teóricas vinculando la búsqueda empírica etnográfica que propone el abordaje del análisis de los medios, tanto en su estructuración como en la esfera de consumo, no descuidando la esfera del género.

La primera búsqueda inició a través de la etnografía para indagar la recepción de la telenovela “El Rey del ganado” (transmitida entre junio de 1996 y febrero de 1997) a hombres y mujeres de niveles medios y populares de la ciudad de Montes Claros. Pudo descubrir que la telenovela es un bien cultural de gran penetración en todas las clases sociales. La segunda parte de la investigación consistió de otra búsqueda de campo en San Paulo, buscando entender la relación entre la publicidad y las novelas de la Red Globo.

Enfatiza que desde la década de los 70's, las telenovelas constituyen uno de los productos más rentables y lucrativos, atrayendo a una gran cantidad de anunciantes.

La autora encuentra que la imagen femenina es la misma considerada por la publicidad (la buena ama de casa, madre y esposa dedicada), junto con aspectos que se consideran modernos (mujer que trabaja fuera, independiente, elegante y sensual). Los medios pretenden alcanzar un público heterogéneo, reconociendo esa diversidad en la audiencia, logrando promover (tanto en la telenovela como en los anuncios) una imagen de *super-mujer-ideal*.

En las telenovelas se mostró la madre que cuida y ama a sus hijos. Todavía se hacen presentes las bodas, la procreación, los encuentros amorosos. La mujer que trabaja fuera pero no deja de ser buena madre,

esposa y ama de casa. Es bella y cuida de su cuerpo, consumiendo bienes y servicios para su cuerpo.

Concluye que para entender las construcciones de género:

es necesario poner atención a la estructura comercial que la sustenta, pues ella en mucho explica los límites y las posibilidades simbólicas de la industria cultural (pp. 189-190).

Estos últimos dos trabajos, a diferencia de los anteriores, destacan la vinculación entre telenovelas y la identidad de las mujeres. Es decir, distinguen la internalización de significados adquiridos mediante la observación de telenovelas. Particularmente, la investigación de Duque ubica algunos de los estereotipos femeninos tradicionales mostrados por la publicidad y deja entrever vestigios sobre la existencia de los no tradicionales.

Un trabajo más sobre la femineidad y masculinidad teniendo como unidad de análisis a estudiantes, fue realizada por Graciela Ezzatti (2009) es la titulada *La imagen social de la femineidad y masculinidad en la enseñanza secundaria en Chile*. Se trata de un artículo realizado como parte de la investigación llamada "Estudios de las representaciones sociales de género en las interacciones educativas de los/las profesores y los/las estudiantes de educación primaria".

Ezzatti (2009) pretendió llevar a cabo un análisis para describir la imagen social, femenina y masculino, de estudiantes de enseñanza secundaria en sus relaciones de pareja. Concluye:

... el intercambio verbal, gestual, afectivo, imaginativo y valórico que construyen las y los jóvenes de los establecimientos educacionales, municipal, subvencionado y particular privado, generan una caudal de representaciones

sociales a partir de sus relaciones inter género. Estas representaciones sociales mantienen el sistema social imperante, pero también introducen cambios que podrían ser la base de una revolución social a largo plazo (p. 105)

Los hallazgos de esta investigación, resaltan la importancia de las prácticas educativas como socializadora de nuevas formas que reelaboran principios ideológicos como el respeto a las diferencias individuales, complementariedad y reciprocidad.

Mayormente son las investigaciones que indagan la imagen de la mujer en los medios. Tal es el caso *De estereotipos, violencia y sexismo: la construcción de las mujeres en los medios mexicanos y argentinos*, un estudio de Bonavitta y Garay de (2011).

Consta de un artículo que apunta a descifrar los mensajes dirigidos hacia las mujeres, expresados por los medios de comunicación. De forma interdisciplinaria (estudios de comunicación, estudios culturales latinoamericanos y la psicología social) buscó comprender e interpretar dichas representaciones. Éstas últimas, como ella lo afirma: “reproducen el androcentrismo y el patriarcalismo dominante y se convierten, así, en reproductoras y hacedoras de la violencia contra las mujeres” (p. 17).

Retoma y fortalece la idea de Olga Bustos y Aimée Vega, sobre que los MMC reproducen imágenes estereotipadas, las cuales han sido señaladas recurrentemente por diversas académicas como poderosas barreras que dificultan la universalidad de los derechos humanos. También refuerzan la violencia de género contra mujeres y niñas.

Como metodología llevó a cabo un análisis del discurso. Es importante considerar no sólo el contenido sino también su enunciación. Examinó los mensajes mediáticos en México y Argentina (telenovelas, publicidad, canciones, revistas, telenovelas, publicidad, diarios, medios digitales).

Otro más que desarrolla un análisis del discurso, es Valladares (2012), quien se centra en estudiar programas televisivos dirigidos a mujeres: “Milena tu amiga” “Grandiosas” y “De mujer a mujer”, transmitidos de febrero a abril de 2012. Empleó un enfoque de investigación cualitativo basada en la Teoría Fundamentada. El proceso de análisis empleó la teoría de Análisis Crítico del discurso de Teun Van Dijk y para la construcción de la imagen de la mujer a través de la teoría de Judy C. Pearson. Identificando cuatro categorías principales: conocimiento cultural, temas de conversación, recursos del lenguaje y tipos de discursos, concluyendo:

Dentro de la categoría ‘conocimiento cultural’ se identificaron tres subcategorías: roles de género, situaciones de sentido común para mujeres y hombres y la imagen estética de la mujer. Luego, en la categoría ‘temas de conversación’, se realiza un análisis de los principales contenidos que estos programas consideran como relevantes para las mujeres y, de cómo, a través de las fuentes de autoridad, son abordados y jerarquizados como parte de la agenda en la vida de estas. En la categoría ‘lenguaje’, se reconocieron las subcategorías: términos honoríficos, lenguaje religioso, despersonificaciones, relaciones de poder y trivialización en el lenguaje. Y finalmente, en la categoría ‘discursos’, se encontraron tres tipos de discursos con los que estos programas construyen la imagen de las mujeres: religioso, cultural y de género (p. 7).

Concebir que los medios de comunicación, específicamente la televisión, contribuye a la creación y reforzamiento de estereotipos por medio de las *telenovelas*, constituye la razón por la cual surge el interés de Gómez (2008) por desarrollar esta investigación. Pretende investigar cómo el discurso social de la telenovela “Pura sangre” coadyuva a la

formación de estereotipos de poder femenino. Corresponde a un enfoque de la comunicación.

El análisis se centró en tres capítulos de la telenovela a los cuales aplicó la técnica de observación y análisis de contenido para finalmente:

en ella se identifica, a través del discurso social, el poder que está ganando la mujer en la sociedad actual, se puede notar el empoderamiento femenino y el protagonismo de éste en los programas televisivos (p. 94).

Los actos de poder:

Son repetitivos en cada capítulo, no es mucha la variación y se puede notar cómo los actos directivos (orden) son ejercidos con más frecuencia por la antagonista, mientras que los representativos son característicos de la protagonista (p. 97).

Una indagación más que explora la representación de la mujer a partir de la telenovela colombiana corresponde al trabajo de Benítez (2010), quien estudió la representación de la mujer en las telenovelas, así como identificar los valores y tradiciones enmarcadas.

En *La representación de las mujeres en la telenovela colombiana* tomó como muestra para su estudio dos telenovelas de los últimos años, cuyos contenidos diferían uno del otro, fueran populares y que tuvieran como personaje principal a una mujer: *Amor sincero del canal RCN* y *Rosario Tijeras*.

Benítez resume:

... la narconovela muestra en la mujer esos estereotipos físicos que se han ido cobrando fuerza en Colombia: la imagen de mujer cuya belleza está ligada a las proporciones corporales y a los tratamientos estéticos, al vestir con prendas caras

y seductoras que inviten al género masculino a desearlas que, por lo tanto, intenten apoderarse de ellas de alguna manera (p. 16).

Los trabajos de Gómez y Benítez, aunque difieren entre sí en la temática abordada, facilitan elementos valiosos para la discusión sobre la representación de la mujer en las telenovelas. La de Benítez, particularmente, contribuye a seguir enunciando características de los estereotipos femeninos tradicionales.

Los estereotipos de la femineidad plasmados en el ámbito televisivo, principalmente en las telenovelas, corresponde al trabajo de González (2013), donde inicialmente afirma que la televisión:

transmite patrones sociales y culturales que son interpretadas por los televidentes y pueden o no, entrar en conflicto con sus tradiciones y orientaciones (Padilla, 2005; González, 2013, p. 1).

Por tal motivo de importancia que tiene la televisión, la autora pretende analizar cómo se configura la identidad de género, promovida por las telenovelas. Hace énfasis en que ésta última es “el principal producto audiovisual en América Latina y que se exporta al resto del mundo” (González, 2013, p. 1), la cual posee una cifra de espectadores a nivel global de 2 mil millones, en ese entonces.

El trabajo *Las Aparicio ¿ruptura de estereotipos femeninos en la telenovela mexicana?* partió de la hipótesis de que los personajes femeninos rompen con los estereotipos de la telenovela tradicional, al mismo tiempo que genera nuevos, acordes con los planteamientos básicos del *feminismo de la igualdad*.

La metodología consistió en analizar el lenguaje audiovisual de la telenovela, de una muestra de 20 capítulos se indagó en ellos montaje

elegido, planos y escenarios predominantes, movimientos de cámara más comunes, manejo del tiempo, utilización de la música; iluminación, valor connotativo de los colores, vestimenta y diálogos de los personajes principales. Posteriormente, llegó a cabo una entrevista con una experta en género y un psicólogo para completar el análisis sociológico, respecto de la personalidad de los personajes (amor, el acceso a la esfera pública, las relaciones intrafamiliares, el comportamiento sexual, las relaciones laborales, los hábitos alimenticios, los gustos estéticos, la autopercepción, el nivel de estudios formales, las creencias religiosas, filiación política y la reacción ante situaciones conflictivas).

La autora encontró que:

Las Aparicio se distinguen de los personajes tradicionales femeninos en el género telenovela sobre todo porque provienen de una familia pudiente, son profesionales cultas y exitosas, trabajan fuera del hogar, se mantienen a sí mismas, no son religiosas ni devotas de la imagen, luchan para sobreponerse a las situaciones difíciles con ingenio, no constituyen víctimas del destino o de los antagonistas, practican una sexualidad plástica, buscan construir relaciones puras (no matrimonios) en las que el placer sexual figura como un componente básico, ocasionalmente beben alcohol y dicen “malas palabras”, discuten y defienden su postura con argumento pero nunca pelean físicamente (p. 89).

También fue analizado el lenguaje audiovisual, locaciones, movimientos de cámara, edición, música, vestimenta, colores, peinados, maquillaje, actuación e iluminación.

En este marco de los estereotipos, en el 2009 se llevó a cabo una investigación en Chile titulada *Caracterización de estereotipos de género en telenovelas chilenas: el caso de Canal 13 y TVN*, Arenas (2009). Se trató de una investigación donde se caracterizaron las imágenes de masculinidad y

femineidad presentes en las telenovelas chilenas (Cuenta Conmigo de Canal 13 y Los exitosos Pells de TVN) mostradas en horario de alta audiencia. La elección de las telenovelas radicó en la preocupación de aquella programación transmitida en el horario donde los niños pueden ser susceptibles a observarlas, convirtiéndose así en una instancia más de su socialización.

La trama de la telenovela chilena titulada “Los exitosos Pells” narra el matrimonio de periodistas Martin Pells y Sol Acosta, quienes como titulares TV News forman la pareja televisiva más exitosa de ese momento. La dueña del canal sabe de esto y emprende todo tipo de actos con el afán de mantener su liderazgo televisivo. “Cuenta conmigo” relata la historia de una pareja chilena, Camilo Sarmiento y Josefina Alcántara, que se encuentran en la juventud intermedia. Tiempo atrás, jóvenes y recién titulados prometieron amarse por siempre, no tener hijos y recorrer el mundo. Pronto procrearon siete hijos y su dedicación, relegó la idea de recorrer el mundo. La pareja se enfrentará a difíciles tomas de decisiones: Camilo creará una empresa llamada Media Link, encargada de las encuestas y estudios de mercado y Josefina es diagnosticada con cáncer.

Para el desarrollo de la investigación se empleó el análisis de contenido, ya que es útil para obtener información que no está directamente expresada en el mensaje. Se trató de una muestra compuesta por 10 capítulos de telenovelas nuevas (no repeticiones en pantalla) de producción nacional exhibidas en horario todo espectador. Las producciones escogidas fueron Cuenta Conmigo de Canal 13 y Los Exitosos Pells de TVN, donde se analizaron 5 capítulos de cada una.

Para la selección de capítulos, se llevó a cabo una muestra compuesta que abarcó 3 semanas de emisión durante el primer mes de transmisión. La selección de personajes aconteció realizando un mapeo

de los personajes según sexo, edad, protagonismo, identidad de género (observación de presencia de algún estereotipo) y condición laboral.

El autor encontró la presencia de imágenes de género en ambas telenovelas. De imágenes femeninas distinguió: *la mujer amazonas*: jóvenes, atractivas, activas, autosuficientes, competitivas, astutas y calculadoras; *la mujer fraternal*: trabaja y presenta como principales objetivos la consolidación familiar, la lucha por el bienestar de los hijos y el amor verdadero. De imágenes masculinas encontró: *niño grande*: joven, atractivo, pasivo, dependiente, inseguro, emocionalmente frágil e ingenuo; *nuevo hombre o nueva masculinidad*: labores domésticas y de crianza con los hijos propios de la mujer.

La precisión para describir los estudios de González y Arenas, radica en considerarlos similares a esta tesis, siendo posible observar en ellas interés por averiguar cómo se manifiestan los estereotipos femeninos y masculinos en las telenovelas. Mediante la técnica de análisis de contenido, concluyen haber encontrado no sólo estereotipos tradicionales, sino también no tradicionales y su clasificación: la mujer amazonas/la mujer fraternal; niño grande/nuevo hombre o nueva masculinidad.

Por último, los chilenos Amigo, Bravo y Osorio realizaron un artículo, el cual constituye una síntesis de investigaciones empíricas cualitativas sobre la telenovela, realizada entre 2007 y 2014. En *Telenovela, recepción y debate social* los análisis presentan la posibilidad de observar el fenómeno mediático desde una mirada contraria, o sea, “cómo la dinámica social puede establecer las condiciones simbólicas para la producción de discursos en la televisión” (p. 143). Por lo que, la telenovela chilena permite observar:

el complejo proceso de circulación cultural en Chile, las tensiones e intereses, las disputas de sentido que se verifican entre los sujetos, las cadenas televisivas y la discusión pública (p. 143).

Los autores se encuentran seguros de que la telenovela no genera cambio en el debate social, pero puede llegar a tener un efecto de éste último, superando los intereses de las propias cadenas televisivas o expectativas de sujetos y actores sociales.

En estas investigaciones latinoamericanas, persiste la preocupación por analizar la imagen de la mujer plasmada en la televisión y telenovelas: su representación, consumo, discurso, estereotipos, vinculación a la violencia de género, los mitos, la vejez, feminicidio, su identidad; es notable observar el aliciente por indagar la femineidad y masculinidad, así como demostrar si se manifiestan tradicional y no tradicionalmente.

Algunos trabajos son los de España y Suiza. En *España* es notable citar las investigaciones de Cantera, Leonor y Blanch, Josep (2010) y Soler Azorín (2013).

En *Percepción social de la violencia en la pareja desde los estereotipos de género* (2010), Cantera y Blanch llevan a cabo un estudio experimental, nada relacionado con las telenovelas, pero sí con los estereotipos de género vinculados a la violencia en la pareja. Se trató de una investigación en la que los autores pretendieron “evaluar el grado de anclaje social de determinados estereotipos sobre género (hombre proveedor, mujer cuidadora) y sobre violencia de género (hombre violento, mujer pacífica) y se enmarca en el contexto de un debate sobre el alcance y los límites del enfoque de género a la hora de comprender y prevenir la violencia en las diversas modalidades de pareja” (p. 121).

Realizaron una investigación experimental con una muestra de 741 personas, de las cuales dos tercios eran mujeres residentes en España,

México, Puerto Rico y El Salvador. La información recabada afirma que las personas de los países estudiados estructuran su percepción de la violencia en la pareja, siguiendo los estereotipos de género. Encuentran coincidencia en reconocer “como masculinos los atributos de la escala de dureza y como femeninos los de la ternura, acentuando y polarizando éstas aún más las diferencias percibidas en cuanto a conductas de rol de género” (p. 121). Los descubrimientos de dicho anclaje aseguran los autores, tiene repercusiones a nivel social, pero al mismo tiempo visibiliza el maltrato del hombre a la mujer y en otras formas de pareja.

Por su parte Soler (2013) vincula las telenovelas y la política. En *Las telenovelas y su influencia política* la autora parte de considerar a las telenovelas con suma importancia. Pretendió analizar tres telenovelas que han influido en la política venezolana, colombiana y argentina. Consideró una metodología basada en el análisis de serie, estudios de caso, análisis de contenido. Concluye que “el poderoso medio televisivo logra la identificación de los mensajes del poder a las masas de telespectadores, consiguiendo objetivos” (p. 2).

En Suiza encontramos el trabajo de Giraldo, Iris (2015) titulado *Machos y mujeres de armas tomar. Patriarcado y subjetividad femenina en la narco-telenovela colombiana contemporánea*. La representación del tráfico de drogas y la violencia en las narco-ficciones televisivas constituyen los ejes centrales de interés de la autora, ya que “la construcción de la subjetividad femenina, la performatividad y el sistema sexo-género dominante en las mismas han sido generalmente pasadas por alto” (p. 67). El artículo se propuso analizar dos series colombianas recientes y exitosas: *El Cartel* (primera temporada, 2008) y *El Capo* (primera temporada, 2009).

La autora se cerciora de que las narco-ficciones son un terreno fértil para representar las configuraciones de género al construir la

masculinidad y femineidad como formas de diferenciación sexual. En *El Capo y El Cartel*:

Refuerzan un sujeto masculino 'alfa' cuyo valor es altamente dependiente del poder -simbólico y material- sobre otros sujetos femeninos. La conjunción de esta masculinidad con un enfoque esencialista a la identidad de género en el sistema sexo/género tradicional de estas narrativas también garantiza el éxito sexual para los sujetos masculinos. Como resultado, los personajes femeninos son frecuentemente seducidos por el poder simbólico y material detenido por las figuras híper-masculinas de estos capos (p. 79).

En estas investigaciones de España y Suiza se encontró que las telenovelas y narconovelas colombianas conformaron los principales tópicos de interés, explorando en ellas: estereotipos, representación de la violencia social y política, drogas; se hizo presente estudiar, nuevamente, la representación de la mujer (sicaria) en cuanto a su subjetividad y como sujeto subalterno. Por último, mostraron un escaso anhelo por saber los efectos de dichas telenovelas.

Las exámenes mexicanas reflejan artículos publicados y tesis de posgrado. Entre ellas resaltan las de: Durin, Séverine y Vázquez, Natalia (2013); Trujillo Amaya (2015); Ramírez, Raquel (2012) y Cayeros, López, Figueroa Varela, Navarro Hernández y Arreola Ávila (s.f.), con temáticas enfocadas a examinar telenovelas, narconovelas y la vinculación a la violencia de género.

Durin y Vázquez (2013) en *Heroína-sirvientas. Análisis de las representaciones de trabajadoras domésticas en telenovelas mexicanas* examina las representaciones de un grupo de mujeres de medios populares que observaron telenovelas donde mostraban las vivencias de empleadas domésticas -popularmente llamadas 'sirvientas'- se preguntó ¿qué

representaciones emergen al hablar acerca de las protagonistas y sus vivencias? ¿comparten algunas representaciones discriminatorias a cerca de los indígenas? Y ¿en qué medida estas telenovelas forjaron representaciones sociales acerca de las empleadas domésticas en México?

Tratándose de una investigación de índole receptiva, mediante entrevistas semiestructuradas e individuales entrevistó a doce mujeres adultas de niveles medio-bajos y bajos; de diferentes edades y consumidoras de telenovelas. La autora argumenta que particularmente las telenovelas que analizó, el servicio doméstico, tema central de su trabajo, es mostrado como un modo de vida para superarse “a través de un proceso de aculturación, en la medida que se asuma un papel subordinado, particularmente al respetar los roles tradicionales de género” (p. 42).

En específico, las narconovelas fueron de interés, particularmente para Trujillo (2015), quien en *Retórica, argumentación e identificación en la narco telenovela colombiana* pretende analizar la retórica de las narconovelas colombianas desde el enfoque de la resignificación dramática de Perelman-Olbrechts. Los argumentos y narrativas de “estas telenovelas organizan el campo de la realidad, crean identidades individuales y colectivas, al tiempo que buscan lograr la adhesión a ciertas jerarquías y estilos de vida característicos del mundo de tráfico de drogas” (p. 247). Por lo que las técnicas discursivas empleadas en dichas telenovelas persuaden de sus creencias e identificación con las historias, situaciones, personajes y emociones.

Trujillo argumenta que los motivos, la acción simbólica, situación dramática, los procesos de purificación (culpa, remordimiento, victimización y redención) y la identificación son elementos de suma importancia que permiten comprender lo que se comparte entre la

audiencia y las telenovelas colombianas (retórica) basadas en la cultura del narcotráfico.

En tanto, *Pautas de violencia de género observadas en las telenovelas mexicanas: construyendo la indefensión de las mujeres*, constituye un trabajo realizado por Cayeros, Figueroa, Navarro, y Arreola (s.f.). Se cuestionan ¿qué construcciones de género impactan en el deber ser/hacer femenino? ¿cómo son las nuevas heroínas de las telenovelas y cuáles su contraparte masculina? ¿qué nuevas y viejas formas de violencia de género se perciben en la telenovela? Reflexionan en torno a estas interrogantes con el propósito de ubicar la indefensión aprendida como la causa y consecuencia de la violencia de género en los medios de comunicación masiva. Concluyen:

Es indefensión aprendida en tanto me dejan sin armas de realidad y capacidad de asumir mi situación sin la imagen y semejanza de las heroínas en turno. Los estereotipos de género femenino en las telenovelas más que generar desesperanza, generan consumismo, ofuscamiento y frustración, además de generar impactos regresivos en la lucha por la equidad (p. 10).

Contrario a otros autores, Cayeros, Figueroa, Navarro y Arreola demuestran el sentido desalentador de los estereotipos femeninos mostrados por las telenovelas. Considerando ir en retroceso a la lucha por la equidad de las mujeres.

También, Ramírez (2012) analiza la violencia impulsada por los estereotipos sexistas. En *¿una mujer entera no necesita media naranja?: representación del amor como mecanismo de opresión de las mujeres en la telenovela Las Aparicio*, analiza dicha telenovela como material de análisis de su investigación, la cual fue transmitida en el 2010 y prometía ser innovadora y progresista al presentar a un “nuevo tipo de mujer”.

Cabe decir que los trabajos de Raquel Ramírez y Paulina González, ésta mencionada con anterioridad, son similares. Ambas investigaciones tienen como eje común los estereotipos y “Las Aparicio”: Raquel encontró que las protagonistas de la telenovela, son mujeres cuyas vidas giran en torno al amor, necesitan el amor de pareja para darle significado, y esto último es un estereotipo. Así, dicha representación se estereotipa y configura una expresión de violencia contra ellas mismas, al no verse involucrado el paradigma de derechos humanos de las mujeres y su empoderamiento. En tanto Paulina develó las características estereotípicas femeninas tradicionales y no tradicionales. Refiere las primeras como la belleza, el amor de pareja, la asociación de la maternidad como tarea exclusivamente femenina. Así también, descubrió y enunció los nuevos estereotipos femeninos de las telenovelas: la exitosa madre y profesional (responsable, eficiente, admirada por su trabajo y la dedicación a sus hijos), la empresaria triunfadora y mujer fatal (trabajadora, inteligente, sexy, sabia y misteriosa) y la eterna indecisa (autocentrada, joven, impulsiva y disconforme).

Aquí las reflexiones de las investigaciones mexicanas se centraron en las políticas, programas y estrategias de acción mostradas en la televisión, desde una perspectiva de género en México; fueron analizadas las representaciones sociales de las empleadas domésticas, tomando como referencia las primeras telenovelas mexicanas donde sus personajes eran mujeres (por lo regular indígenas) que venían a la Cd. de México buscando una “vida mejor” y una de las alternativas era como trabajadoras domésticas; la retórica de telenovelas, evidencian que ciertos elementos (motivos, la acción simbólica, situación dramática, procesos de purificación y la identificación) permiten entender melodramas basadas en la cultura del narcotráfico; así como la indefensión aprendida como causa y consecuencia de la violencia de género en los MMC.

Estas investigaciones mexicanas también develaron que el estudio de los estereotipos femeninos mostrados por las telenovelas no es reciente. Han sido, desde hace varios años y en diversas temáticas, indagadas por la academia. Otro aspecto que resulta mencionar es que a través de ellas, es como ha sido posible identificar y visualizar una clara clasificación entre los estereotipos femeninos tradicionales y no tradicionales

Además, resulta importante señalar los trabajos de tesis que se realizaron en la UNAM, desde la mirada de la psicología y la comunicación. Con vistas a analizar el papel de la televisión, principalmente de las telenovelas mexicanas, a saber: se analizan estereotipos, representaciones de la guerra, la figura del narcotraficante en las telenovelas colombianas, el consumo de la propia televisión, la comunicación de los valores, género, la televisión como forma de vida. Los estudios hacen mayor énfasis en las telenovelas como objeto de estudio; son aquellos que enfatizan los efectos causados a las mujeres. Se distinguen los trabajos de Gutiérrez Capello (1994); Hernández Morales (1995); Hernández Viramontes (1996); Ferreira Ascencio (1998); Regalado Hernández (1998); Rodríguez Peña (1998); Araiza Díaz (2000); Rueda Martínez (2002); Arenas Jerez (2003); Machorro Ríos (2003); Meza Escorza (2003); Romero Ramos (2009); Murillo Acosta (2010); Vidal Alejandro (2011); Torres Falconi (2011); Martínez Ramírez (2011); Vidrio Almazán (2012); Pardo Barrientos (2012); Contreras Nájera (2012); Jaramillo Torres (2013).

Para concluir, he de decir que de esta revisión teórica se tomará en cuenta los trabajos citados en el apartado del Estado del arte. Se prestará especial atención a la formulación de Bustos (2011b, 1988b, 1985), Basaglia (1983), Lagarde (2012, 2001), Buarque (2007), González (2013), Ramírez (2012), Soler (2013) y Cantera y Blanch (2010) respecto a los estereotipos

femeninos tradicionales; y las investigaciones de González (2013), Ramírez (2012), Arenas (2009) y Buarque (2007) para coadyuvar en develar los estereotipos femeninos no tradicionales.

Como se señaló anteriormente, esta tesis tiene como propósito central describir a través de dos telenovelas mexicanas, los estereotipos de femineidad en la televisión mexicana contemporánea, empleando para ello, la técnica de análisis de contenido.

A continuación se enuncian cuáles fueron las herramientas metodológicas para lograr tal fin.

### **3.1. Herramientas metodológicas**

#### *3.1.1. Criterios de selección de las telenovelas*

El material de análisis fueron dos telenovelas<sup>19</sup>, cuyo contenido es susceptible de ser analizado como en los documentos escritos.

---

<sup>19</sup> No realizo distinción entre telenovela y serie. El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) presentó los resultados de la Primera Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales (2016), en ella se reveló que 80.9% ve canales de televisión abierta: 47% prefiere telenovelas. En cuanto a la televisión de paga: 29% observa series televisivas.

Los criterios básicos de selección fueron: mujeres protagonistas<sup>20</sup> y antagonistas<sup>21</sup> de melodramas de producción mexicana, cuya trama fuera reciente (contemporánea) y su año de realización fuera en el periodo 2016 y 2017. El acceso a las mismas fue a través de su revisión directamente en las plataformas blim y Netflix.

Las telenovelas (ver Anexo 1) a ser analizadas fueron las que se mencionan a continuación:

### *Ingobernable*

**Primer episodio:** 24 de marzo 2017

**Número de episodios:** 15

**Número de temporadas:** 1

**Duración de los episodios:** 30 minutos

**Producción:** Epigmenio Ibarra, Verónica Velasco, Kate del Castillo

**Empresas productoras:** Argos Comunicación y Netflix

### *La candidata*

**Primer episodio:** 21 de noviembre de 2016

**Último episodio:** 12 de febrero de 2017

**Número de episodios:** 61

**Número de temporadas:** 1

**Duración de los episodios:** 40 minutos

**Producción:** Julieta de la O. y Giselle González Salgado.

**Empresas productoras:** Televisa

---

<sup>20</sup> La protagonista es el personaje principal de un drama o historia. También es la que actúa en las mayores acciones de una historia.

<sup>21</sup> Es el personaje que interviene en una historia, y que representa la oposición a una protagonista o heroína con la cual debe enfrentarse.

La muestra estuvo compuesta por 10 capítulos de las dos telenovelas seleccionadas, es decir, cinco capítulos por cada telenovela. Se seleccionaron los primeros, ya que es al inicio cuando se hace la presentación de personajes y cuando hay más probabilidad de detectar los estereotipos femeninos.

### 3.1.2. Categorías de análisis

Para el análisis de la presente investigación, se consideraron los trabajos explorados en el apartado de Estereotipos y Estado del Arte para construir la categoría de *estereotipos femeninos tradicionales* y *estereotipos femeninos no tradicionales*. Los primeros, se caracterizan por una marcada división sexual del trabajo, preponderando el sexo masculino sobre el femenino. Resaltan los trabajos de Basaglia (1983), Bustos (2011b, 1988b, 1985), Lagarde (2012, 2001), Buarque (2007), González (2013), Ramírez (2012), Soler (2013) y Cantera y Blanch (2010):

Tradicionalmente, la mujer es vinculada a la naturaleza (menstruar, quedar encinta, parir, amamantar, tener la menopausia). Se le considera débil, tierna, sensible, honesta, insegura, dependiente, sumisa, abnegada, comprensiva, generosa, cariñosa, emotiva, afectiva, estética, coqueta, observadora, intuitiva, miedosa, obstinada, dulce, maternal, estúpida, seductora, pérfida y amoral. Tiene que ser bella y cuidar de su cuerpo, consumiendo bienes y servicios para su cuerpo. Se esfuerza en ser “la buena ama de casa”, madre y esposa dedicada.

Se asocia la maternidad como tarea exclusivamente femenina y como punto de plenitud de las mujeres; su vida gira en torno al amor, necesitando el amor de pareja para darle significado.

La mujer no es dueña de su cuerpo, existe como objeto para otros y en función de otros. En ella no hay cabida al placer o la autonomía. Se le percibe como el objeto sexual del hombre y de los hijos, una mercancía.

Es una mujer-cuerpo para otros (su sexualidad le pertenece al hombre, a sus hijos, a los otros).

Su rol es el de cuidadoras, responsables del bienestar de los demás; no esperando nada, ni reciprocidad a cambio de tales funciones. Se espera la renuncia a sus propias necesidades o deseos. Hay predisposición en ellas, o sea, sólo se encuentran completas hasta “pertener” a alguien.

Visualmente, los estereotipos femeninos son asociados en la escala de ternura.

Mientras que, los estereotipos femeninos no tradicionales, innovadores o modernos, conciben a las mujeres siendo parte de un proceso de reconocimiento hacia ellas mismas: expresan sus intereses, buscando satisfacción personal y éxito profesional. Interactúan en un ambiente de equidad para la realización de las tareas domésticas, extradomésticas y cuidado de las/los hijas/os. El poder emocional, económico y racional es decidido y ejercido por ella y su pareja. Así como también, la resolución de conflictos se da bajo una comunicación asertiva, reduciendo o anulando los niveles de violencia. Las investigaciones que coadyuvan a identificarlos son los de González (2013), Ramírez (2012), Arenas (2009) y Buarque (2007):

Son mujeres provenientes de una familia pudiente, son profesionales cultas y exitosas, son elegantes y sensuales, trabajan fuera del hogar, se mantienen a sí mismas, no son religiosas ni devotas de la imagen, luchan para sobreponerse a las situaciones difíciles con ingenio, no constituyen víctimas del destino o de los antagonistas, practican una sexualidad plástica, buscan construir relaciones puras (no matrimonios) en las que el placer sexual figura como un componente básico, ocasionalmente beben alcohol y dicen “malas palabras”, discuten y defienden su postura con argumento pero nunca pelean físicamente.

En los estereotipos femeninos innovadores se distinguen: *la mujer Amazonas*: jóvenes, atractivas, activas, autosuficientes, competitivas, astutas y calculadoras; *la mujer fraternal*: trabaja y presenta como principales objetivos la consolidación familiar, la lucha por el bienestar de los hijos y el amor verdadero; *la exitosa madre y profesional*: responsable, eficiente, admirada por su trabajo y la dedicación a sus hijos); *la empresaria triunfadora y mujer fatal*: trabajadora, inteligente, sexy, sabia y misteriosa y *la eterna indecisa*: autocentrada, joven, impulsiva y disconforme.

Por último, los *estereotipos femeninos en transición* son aquellos que poseen rasgos tradicionales y rasgos innovadores o no tradicionales. Será en este sentido como se consideraron los rasgos de ambas categorías para ubicar los estereotipos femeninos encontradas en las telenovelas.

### 3.1.3. Técnica

La investigación se llevó a cabo por medio de la técnica de *análisis de contenido*. Se centra en la “interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados, filmados..., u otra forma diferente donde puedan existir toda clase de registros de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos, videos...” (Andréu, s.f., p. 2). También, su empleo permite manejar con utilidad y confiabilidad el estudio de los mensajes televisivos (Ramírez, 2012a).

El análisis categorial, técnica específica del análisis de contenido descompone el texto en unidades, seguidas de clasificación de estas unidades en categorías (Bardin, 1996). Comprende la unidad de registro y la unidad de contexto.

La *unidad de registro* es la unidad de significado más pequeña para codificar, para nuestro caso son los estereotipos de género. La *unidad de contexto* es el mayor cuerpo de contenido que puede investigarse para

caracterizar a una unidad de registro (Bardin, 1996). En lo que atañe a esta tesis, la telenovela es la unidad de contexto de cada personaje.

#### *3.1.4. Procedimiento*

Cada telenovela fue observada de principio a fin, sin interrupciones. Al mismo tiempo, se fueron identificando los personajes y su participación en la telenovela (es decir, si se trata de protagonistas, antagonistas, secundarios, terciarios...), realizando un listado de ellos, anotando entre paréntesis el nombre del personaje desempeñado a lo largo de la historia. Para ampliar el conocimiento en la estructura familiar de cada protagonista y antagonista, se optó por la realización de un genograma<sup>22</sup>.

Una vez ubicados los personajes, entre ellos la protagonista y antagonista de cada telenovela, se procedió a realizar el llenado del Formato de análisis (a) (ver Anexo 2), conteniendo datos como:

- Sexo
- Edad
- Estado civil
- Estrato socioeconómico
- Escolaridad
- Trabajo/ocupación
- Descripción de las dimensiones física, psicológica y social del personaje.

A efecto de conocer un poco más sobre los personajes (secundarios y terciarios) con quienes interactúa la protagonista/antagonista, se incluyó un apartado titulado “Otros personajes principales”.

---

<sup>22</sup> Mónica McGoldrick y Randy Gerson (2000) refieren el genograma como una representación gráfica del árbol familiar donde se registra información sobre las personas que integran una familia y sus relaciones.

Posteriormente, cada capítulo se observó cuantas veces fue necesario, realizando interrupciones (transcribiendo diálogos según cada caso), con el propósito de poder realizar la sinopsis del mismo (*unidad de contexto*) e ir identificando los estereotipos de femineidad de la protagonista y antagonista (*unidades de registro*).

Hecho lo anterior, se procedió al llenado del Formato de Análisis (b) (ver Anexo 2). La idea del formato de registro fue tomada de Cabello y Ortega (2007) y Arenas (2009), el cual contempla:

- Nombre de la telenovela
- Capítulo a ser analizado
- Síntesis del capítulo
- Indicar si se trata de protagonista o antagonista.
- Descripción inicial de la escena<sup>23</sup> donde se ha identificado el estereotipo.
  - Tiempo de la escena [minutos y segundos].
  - Descripción de la presencia de los estereotipos femeninos mediante paráfrasis o inclusión de diálogos. Para ello se hace uso de la sintaxis visual de Dona Dondis (1985)<sup>24</sup> y los tipos de planos y enfoques (ver Anexo 3) de la escena. Un plano es el nivel o proporción y el ángulo (enfoque) que ocupa la protagonista/antagonista dentro del encuadre fotográfico. Los planos y enfoques ofrecen múltiples significados y sensaciones permitiendo explicar la historia representada en imágenes. Al identificar los estereotipos femeninos se espera encontrar escenas

---

<sup>23</sup> Una escena es cada parte de la película que transcurre en un mismo espacio y en un mismo tiempo. En el momento en que haya una ruptura temporal o espacial, se está ante otra escena.

<sup>24</sup> Dondis, Dona (1985). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili.

con plano general, fondo-figura, medio corto y primer plano, en enfoque de perfil, dorsal y frontal.

- Comentario para precisar el estereotipo femenino en la escena (tradicional/no tradicional).

Una vez obtenido el registro y análisis de todas las imágenes femeninas por capítulo, se realizó una comparación entre los personajes de las dos telenovelas, con el propósito de observar similitudes y diferencias.

## 3.2. Análisis de resultados y argumentación

### 3.2.1. Sistematización de resultados

#### INGOBERNABLE (2017)

**Productores:** Epigmenio Ibarra, Verónica Velasco, Kate del Castillo

**Empresas productoras:** Argos Comunicación y Netflix

#### Reparto

- Kate del Castillo como **Emilia Urquiza García** (Esposa del presidente Diego Nava/Primera Dama).
- Eréndira Ibarra como **Ana Vargas-West** (Jefa de la Oficina de la Presidencia/ agente de la Agencia Central de Inteligencia en E.U.A.).
- Alberto Guerra como **Canek Lagos Ruíz** (Hijo de Dolores Lagos).
- Luis Roberto Guzmán como **Pete Vázquez** (Agente de la Agencia Central de Inteligencia en E.U.A.).
- Álvaro Guerrero como **José "Pepe" Barquet** (Antes de la muerte del presidente era secretario de gobernación, posteriormente Presidente provisional).
- Erik Hayser como **Diego Nava Martínez** (Presidente de México/Esposo de Emilia Urquiza).
- Fernando Luján como **Tomás Urquiza** (Empresario y papá de Emilia).
- Aida López como **Mercedes "Chela" Lagos** (Hermana de Dolores y tía de Canek).
- Alicia Jaziz como **María Nava Urquiza** (Hija mayor de Emilia y Diego).

- Alessio Valentini Padilla como **Emiliano Nava Urquiza** (Hijo menor de Emilia y Diego).
- Marco Treviño como **Agustín Aguirre** (General, Secretario de la Defensa Nacional).
- María del Carmen Farías como **Dolores Lagos** (Madre de Canek y hermana de “Chela”).
- Tamara Mazarrasa como **Zyan Torres** (Pareja anterior de Canek).
- Maxi Iglesias como **Ovni** (Amante de “Chela”).
- Marina de Tavira como **Patricia Lieberman** (Fiscal especial encargada de la investigación de la muerte de Diego Nava).
- Harold Torres como **Christopher "Chris" López** (Hermano de Citlalli “La Mosca”).
- Marianna Burelli como **Daniela Hurtado** (Asistente de Patricia Lieberman).
- Hernán Del Riego como **Bruno Almada** (General, Secretario de la Defensa Nacional).
- Diego Cadavid como **Jaime Bray González** (Consultor y compañero de trabajo de Emilia en el CENAPAZ).
- Mitzi Mabel Cadena como **Citlalli López "La Mosca"** (Es una de las “cabronas de Tepito” Hermana de Christopher).
- Lourdes Ruiz como **Meche** (Vecina de “Chela”).
- Jimena Luna como **Emilia Urquiza García** (joven)
- Jeimy Osorio como **Amanda**
- Juan José Pucheta como **Benítez**
- Pablo Aztiazarán como **Juan Cabo**
- Lourdes Reyes como **Sofía**
- Ángel Cerlo como **General Valdés**

## IMAGEN FEMENINA (PROTAGONISTA)

**Telenovela:** Ingobernable  
**Personaje:** Emilia Urquiza  
**Interpretado por:** Kate del Castillo

**Sexo:** Mujer  
**Edad:** Entre los 40 y 45 años  
**Estado civil:** Casada  
**Estrato socioeconómico:** Alto  
**Escolaridad:** Licenciatura  
**Trabajo/ocupación:** Primera Dama de la Ciudad de México/Funcionaria pública del CenaPaz (Centro Nacional de la Paz).

DIMENSIÓN	DESCRIPCIÓN
<p><b>Física</b>                      (Tipo de vestimenta, color, esquema, uso del lenguaje, tipo de gestos).</p>	<p>Ella es de piel morena, complejión media, de estatura baja, ojos café oscuro; su cabello, mientras es esposa del candidato y presidente es largo y transparencias rubias, maquillaje pronunciado, arreglo y cuidado (colores oscuros) de las uñas; cuando es presunta culpable de la muerte de su marido decide cortar su cabello hasta los hombros. Lleva poco maquillaje, arreglo y cuidado simple (colores claros de barniz) de las uñas.</p> <p>La vestimenta de Emilia Urquiza la podemos ubicar en dos momentos: como esposa del candidato a la presidencia viste jumpsuite, vestidos ajustados en colores... y zapatos de tacón de aguja; como sospechosa porta pantalones tipo militar, camisetas deportivas y botas.</p> <p>La anatomía de Emilia Urquiza persigue líneas curvas correspondientes al cuerpo de una mujer que realiza ejercicio.</p>
<p><b>Psicológica</b>                      (Habilidades, destrezas del personaje, tipo de personalidad, relaciones e interacción con distintos géneros).</p>	<p>Es una persona asertiva, segura, generosa, respetuosa, honesta, comprometida, responsable, ética, solidaria.</p> <p>Posee habilidades de discurso y de persuasión. Cree en la justicia, el trabajo en equipo y la equidad entre las personas.</p>
<p><b>Social</b>                      (Relaciones de pareja, relaciones laborales, relaciones familiares, tipo de conflicto).</p>	<p>Posee capacidad de liderazgo. Sus relaciones de pareja, laborales y familiares se caracterizaron por ser asertivas y entabladas mediante el diálogo.</p> <p>Algunos de sus encuentros, en ciertas ocasiones se tornaban conflictivos debido a la omisión o falta de ética, diálogo y asertividad.</p>

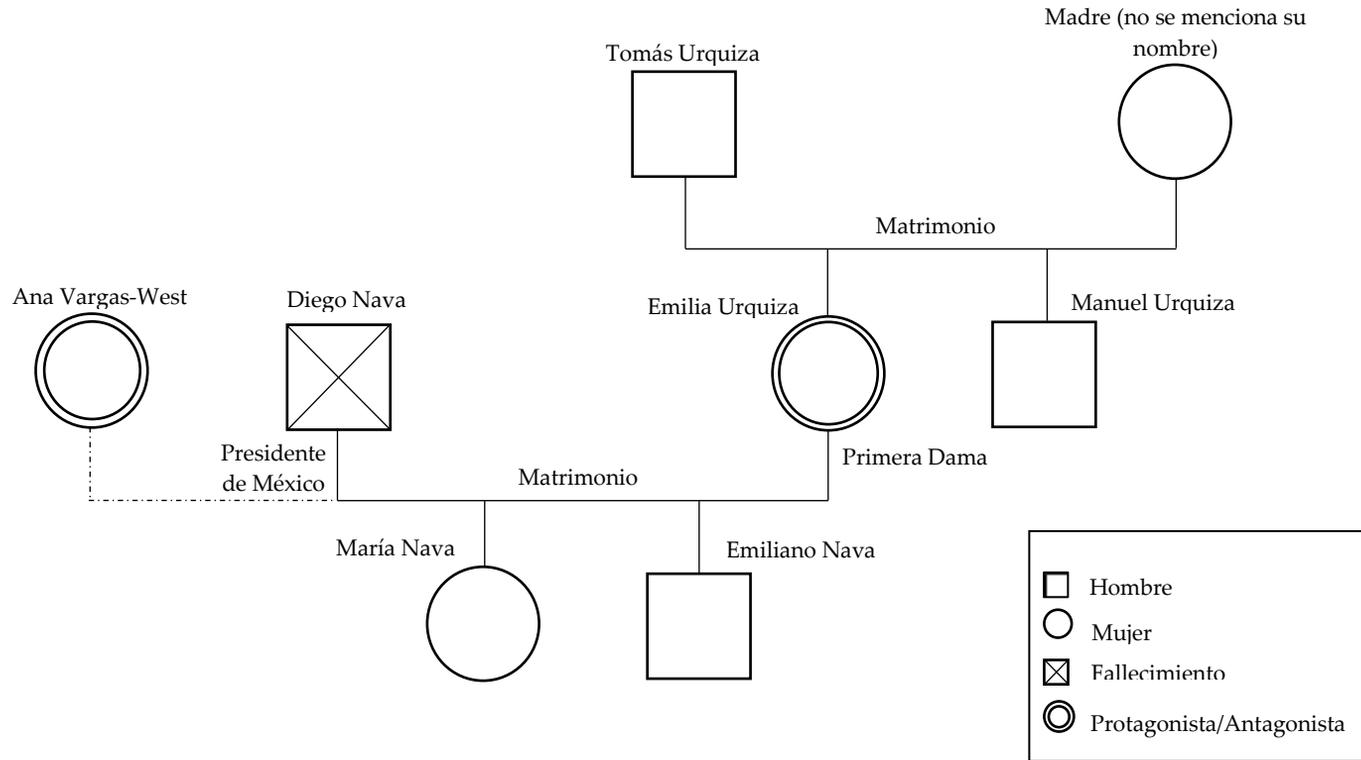
## IMAGEN FEMENINA (ANTAGONISTA)

**Telenovela:** Ingobernable  
**Personaje:** Ana Vargas-West  
**Interpretado por:** Eréndira Ibarra

**Sexo:** Mujer  
**Edad:** Entre los 25 y 30 años  
**Estado civil:** Soltera  
**Estrato socioeconómico:** Alto  
**Escolaridad:** Licenciatura  
**Trabajo/ocupación:** Jefa de la Presidencia.

<p><b>Física</b>          (Tipo de vestimenta, color, esquema, uso del lenguaje, tipo de gestos).</p>	<p>Ana Vargas West viste mayormente ropa ejecutiva (pantalones, blazer, sacos) en colores oscuros, zapatos de tacón de aguja y escaquin.          Ella es de piel blanca, complexión delgada, de estatura media, ojos negros; su cabello es largo, negro y liso. Porta abundante maquillaje y arreglo y cuidado elaborado (colores oscuros de barniz) de las uñas.          La anatomía de esta imagen femenina es de una persona que realiza ejercicio. La silueta de su cuerpo muestra líneas curvas.</p>
<p><b>Psicológica</b>          (Habilidades, destrezas del personaje, tipo de personalidad, relaciones e interacción con distintos géneros).</p>	<p>Se trata de una mujer comprometida, eficiente, obediente, segura, mentirosa, con habilidad lingüística para comunicarse.          Laboralmente posee organización, planeación, toma de decisión, manejo de redes sociales.</p>
<p><b>Social</b>          (Relaciones de pareja, relaciones laborales, relaciones familiares, tipo de conflicto).</p>	<p>El personaje de Ana se maneja con soltura entre las personas (también con los hombres). Posee buena dicción, volumen y tono de voz adecuado. Buen dominio del inglés.</p>

## FAMILIA NAVA URQUIZA Genograma



### Lectura:

La familia Nava Urquiza se encuentra conformada por el matrimonio de Diego Nava y Emilia Urquiza, quienes tienen una hija de 21 años llamada María y Emiliano de 11 años de edad.

Emilia tenía un hermano de nombre Manuel y ambos eran hijos del matrimonio entre Tomás Urquiza y su esposa (de quien no se dice su nombre). Diego entabló una relación sentimental con la jefa de presidencia, Ana Vargas-West. Él falleció.

## Otros personajes principales (Por orden de aparición)

**Personaje:** Tomás Urquiza (Empresario y papá de Emilia).

**Interpretado por:** Fernando Luján.

Tomás como padre de la Primera Dama es un hombre influyente en el ámbito de la política así como empresario. Se trata de un hombre situado en la etapa de la vejez. Es mentiroso, manipulador, chantajista, capaz de poner a su familia en peligro por intereses propios. Él es el responsable de que su hija haya sido culpada de un crimen que no cometió. Posee buen dominio del inglés.

**Personaje:** Diego Nava Martínez (Presidente de México/Esposo de Emilia Urquiza).

**Interpretado por:** Erik Hayser.

Diego es el actual Presidente de México y esposo de Emilia Urquiza. Perteneciente a la clase alta, gozando de comodidades. Es un hombre alto, delgado y atractivo que en todo momento viste de traje y corbata. Dice ser una persona que persigue la justicia, paz y erradicar la violencia; sin embargo, a lo largo de la trama se mostró su actuar disonante (incongruencia). A Emilia le fue infiel, la chantajeó con sus hijos y, la violentó. No parece mostrar interés por sus hijos. También tiene buen dominio del inglés.

**Personaje:** María Nava Urquiza (Hija mayor de Emilia y Diego).

**Interpretado por:** Alicia Jaziz

María es la hija mayor de la familia Nava Urquiza. De estatura baja y figura estilizada. Practica natación y mantiene una relación sentimental con Daniela, la asistente de la Fiscal asignada Patricia Lieberman. Es una

joven caprichosa y crédula. A lo largo de la historia se muestra una relación distante entre ella y sus padres, hasta de su propio hermano.

**Personaje:** Emiliano Nava Urquiza

**Interpretado por:** Alessio Valentini Padilla

Es el hijo menor de Emilia y Diego y se encuentra en la etapa de la preadolescencia. Al enterarse de la muerte de su papá es crédulo de los comentarios mediáticos: que su mamá asesinó a su padre. También parece haber una relación distante entre sus padres y su hermana.

**Personaje:** Dolores Lagos (Madre de Canek y hermana de “Chela”).

**Interpretado por:** María del Carmen Farías

Dolores es la empleada que se encarga del cuidado de María y Emiliano Nava Urquiza. Se trata de una mujer ya entrada en la etapa de la vejez, complexión gruesa y caminar lento. No se *muestran con claridad las cualidades que pueda poseer. Ha tomado cariño al hijo e hija de Emilia, así como también a ésta última, más aun cuando recibió apoyo en el caso de su hijo Canek.*

**Personaje:** Canek Lagos Ruíz (Hijo de Dolores Lagos).

**Interpretado por:** Alberto Guerra

Canek es hijo de Dolores Lagos y sobrino de “Chela”. Estuvo en el reclusorio injustamente por dos años. Es un hombre criado en los barrios de Tepito; de complexión física ejercitada con habilidad para pelear. En su cuerpo posee tatuajes y cicatrices por las innumerables peleas en la prisión. Posee cualidades como lealtad, respeto, generosidad, responsabilidad. Él apoyó incondicionalmente a Emilia en el esclarecimiento del asesinato de su esposo.

**Personaje:** Jaime Bray González

**Interpretado por:** Diego Cadavid.

Es consultor y compañero de trabajo de Emilia en el Centro Nacional para la Paz (CENAPAZ). Se trata de un hombre seguro de sí mismo, asertivo y con una clara distinción de lo que es la ética y la justicia.

**Personaje:** Mercedes “Chela” Lagos (Hermana de Dolores y tía de Canek).

**Interpretado por:** Aida López

Criada y relacionada en los barrios de Tepito. Es una mujer morena de complexión mediana, ejercitada anatómicamente; en todo momento viste playeras que dejan ver sus senos y músculos de sus brazos. Fuma y dice “malas palabras”. Es la encargada de designar a las “Cabronas de Tepito”. Parece ser que no trabaja fuera del hogar y vive sola, a excepción de cuando recibe visitas de su amante “Ovni”, menor que ella. A la llegada de Emilia, no era de su agrado ayudarla, pero poco a poco fue involucrándose hasta hacerlo.

**Personaje:** Pete Vázquez (Agente de la Agencia Central de Inteligencia en E.U.A.).

**Interpretado por:** Luis Roberto Guzmán.

Pete, de origen colombiano, es el jefe de seguridad de Tomás Urquiza. Al igual que Ana también se desempeña como agente de la Agencia Central de Inteligencia en E.U.A. Es un hombre alto de complexión delgada ejercitada; en su brazo derecho posee un tatuaje perteneciente al grupo que asesinó a Diego Nava. Se trata de una persona mentirosa, manipuladora, persuasiva, chantajista. Tiene buen dominio del inglés.

**Personajes:** Zyan Torres; Christopher "Chris" López (Hermano de Citlalli "La Mosca"); Citlalli López "La Mosca" (Es una de las "cabronas de Tepito" Hermana de Christopher).

**Interpretado por:** Tamara Mazarrasa; Harold Torres; Mitzi Mabel Cadena, respectivamente.

Zyan se encuentra enamorada de Canek y fue su anterior pareja antes que éste fuese a prisión. Tiene a su cargo un bar llamado "La sirena". De carácter fuerte y segura de sí misma. Porta vestimenta ajustada y sin mangas en colores oscuros; su cabello es largo y ondulado siendo "rapado" a la mitad. A la llegada de Emilia manifiesta desacuerdo en ayudarla, finalmente, termina apoyándola. Christopher es el hermano de "La Mosca", se muestra como un hombre violento con poca tolerancia, él es quien asesina a Jorge Bray. Es un hombre que porta armas y desea venganza por la desaparición de su hermana. Citlalli, hermana de Christopher, es una de las "Cabronas de Tepito" designada por "Chela". Lo que se observa de ella es su práctica por el box. Su desaparición de Tepito lleva a su hermano a buscarla por todos los lugares. Es encontrada y se suicida en uno de los Centros de Detención (CD) clandestino.

## ESTEREOTIPOS DE FEMINEIDAD

**Telenovela: “Ingovernable”**

**Capítulo: 1 “Momento de decisión”**

### **Síntesis del capítulo:**

La acción transcurre mayormente en la Ciudad de México y en algunas ocasiones en Los ángeles, California, entre los años 2015 y 2017. En este primer capítulo se lleva a cabo la presentación de gran parte de los personajes de la historia.

La línea argumental se centra en la discusión que acontece en la suite 1002 del Gran Hotel de México entre Diego Nava (Presidente de México/Esposo de Emilia Urquiza) y Emilia Urquiza (Esposa del presidente Diego Nava/Primera Dama). Dicha pelea termina con Emilia inconsciente, por una parte, y por otra, Diego sin vida. Ante la imposibilidad de saber qué sucedió, Emilia huye del lugar, dando lugar a una persecución con el propósito de encontrarla y poder explicar lo sucedido. Se sospecha que ella lo pudo haber asesinado.

En otro momento, Tomás Urquiza (Empresario y papá de Emilia) se encuentra concluyendo negocios en los Ángeles, California. En tanto, José Barquet es nombrado Presidente provisional de la Ciudad de México. Y Canek Lagos sale de la cárcel.

### **Protagonista**

*Es de noche en la Ciudad de México. Una laptop, una taza de café, un celular, un cenicero, un encendedor encima de una cajetilla de cigarros, un documento y, de*

*fondo las noticias. Emilia toma la cajetilla de cigarros, el encendedor y el cenicero. Aparece recargada en el balcón.*

[2'02"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

En un plano general aparece Emilia Urquiza recargada en el balcón de la suite del Gran Hotel de México, viste una blusa azul marino y una falda negra con abertura en la pierna izquierda, dejando ver esta última. Con un enfoque de perfil se le muestra tomando un cigarro con la mano derecha, lo enciende y comienza a fumar, mientras escucha las últimas noticias relacionadas con el Presidente y su vida personal.



En esta primera imagen es posible observar un estereotipo no tradicional. Emilia Urquiza es presentada como una joven, atractiva y que fuma cigarrillos.

*Mientras se encontraba fumando en el balcón de la suite del Gran Hotel de México, la Primera Dama, escucha sonar su celular, apaga el cigarro y se dirige al escritorio para tomarlo y contestar.*

[2'22"]

**Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

En plano general y medio corto Emilia toma el celular y dice: “¿Dolores (Madre de Canek y hermana de “Chela”)? Está destruido... sí se acaba de ir. No quiso firmar los papeles del divorcio. Dice que, cree que todavía se puede salvar esto. No, no, no aquí sigo. En la noche nos vamos a ir más tarde al rancho. Todo sigue igual”. Cuelga.

En la descripción de esta escena, es posible ubicar un estereotipo no tradicional. Emilia Urquiza al solicitarle el divorcio a su esposo, está tomando la decisión de abandonarlo por ya no compartir más proyectos en común. Esta acción y actitud muestra a una mujer preocupada por sí misma, brindando valor a su bienestar.



Haber considerado la idea de divorciarse es una transición del estereotipo tradicional a lo no tradicional. Anteriormente las mujeres no se divorciaban por sus hijos y esto implicaba una desvalorización de ellas como personas.

*Diego Nava regresa a encontrarse con Emilia y sube rápidamente a la suite. Se le percibe enojado y al llegar, golpea estruendosamente la puerta, llamando a Emilia.*  
[7'20"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Se encuentran Emilia y Diego en un plano general y medio corto discutiendo. El segundo le asegura que no firmará los papeles de divorcio, reclamando en Emilia su supuesta infidelidad. Emilia le dice que los niños están por llegar y se irá con ellos. Discuten sobre la ausencia paterna de Emiliano y María en los últimos dos años. Forcejean y, nuevamente, Diego refiere el engaño de su esposa.

Emilia no sabe de qué le habla su esposo y le enfatiza el nulo derecho que tiene a difamarla. Le afirma que como presidente dio la espalda al país y al proyecto en común que se trazaron. Dice sentirse traicionada, decepcionada. Nuevamente forcejean.

Diego le dice a Emilia que no lo va a dejar y no manchará todo el trabajo que ha realizado como presidente. Le asegura que no lo está dejando por un hombre. Toma su maleta, gira en dirección a la puerta para salir de la suite y le dice a Diego “¿Cómo si te importara México?”.



La descripción de esta escena enfatiza la asertividad de Emilia Urquiza, rasgo característico de un estereotipo femenino no tradicional.

La asertividad como aquella habilidad de una persona para expresar lo que siente y piensa, es una cualidad innegable de la Primera Dama. No se queda callada, por el contrario, hacer saber sus desacuerdos al Presidente. Por ejemplo, en su discusión se refieren a sus hijos, la aclaración de que no lo deja por otro hombre y la imposibilidad de creerle la preocupación por México.

### **Antagonista**

En este primer capítulo no se encontró alguna escena donde se identificaran estereotipos.

### **Capítulo: 2 “La huida”**

#### **Síntesis del capítulo:**

Huyendo y sin querer ser reconocida, Emilia Urquiza recorre las calles de la Ciudad de México. El Estado Mayor y la jefa presidencial (Ana Vargas-West) encuentran la forma de localizarla mediante el rastreo de un chip insertado subcutáneamente en la Primera Dama. Después de un intento fallido por localizarla, ésta encuentra la forma de extraerlo de su cuerpo y nuevamente huye sin ser vista. Recorre las calles de Tepito, donde le es posible encontrar un celular para comunicarse con su hija y Jorge Bray (Consultor y compañero de trabajo de Emilia en el CENAPAZ); con este último se reúne y le cuenta su perspectiva de los hechos.

José Barquet (antes de la muerte del presidente era secretario de gobernación, posteriormente Presidente provisional) protesta como Presidente y Tomás Urquiza regresa a México. Mientras Chela (Hermana de Dolores y tía de Canek) y Canek (Hijo de Dolores Lagos) se encuentran cenando, se sorprenden al escuchar el llamado a su puerta y observar que se trata de la Primera Dama, quien llega en un estado casi inconsciente.

### **Protagonista**

*Emilia logra comunicarse vía telefónica con Jorge Bray, consultor del Cenapaz y logran fijar un punto de reunión.*

[30'45'']

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Reunidos en el Monumento a la Revolución, Emilia narra a Jorge lo ocurrido en la discusión y pelea con su esposo: ella no disparó y al despertarse después de estar inconsciente, tenía la pistola en la mano. No se lo explica. Afirmo insistentemente en la posibilidad de que alguien dese culparla.

Jorge Bray le dice que la sacará del país y ella le contesta que no dejará a sus hijos. Aconseja mantenerse viva, cuidarse y le sugiere dirigirse a la casa de la hermana de Dolores.



Esta escena se puede caracterizar de estereotipo tradicional. Cuando Emilia afirma que no abandonará el país sin dejar a sus hijos, se trata de una idea vinculada a la femineidad de la mujer, o sea, que la mujer habrá de ser la encargada del cuidado de los hijos. Si no lo hace es una mujer mala y cruel.

### **Antagonista**

*Ante la imposibilidad de localizar a la Primera Dama mediante las diversas cámaras situadas en las calles de la Ciudad de México, Ana Vargas-West (Jefa de la Oficina de la Presidencia/ agente de la Agencia Central de Inteligencia en E.U.A.) decide interrogar a Emiliano (Hijo menor de Emilia y Diego) y María (Hija mayor de Emilia y Diego).*

[2'16"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Frente a Emiliano y María, Ana les comunica que se encuentran haciendo hasta lo imposible por localizarla. Afirma que su mamá se encuentra sola y asustada y ante tal condición, desean ayudarla regresar a casa. Los cuestiona: ¿alguno de ustedes sabe dónde iría si estuviera asustada y no

supiera qué hacer? Emiliano le confía el chip que les implantaron a él, María, su mamá y el abuelo, por si en algún momento los secuestraban.



Ana, de acuerdo a los estereotipos no tradicionales, puede ser caracterizada como astuta. No conforme con las investigaciones que realizará el Estado Mayor Presidencial, decide indagar por su cuenta para agilizar la búsqueda de Emilia.

*Después de ir a la morgue para identificar la causa de muerte del Presidente Diego Nava, Ana se dirige al sanitario donde se cerciora que nadie se encuentre allí y escucha los mensajes pendientes del celular de María. Alcanza a escuchar la pelea entre Emilia y Diego. Se para frente al espejo pensativa.*

[35'01"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Un plano general y enfoque de perfil, muestra la imagen de Ana. Viste pantalón de vestir negro, blusa de vestir roja, blazer blanco y zapatillas de tacón de aguja negras. Lleva el cabello amarrado en coleta, brinda cuidado de las uñas y pintadas de café oscuro. El maquillaje que porta es abundante (en pestañas, párpados en color oscuro y boca de color rojo).



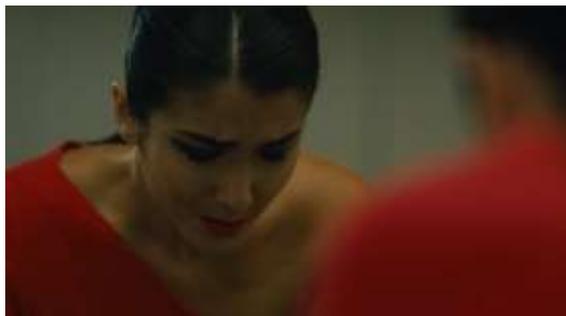
La descripción física de Ana la muestra como una persona joven, atractiva y preocupada de su aspecto personal, esto se evidencia en su arreglo personal, peinado y maquillaje.

*Frente al espejo, se observa a sí misma y se quita el saco.*

[35'05"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Ana (en primer plano) observándose en el espejo deja derramar unas lágrimas e inmediatamente se contiene de no hacerlo.



Por la descripción de la escena, es posible caracterizar a Ana como una

persona sensible, cualidad que ella (tal vez por considerarla signo de debilidad) rechaza al reprimir la emoción que le provocó la muerte de Diego.

### **Capítulo: 3 “Las deudas se pagan”**

#### **Síntesis del capítulo:**

Este capítulo narra de forma retrospectiva algunos momentos en los que Diego y Emilia decidían si aceptan la candidatura a la Presidencia. En común, se plantean las ventajas y desventajas de tal decisión y finalmente deciden aceptar.

En el momento actual de la historia, Emilia llega a la casa de Mercedes, es atendida por ésta y por Canek, brindándole todas las posibilidades para su recuperación física. José Barquet da a conocer a los medios de comunicación la causa real de la muerte del presidente Nava. Mientras Jorge Bray, colaborador cercano a Emilia en el Cenapaz, es interrogado por el Estado Mayor Presidencial, lo dejan libre con el propósito de acercarlos a la Primera Dama. Desconocen que Bray y la familia de Dolores harán todo lo posible por ayudar a Emilia a salir del país, a través de los narcotúneles ubicados en Tepito.

#### **Protagonista**

*Instalada en la casa de Meche y mientras se encuentra bañándose, Emilia recuerda el primer día en que ella y Diego durmieron en la habitación presidencial de los Pinos.*

[15'51"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Frente a un espejo aparece en plano medio, Emilia, mirándose a sí misma y tratando de quitarse el collar. Ella porta un vestido strapless rosa largo y ajustado, cabello semi-recogido y abundante maquillaje en los párpados y labios.



La descripción de esta escena corresponde a un estereotipo tradicional. La imagen de Emilia corresponde a la imagen femenina preocupada por su aspecto físico y es evidente que en este caso existe una preocupación por su apariencia, su forma de vestir, maquillarse. Lo anterior le hace parecer bella, elegante y sensual.

*Después de ser perseguido, Jorge Bray llega a la casa de Chela, quien es recibido por ésta y Canek. Piden se identifique y enseguida llega Emilia. Canek le da a conocer a Bray sobre el proceso de sacarla con una persona de confianza por uno de los narcotúneles que conducen a la salida de Indios Verdes. Después de ahí se encargará Bray de su partida. Chela y Canek se retiran y se quedan solos, [33'29"]*

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

En primer plano y mediante un enfoque de perfil se encuentran frente a frente Emilia y Jorge Bray. Éste mirándola a los ojos le dice que todo se encuentra en marcha, será llevada en un contenedor de carga a Panamá, después será cambiada a otro barco, el cual la llevará a Colombia. Emilia le pregunta angustiada “¿y mis hijos?” él le responde que primero hay que comenzar a trabajar en su defensa.



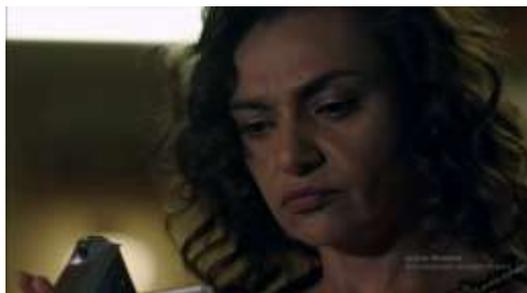
Nuevamente aquí es posible observar un estereotipo femenino tradicional. La escena permite identificar la imagen femenina vinculada a la maternidad. Emilia todavía no concibe la idea de primero abordar su situación y resolverla.

*Antes de abandonar la casa de Chela para dirigirse junto con Jorge Bray a los narcotúneles y salir rumbo a Panamá y luego a Colombia, Emilia deja una grabación dirigida a sus hijos. Esta es observada por la misma Chela.*  
[36'20"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Mediante planos figura, americano y primer plano se muestra la grabación realizada por Emilia. En ella se dirige a su hija María y su hijo

Emiliano. Dice amarlos, dolerle por no estar con ellos y haberlos abandonado. Les pide la perdonen y que sólo confíen en Dolores y su abuelo. Por último, les afirma no haber matado a su padre.



En Emilia se encuentra arraigada la idea de “los hijos son primero”. Si resuelve su situación actual, es decir, anteponer, considera que “abandona” a los otros, en este caso a María y Emiliano.

### **Antagonista**

En este tercer capítulo no se encontró alguna escena donde se identificaran estereotipos.

### **Capítulo: 4 “El pacto”**

#### **Síntesis del capítulo:**

Emilia y Jorge Bray abandonan la casa de Meche con la idea de ser trasladados a los narcotúneles y llegar a la salida de Indios verdes; sin embargo, son secuestrados por Zyan Torres (Antigua novia de Canek y cercana a Cristhopher y Citlalli) y Christopher López (Hermano de Citlalli

“La Mosca”). A su vez, Cris traiciona a Zyan dejándola encerrada y se lleva consigo a otro lugar a Emilia y Jorge, donde son interrogados para conocer el paradero y situación de su hermana Citlalli López “La mosca” (Es una de las “cabronas de Tepito”/Hermana de Christopher).

De forma retrospectiva, se muestran escenas de discusión entre Emilia y Diego, vislumbrándose razones por las cuales la Primera Dama abandona a su esposo e hijos. Mientras, Patricia Leiberman (Fiscal especial encargada de la investigación de la muerte de Diego Nava) y José Barquet se reúnen para dar una pronta solución al homicidio de Diego Nava y, poder ubicar el paradero de Emilia. Ana comparece ante la Fiscal para brindar su testimonio.

## **Protagonista**

*Emilia y Jorge Bray secuestrados por Zyan y Christopher, se encuentran atados y recargados en la puerta al interior de un cuarto; sin poder hacer nada, Emilia narra las circunstancias de su secuestro en las que desafortunadamente su hermano Manuel fallece durante el rescate. Su mamá fallece a los dos años al no tolerar dicha situación y cree que su papá ni ella han podido reponerse a tal dolor. Bray le asegura sí haber superado tal dolor, pues, se empeña en ayudar a la gente.*

*Del otro lado de la puerta se encuentra Christopher, sentado frente a una mesa y sirviéndose caballitos de alcohol, mientras vienen a su mente recuerdos de su hermana desaparecida. Se alternan momentos en los que Emilia cree escuchar a alguien y pregunta ¿están ahí? Abran la puerta ¿dónde está Canek? Chris se levanta y toma el arma que tenía sobre la mesa y apunta en dirección a la puerta donde se encuentran Emilia y Bray.*

[4'23"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Emilia continúa gritando que la dejen salir y se balancea contra la puerta a fin de llamar la atención de quien se encuentra del otro lado de la puerta (Christopher), en tanto Bray la llama y la anima a sentarse. Trata de convencerla de que los soltarán. En un primer plano, Emilia se acerca y se sienta frente a Bray para decirle: “¿Tú todavía crees que nos van a soltar? Yo me tengo que ir de aquí. No estás entendiendo. Yo tengo que ver a mis hijos. Necesito saber que está pasando allá afuera”. Del otro lado de la puerta, Chris sigue apuntando.



La escena de Emilia y Bray secuestrados, muestra a una Emilia desesperada por salir de ahí para encontrarse con su hija María y Emiliano. Es evidente que se trata de un estereotipo tradicional al vincular el ser mujer anteponiendo los hijos al bienestar individual como persona.

*Al escuchar los gritos de Emilia, Chris con arma en manos intenta abrir la puerta donde Emilia y Bray se encuentran; enseguida llega Zyan, pregunta qué se encuentra haciendo y le ordena baje el arma. Él le pregunta dónde se encontraba, a lo que responde estar arreglando cosas para entregarla. Ella le muestra el periódico en el que se da a conocer que el presidente no murió de la caída, sino del*

*supuesto disparo de ella. Se dirige hacia él y asegura que borracho no le sirve (del otro lado de la puerta, Emilia se encuentra escuchando) y que habrá de estar abusado. Chris le confiesa sentir temor de que al entregarla, la liberen. Zyan se enfoca en que les pagarán por la entrega, lo demás ya no será de su incumbencia (nuevamente del otro lado de la puerta, Emilia se encuentra escuchando).*

[5'02"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

(En voz queda) “¿Qué es lo que están haciendo? Se pregunta Emilia (primer plano y con un enfoque de perfil). No lo hagan, a ver niña, ¡niñaaaaa!” (Emilia se avienta contra la puerta) (del otro lado se aprecia a Zyan y Chris conversando) “¡Escúchame! No saben lo que están haciendo. El gobierno no va a pagar un solo puto centavo por mí. ¡Me quieren muerta...! Muerta ¿entienden? ¡Abre la puta puerta!” del otro lado, Zyan golpea la puerta y le dice “¡Tú cállate pendeja! El gobierno quizás no, pero tu papito sí”. Emilia queda pensativa.



Aquí se hace presente un estereotipo no tradicional, Emilia se expresa con groserías al afirmar que el gobierno no pagará su entrega.

*Iniciando una discusión, Diego y Emilia se encuentran en la habitación residencial de Los Pinos.*

[10'38"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

En torno a un plano figura se ubican Diego y Emilia (el primero sentado en una de las orillas de la cama y, la segunda, dando rodeos a la misma). Emilia, en un volumen de voz alto y molesta, le informa a Diego sobre las estadísticas acerca de las familias que son trastocadas por la violencia. Él le dice que al ponerlo de esa forma parece que estuvieran en Siria. Ella refiere el secuestro que sufrió ella y su hermano, de modo que no le gustaría ver a sus hijos afectados; Diego le responde hacer lo que se encuentra en sus manos y hasta en cierto momento la ha llegado a considerar “el enemigo de su hogar”. Emilia responde que no la acuse (lo señala con el dedo índice) y lo único correcto hecho por ella (gritando) es cumplir con la promesa de paz que juntos prometieron. Diego, se levanta y yendo hasta la contra esquina de la cama, la mira a los ojos y le dice: “Trabaja conmigo, no trabajes en mi contra” “¿cómo?” (gritándole) pregunta Emilia “¿Desde una diligencia fantasma como la primera dama? Tengo las puertas cerradas. Diego, yo puedo más que esto” Diego le dice “Lo sé” y es entonces cuando muy segura, Emilia le dice “Quiero dirigir el Centro Nacional para la Paz”.



La contundencia de Emilia para argumentar la violencia en México y, su solicitud de trabajar en el Cenapaz, es mostrada como una figura femenina fuera del hogar, es decir, como una funcionaria pública interesada en la labor social con intereses propios.

*Diego y Emilia continúan discutiendo mientras se encuentran en la habitación residencial de Los Pinos.*

[17'50"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Iniciando con un plano general de tal forma que permite ubicar a Emilia y Diego en la habitación presidencial, ella le confiesa ¿Cómo es posible que después de 20 años hayas cambiado tanto en los últimos dos? Frente a frente (primer plano) Diego le contesta: “Si te vas, te vas sola. No te vas a llevar a mis hijos” Le sorprende a Emilia tal decisión. Continúa Diego: “Ya no soportas dormir a mi lado ¿no soy suficiente para ti?” Emilia le responde: “Lo que no soporto Diego, es seguir casada contigo. Todo esto es lo que no soporto ya” (Emilia intenta abandonar la conversación, él no se lo permite y forcejean). A continuación Diego le asegura que nadie deja al presidente, la contestación de ella es: “Yo no estoy dejando al Presidente, yo te estoy dejando a ti Diego”.



Emilia, inicialmente cuestiona el proceder de los dos últimos años de Diego, más aún le expresa su sentir: no seguir casada con él. Dichas acciones de ella es posible ubicarlas como estereotipos no tradicionales.

*En tanto se encuentran atados, Emilia nuevamente trae a su mente la conclusión de su pelea con Diego.*

[20'00"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

No hemos terminado de hablar. Emilia ve que María está presente ¿Te vas a ir así nada más? María llorando ¿De verdad lo vas a hacer? No, no es así. No es así mi amor. ¿Ma? Emiliano le responde (está con Dolores) Emilia lo llama a reunirse con ella y María. Ya sé que esto es difícil. Es lo mejor que puedo hacer para que todos estemos bien María ¡ah no mamá! No digas eso. No te vayas. Mi amor (abraza a Emiliano). Diego le habla: “Escucha a tus hijos Emilia”. Lo mira y se dirige a él: “Ni se te ocurra chantajearme con mis hijos. Si tú crees que me has visto pelear Diego, no has visto nada”. Voltea a ver a María y Emiliano: “Los amo con toda mi alma. Les prometo que vamos a estar juntos pronto”. Los abraza y besa. Se va y justo en ese momento llega Ana.



Emilia al dirigirse a Diego de forma asertiva para asegurarle contundentemente no sentirse chantajeada por éste, al utilizar a sus hijos para retenerla, nos encontramos ante un estereotipo no tradicional. Da la impresión de que Emilia ha trabajado en el proceso de culpa como madre.

*Emilia Urquiza abandona la Residencia de Los Pinos.*

[31'23"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

En un plano general y con un enfoque de cámara dorsal se observa a Emilia recorrer la estancia de la Residencia para finalmente dirigirse a la puerta (su guardaespaldas le ayuda con su equipaje). Se trata de una estancia con poca iluminación. Se le observa vistiendo un vestido morado ajustado por debajo de las rodillas y zapatillas de aguja negras; carga consigo en la mano derecha su bolsa y gabardina negras. En cuanto sale, se detiene y mediante un primer plano se le observa pensativa, haciendo una profunda y vigorosa inhalación-exhalación.



Dejar la Residencia de los Pinos donde se encuentra su esposo y sus dos hijos, se trata de un estereotipo no tradicional. Emilia abandona el

hogar tras sentir que sus creencias proyectos personales y de pareja no se cumplieron. Parece ser que para ella constituyó una difícil decisión.

## **Antagonista**

En este cuarto capítulo no se encontró alguna escena donde se identificaran estereotipos.

## **Capítulo: 5 “La otra verdad”**

### **Síntesis del capítulo:**

Se hacen presentes forcejeos entre Jorge Bray y Christopher para defender a Emilia, el primero resulta muerto; enseguida llegan Zyan y Canek y son éstos quienes hacen entrar en razón a Christopher para que ya no siga atacando a Emilia. En consecuencia, ella solicita la ayuda de todos ellos para regresar al Gran Hotel de México y así poder recuperar la tarjeta USB que contiene la grabación del discurso que daría esa misma noche el Presidente al país, motivo por el cual Emilia sospecha que lo asesinaron.

Canek y Emilia acuden al Hotel, pudiendo rescatar la memoria. Antes de abandonar el lugar, Emilia presenta una crisis al recordar, en el mismo lugar de los hechos, su pelea con Diego. Canek la tranquiliza y logran huir del lugar. Por otro lado, José Barquet comparece ante la Fiscal, mintiendo sobre la verdad de algunos hechos. Ana y Pete (Agente de la Agencia Central de Inteligencia en E.U.A.) discuten sobre el desempeño de ella como agente de la Agencia de Control de Inteligencia.

## **Protagonista**

*Emilia tiene en sus manos dos celulares y es sorprendida por Chela.*

[12'21"']

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Al sorprender a Emilia, en primer plano Chela le pregunta: ¿qué chingados estás haciendo? Emilia se da la vuelta para estar de frente a Chela (muestra el celular de la mano izquierda mientras que el de la derecha lo mantiene oculto a sus espaldas) y reacciona con temor. Emilia contesta: Chela, necesito hablar con mis hijos. Chela le responde: No les vas a hablar desde aquí, no, mientras mi hermana esté con ellos. Emilia introduce el celular de la mano derecha en la parte trasera de su pantalón. Emilia prosigue: ¿Me puedes decir qué le hiciste al video al que yo hice para mis hijos? ¿Qué le hiciste? Chela Ríe. Chela le responde: ¿tú crees que somos tus mensajeros? No podemos exponernos a andar entregando tus mensajitos esos... Llegan Canek y El ovni (Amante de "Chela").

Emilia se dirige a Canek: Canek, nada más necesito saber que mis hijos están bien. Esto no es parte del acuerdo, yo no soy su prisionera. A lo que Chela responde: ¡exacto! Los prisioneros tienen derecho a hacer llamadas, los fugitivos no. Canek se dirige a Chela: a ver Chela... Canek le dice determinadamente a Emilia: tienes que entender una cosa: esto es más grande que tú y que tus hijos. Chela extiende la mano en dirección a Emilia en señal para que ésta le devuelva el celular. Emilia sólo entrega uno (el de la mano izquierda).



Nuevamente en esta escena se hace presente la presencia de un estereotipo tradicional. Emilia, alude de forma constante querer saber sobre sus hijos, sin tener presente de forma consciente su situación personal.

*De regreso al hotel donde murió Diego, Emilia camina por cada una de sus estancias. Al llegar a las escaleras internas, desde arriba y mediante un plano general y enfoque dorsal, recuerda esa misma noche, la primera visita de su esposo.*

[23'17"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

En plano general, Emilia agradece a Diego (quien se encuentra sentado) por el esfuerzo que hace en ir a verla. Diego dice extrañarla, pero ella lo anima a hablar del divorcio. Él dice preferir hablar de separación y no de divorcio. Emilia le comenta que hay que comenzar a llamar las cosas por su nombre y lo pondrá en contacto con su abogado. Diego se levanta del sillón, en primer plano, frente a Emilia le afirma querer estar en contacto con ella y coloca una memoria en la computadora de ella y le afirma que más tarde brindará un discurso en el que juntos cambiarán el país. Emilia le responde: "Tenemos dos años tratando de cambiar el país Diego y ya

viste lo que nos pasó”. Diego le dice: “Me perdí, perdí el camino y estoy a punto de perder lo que más quiero en esta vida. Por eso voy a dar este discurso”. Emilia (un poco en duda) le dice que para cuando ella regrese del rancho pueden hablar. Diego insiste y le dice: “Mira el video y si quieres después firmo los papeles del divorcio, sólo eso”. Sale de la suite.



Se percibe a una Emilia autocentrada, aun cuando en momentos pareciera ser que Diego la convence, ella se mantiene firme en pensar la imposibilidad de su matrimonio.

### **Antagonista**

*Ana se encuentra sentada escuchando extractos del audio que robó del celular de María, en ella es posible escuchar la violencia llevada a cabo entre Emilia y Diego, momento antes de la muerte de este último.*

[16'15"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Ana (sentada y en plano medio) decide no seguir escuchando la grabación, cierra la laptop y extrae la USB. Voltea a su derecha y le dice a

Pete, quien también se encuentra sentado: “Ella no le disparó”, Pete duda de su suposición y ella le responde “No le disparó ahí, pero sí en balcón”. Ella se levanta, le lanza la USB y él cuestiona el origen de esa grabación al mismo tiempo de indicarle que se asegure de la imposibilidad de la existencia de otra copia. Del teléfono de María, asevera ella y contundentemente le dice: “Yo sé cómo hacer mi trabajo” “Debemos encontrar a Emilia”.

Ana camina de frente a la ventana, Pete le recomienda tranquilizarse y no perder la calma en su trabajo; así como tener la seguridad de que no descubran su pantalla, ya que nada cambia. Un poco molesta, voltea mirándolo a los ojos y contesta: “Todo cambia. Dile a la Agencia que yo no acordé esto” “La situación es manejable hasta que yo diga lo contrario”, Pete insiste en decirle que se encuentra agotada. “Estaré bien” ella responde y comienza a llorar. Nuevamente Pete le reitera que si la descubren, los dos se irán al diablo. Enojada contesta: “Preocúpate por tus debilidades”. Pete sonríe y le toca la mejilla, asegurándole ser la única persona que se preocupa por ella. Ana le retira la mano y de forma irónica le dice dónde está la puerta; se dirige a su habitación y cierra la puerta.



En el caso de Ana, una antagonista, es clara y firme su postura. Cree en lo que piensa y lo defiende ante Pete; sin embargo, el amor por Diego

le imposibilita ser ecuánime ante la situación de Emilia. Ella se caracteriza por ser asertiva.

## LA CANDIDATA (2016, 2017)

**Productores:** Julieta de la O. y Giselle González Salgado.

**Empresas productoras:** Televisa

### Reparto

- Silvia Navarro como **Regina Bárcenas Ríos** (Senadora de la República/Esposa de Alonso San Román).
- Víctor González como **Gerardo Martínez Osorio** (Senador de la República y “viejo amor” de Regina Bárcenas).
- Rafael Sánchez - Navarro como **Alonso San Román Suárez** (Gobernador de la Ciudad de México/Esposo de Regina).
- Susana González como **Cecilia Aguilar** / Cecilia Bárcenas Aguilar (Hija “bastarda” de Mario e Isela/Hermana de Regina).
- Nailea Norvind como **Teresa Rivera** (Esposa del senador Gerardo Martínez).
- Ari Telch como **Ignacio Manjarrez** (Jefe de prensa del senador Gerardo Martínez).
- Helena Rojo como **Natalia Suárez** (Madre de Alonso San Román).
- Patricio Castillo como **Omar San Román Lagunes** (Papá de Alonso San Román).
- Juan Carlos Barreto como **Mario Bárcenas** (Papá de Regina Bárcenas).
- Luz María Jerez como **Noemí Ríos** (Mamá de Regina Bárcenas).
- Adalberto Parra como **Mauro Olvera** (Asistente de Alonso San Román).
- Verónica Langer como **Magdalena "Magda" Gómez** (Secretaria de Alonso San Román).

- Pilar Ixquic Mata como **Isela Aguilar** (Madre de Cecilia/La “otra mujer” de Mario Bárcenas).
- Gilberto de Anda como **Almirón** (Jefe de seguridad de Regina Bárcenas).
- Fernanda Borches como **Daniela** (Asistente personal de Regina Bárcenas).
- Juan Martín Jáuregui como **Hernán Trevilla** (Periodista muy cercano a Cecilia).
- Laisha Wilkins como **Lorena Sánchez** (Secretaria de Salud/Amante de Augusto Larreta).
- Fabián Robles como **José** (Custodio y amante de la madre de Alonso San Román).
- Federico Ayos como **Emiliano San Román Bárcenas** (Hijo de Regina Bárcenas y Alonso San Román).
- Karla Farfán como **Ximena Martínez Rivera** (Hija del senador Gerardo Martínez).
- Enrique Arreola como **Paulino Pacheco** (Jefe de prensa de Alonso San Román).
- Michelle González como **Marcia Ramírez** (Mesera/Prostituta de Mario Bárcenas).
- Arturo Ríos como **Fernando Escalante** (Empresario).
- Fernando Larrañaga como **Dr. Pablo Contreras** (Doctor de cabecera de Alonso San Román).
- Bárbara Falconi como **Nayeli Manjarrez** (Hija del jefe de prensa Ignacio Manjarrez).
- Ricardo Crespo como **Javier Guzmán** (Amante de la madre de Alonso San Román).
- Aleyda Gallardo como **Nieves** (Asistente del senador Gerardo Martínez).

- Martha Julia como **Jéssica** (Madre de Nayeli Manjarrez).
- Liz Gallardo como **Déborah Rondero** (Prostituta/Amante de Alonso San Román).
- José María Negri como **Roel Sandoval** (Chofer de la senadora Regina Bárcenas).
- Fabiola Guajardo como **Florencia Azcurra** (Prostituta asesinada, amiga de Cecilia/Novia de Emiliano San Román Bárcenas).
- Ernesto Gómez Cruz como **Lic. de la Garza** (Secretario de Salud).
- Tony Marcín como **Sra. de Urquijo** (Madre de Hugo Urquijo).
- Jessica Ortiz como **Susana** (Prostituta que es instruida por Cecilia Aguilar).
- Mauro Sánchez-Navarro como **Hugo Urquijo** (Amigo de Emiliano San Román Bárcenas).
- Gizeht Galatea como **Juana Galindo** (Madre de Javier).
- Irineo Álvarez como **Augusto Larreta**
- Juan Carlos Colombo como **Morales**
- Jorge Gallegos como **Andrés Ferrer**
- Ángel Cerlo como **Ochoa**.
- Gabriela Carrillo como **Alma Roldán**.
- José Ángel García como **Israel Meléndez**.
- Isadora González como **Mariela Ramos**.
- Alberto Lomnitz como **Franco**.
- José Carlos Ruiz como **Presidente del Senado**.
- Carlos Barragán como **Héctor**.
- Israel Islas como Miguel Estrada "El Cuervo".
- Pablo Perroni como **Carlo**.

## IMAGEN FEMENINA (PROTAGONISTA)

**Telenovela:** La Candidata  
**Personaje:** Regina Bárcenas Ríos  
**Interpretada por:** Silvia Navarro

**Sexo:** Mujer  
**Edad:** Entre los 35 y 40 años.  
**Estado civil:** Casada  
**Estrato socioeconómico:** Alto  
**Trabajo/ocupación:** Senadora/Presidenta de la Ciudad de México.

DIMENSIÓN	DESCRIPCIÓN
<p><b>Física</b>                      (Tipo de vestimenta, color, esquema, uso del lenguaje, tipo de gestos).</p>	<p>Ella es de piel blanca, complexión media, de estatura baja, ojos verdes claro; su cabello es corto, rubio y rizado. Lleva poco maquillaje y arreglo y cuidado simple (colores claros de barniz) de las uñas.                      Regina Bárcenas viste mayormente vestidos de línea A, en colores claros, zapatos de tacón de aguja y escarpin.                      La Senadora Bárcenas sale a correr todas las mañanas por lo que es presentada como una mujer que se ejercita físicamente. Por consiguiente, su anatomía persigue líneas curvas.</p>
<p><b>Psicológica</b>                      (Habilidades, destrezas del personaje, tipo de personalidad, relaciones e interacción con distintos géneros).</p>	<p>Es una persona asertiva, segura, solidaria, con autoestima, generosa, responsable, comprometida, perseverante, ética, con sororidad hacia las mujeres, posee habilidad lingüística verbal.                      Cree en la justicia y en plantear una realidad para México sin corrupción.</p>
<p><b>Social</b>                      (Relaciones de pareja, relaciones laborales, relaciones familiares, tipo de conflicto).</p>	<p>Como Senadora, Regina Bárcenas posee un liderazgo, sobre todo entre las mujeres.                      Su desempeño en un cargo público le ha ocasionado conflictos con el género masculino; también, su puesto laboral le generó peleas y discusiones con su hijo y esposo</p>

## IMAGEN FEMENINA (ANTAGONISTA)

**Telenovela:** La Candidata  
**Personaje:** Cecilia Aguilar  
**Interpretado por:** Susana González

**Sexo:** Mujer  
**Edad:** Entre los 40 y 50 años.  
**Estado civil:** Soltera  
**Estrato socioeconómico:** Medio  
**Trabajo/ocupación:** Prostituta/ Jefa de prensa de la Gobernatura, Ciudad de México.

DIMENSIÓN	DESCRIPCIÓN
<b>Física</b> (Tipo de vestimenta, color, esquema, uso del lenguaje, tipo de gestos).	Cecilia Aguilar viste mayormente vestidos ajustados (por arriba de la rodilla) en colores oscuros, zapatos de tacón de aguja y escarpin. Ella es de piel blanca, complexión delgada, de estatura alta, ojos verde claro; su cabello es corto, negro y liso. Lleva poco maquillaje, arreglo y cuidado (colores oscuros –rojo y negro- de barniz) de las uñas. En todo momento la forma de su cuerpo sigue contornos curvos.
<b>Psicológica</b> (Habilidades, destrezas del personaje, tipo de personalidad, relaciones e interacción con distintos géneros).	Insegura, baja autoestima, dependiente emocional, ambiciosa, mentirosa, chantajista, manifiesta necesidad de reconocimiento. Ser la jefa de prensa de Alonso San Román implica poseer habilidad lingüística verbal, redacción, planeación, organización, manejo de redes sociales.
<b>Social</b> (Relaciones de pareja, relaciones laborales, relaciones familiares, tipo de conflicto).	La socialización de Cecilia principalmente se da con personas del género masculino, por ejemplo, Hernán, Mauro, Pacheco, Alonso, Mario (su papá), Emiliano (el hijo del Gobernador) y Alonso San Román (El Gobernador). El común entre ellos, son las relaciones sexuales que establece con el propósito de llevar a cabo “trueques”, es decir, intercambiar información relevante a la campaña del Gobernador. Mientras se encuentra con ellos es obediente, sumisa y ante la mínima señal de desafiarlos, es reprimida. Al no ser reconocida por su padre, es humillada y manipulada por éste último.



## Otros personajes principales (Por orden de aparición)

**Personaje:** Florencia Azcurra (Prostituta asesinada, amiga de Cecilia/Novia de Emiliano San Román).

**Interpretado por:** Fabiola Guajardo

La telenovela da inicio con la participación de Florencia, quien de noche es perseguida por un hombre quien tiene intenciones de asesinarla. No pudiendo escapar, muere a manos de su perpetrador. Era la novia de Emiliano San Román Bárcenas y trabajaba para Cecilia en la red de prostitución encabezada por Mario. Ella grabó un video de su encuentro sexual con Emiliano, el cual fue subido a las redes sociales por el amigo de este último.

**Personaje:** Alonso San Román Suárez (Gobernador de la Ciudad de México/Esposo de Regina).

**Interpretado por:** Rafael Sánchez - Navarro

Alonso es el actual gobernador de la Ciudad de México, quien desea postularse para buscar la candidatura como presidente de la República Mexicana; para lograrlo necesita del acompañamiento político y personal de Regina, así como de su hijo Emiliano. Posee habilidad de discurso, buena dicción y buen volumen y tono de voz. Es una persona que busca el poder, corrupta, mentirosa, manipuladora, infiel, da prioridad a sus deseos y demerita los de su esposa e hijo. En el inicio de la historia se muestra que trata de “salvar” su matrimonio, sin embargo, poco a poco va desgastándose hasta que Regina le pide el divorcio. También se muestra distancia entre él y su hijo Emiliano.

**Personaje:** Gerardo Martínez Osorio (Senador de la República y “viejo amor” de Regina Bárcenas).

**Interpretado por:** Víctor González

Gerardo es senador de la República. Pertenece al partido opositor teniendo clara su postura respecto a sus aspiraciones políticas. Es alto, de complexión delgada, piel blanca, ojos claros y físicamente atractivo. Su esposa se llama Teresa, de quien se encuentra separado y tiene una hija de nombre Ximena. Tiene claro el sentido de justicia y ética; es claro en su comunicación, teniendo cualidades como responsabilidad, compromiso, respeto, generosidad. Cuando fueron novios en la universidad, no ha podido olvidar a Regina “su antiguo amor”; ahora que la vuelve a ver como compañera de trabajo en el senado, se torna atento con ella y con el transcurso del tiempo, entablan una relación sentimental.

**Personaje:** Emiliano San Román (Hijo de Regina Bárcenas y Alonso San Román).

**Interpretado por:** Federico Ayo

Es el único hijo de Alonso y Regina. Tiene aproximadamente veinte años de edad; es alto, delgado, cabello chino, ojos claros y atractivo. Es de carácter caprichoso, inseguro, irresponsable en la universidad y en las reglas del hogar; no posee límites; fuma, consume drogas, es infiel, chantajista, manipulador. Al pertenecer a una clase acomodada, ésta le brinda todas las posibilidades materiales y económicas. No posee una estabilidad emocional, ya que la relación con sus padres es distante y faltante de diálogo.

**Personaje:** Mario Bárcenas (Papá de Regina Bárcenas).

**Interpretado por:** Juan Carlos Barreto

Lo que alienta a Mario es obtener el poder en el ámbito político y lleva a cabo todo tipo de estrategias para lograrlo: entre ellas, tener una red de prostitución y utilizar a las mujeres para la obtención de información relacionada con política y situaciones personales. Es un hombre que sólo da prioridad a sus deseos, es mentiroso, ambicioso, machista, violento, manipulador y asesino; cuando ya no “le sirven” las prostitutas, las asesina. La relación con su esposa se da en términos de violencia y manipulación, tornándose al mismo tiempo distante. No es de su interés reconocer legalmente a Cecilia como su hija, la manipula para conseguir sus beneficios personales.

**Personaje:** Susana (Prostituta que es instruida por Cecilia Aguilar).

**Interpretado por:** Jessica Ortiz

Susana es la nueva prostituta contratada por Cecilia Aguilar. Tras ser instruida por ésta en el trato que habrá de tener hacia los clientes, parece ser que se muestra contenta por su nuevo trabajo. Físicamente es atractiva: alta, delgada, rubia, de ojos claros. Particularmente, no eran de su agrado los encuentros sexuales con Mario, ya que la obligaba a hacer acciones que ella no deseaba. Intentó denunciarlo ante Regina, cuando se entera la manda asesinar.

**Personaje:** Natalia Suárez (Madre de Alonso San Román).

**Interpretado por:** Helena Rojo

Natalia es la esposa de Omar San Román y madre de Alonso. Como esposa insatisfecha sexualmente, entabla una relación con un amante; cuando Omar se entera lo manda asesinar y Natalia es violentada, adentrándose en un ciclo de violencia, hasta que decide denunciarlo. Posteriormente se enamora de su guardia de seguridad, quien es menor que ella. De alguna forma le interesan las apariencias, porque dice no

dejar a Omar por perjudicar el proceso de candidatura a la presidencia de su hijo Alonso. Es de mencionar que tiene una relación cordial con Regina, quien en repetidas ocasiones la protege y acoge en su casa.

**Personaje:** Noemí Ríos (Mamá de Regina Bárcenas).

**Interpretado por:** Luz María Jerez

Noemí es la madre de Regina. Se trata de una mujer proveniente de una clase alta: se encuentra entre los cincuenta y sesenta años de edad. Es insegura, abnegada y alcohólica, desde hace varios años. Da mucha importancia a las apariencias y concibe a la mujer como “aquella que habrá de cuidar a la familia, cueste lo que cueste”. Intuye que su esposo (Mario) le es infiel y trata por todos los medios de averiguar si es así. Una vez corrobora la “doble vida” de su esposo, la acepta y lo chantajea para seguir dotándola de lujos.

**Personaje:** Isela Aguilar (Madre de Cecilia/La “otra mujer” de Mario Bárcenas).

**Interpretado por:** Pilar Ixquic

Isela es prostituta y representa “la otra mujer” de Mario Bárcenas. Mientras se encontraba casado con Noemí, éste conoció a Isela y tuvieron una “hija bastarda”, de modo que Mario no las ha reconocido legalmente. Isela tiene un cabaret y es la encargada de una red de prostitución de mujeres, según dice “las trata bien”. Físicamente es de complexión gruesa, cabello corto, ojos claros y porta vestimenta que deja ver sus senos. Aprovecha todo momento con Cecilia para manipularla y obligarla a que Mario la reconozca como su hija.

## ESTEREOTIPOS DE FEMINEIDAD

**Telenovela: “La Candidata”**

**Capítulo: 1 “Buscando un culpable”**

### **Síntesis del capítulo:**

Regina Bárcenas es una senadora del partido que gobierna la Ciudad de México. Su esposo es el jefe de gobierno Alonso San Román (Gobernador de la Ciudad de México/Esposo de Regina).

Este primer capítulo inicia mostrando el asesinato de Florencia Azcurra, supuesta novia de Emiliano San Román. En el Senado, la Gobernatura, medios de comunicación, las familias y en todo el país, se discute el feminicidio perpetrado a esta joven de 22 años. En tanto, Alonso sospecha la posibilidad de que al verse involucrado su hijo, se trate de una estrategia política para “manchar” su nombre; ambos, Regina y Alonso indagan sobre el posible culpable de dicho homicidio

### **Protagonista**

*En el vestíbulo Villa-Zapata del Senado de la República Mexicana, Regina Bárcenas (Senadora de la República/Esposa de Alonso San Román) se encuentra brindando un discurso en el estrado.*

[2'18"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

El discurso de la Senadora inicia con un plano general desde el exterior del vestíbulo del Senado hasta llegar a la imagen de la senadora Regina Bárcenas en el estrado (plano medio y dorsal): “Con vergüenza reconozco

lo peligroso que resulta en este país ser mujer y me refiero en específico al feminicidio. Cada día en nuestro país son asesinadas siete mujeres, siete vidas que son robadas con vileza y, sus verdugos, en su mayoría jamás serán alcanzados por la justicia. Sus asesinatos serán olvidados porque así les conviene a los poderosos. Borraran cifras que nos hagan reflexionar sobre quién nos gobierna, sobre si ellos no pueden o no quieren protegernos. ¿Qué agudiza y qué aumenta la violencia? El desempleo, los salarios bajos, la falta de acceso a los servicios de salud, el desabasto y el aumento excesivo en los salarios bajos”.



Es posible ubicar el personaje de Regina Bárcenas como el de una mujer que trabaja fuera del hogar, ocupando un cargo público, en este caso en el Senado de la República. Por tanto, es posible caracterizarlo de estereotipo no tradicional.

*En el estrado del Senado de la República, Regina Bárcenas brinda una propuesta de Ley.*

[3'55"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Mediante un plano general y medio se muestra a la senadora en el estrado: “Es por esto que doy a conocer esta iniciativa, para que protejamos a los más vulnerables aún desde antes desde su nacimiento. La Ley de Asignación Universal e Integral por hijo, donde se obliga al estado a otorgarle y a garantizarle a cada niño y a cada niña que nace en nuestro territorio, el acceso a la salud, a la educación y a la alimentación. Hagamos fuerte al débil. Y así, únicos haremos crecer una nación”.



En este primer capítulo, es posible apreciar la imagen de Regina Bárcenas como el de una mujer letrada, una persona que conoce y tiene conocimientos acerca de su profesión y, de la situación económica, social y política de su país.

*Encontrándose dentro del vestíbulo del Senado, Regina es llamada por Daniela (Asistente personal de Regina Bárcenas), se levanta de su asiento y va junto con ella, en dirección a la salida.*

[5'58"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Regina Bárcenas viste un vestido sin mangas en línea A en color gris, blanco y negro con zapatillas de aguja en color negro. Un collar de plata con una figura redonda y su anillo de matrimonio en la mano izquierda. Lleva el cabello rubio, corto, rizado y peinado de lado. Su maquillaje es simple y también el arreglo de sus uñas es sencillo.



La imagen de Regina Bárcenas es posible vincularla a una imagen femenina tradicional en la que hay una preocupación por su apariencia, esto es posible identificarlo en su ropa, accesorios, arreglo del cabello y maquillaje.

*Mientras Regina sale de su oficina para dirigirse a su camioneta (saca su celular del bolso y comienza a tratar de comunicarse con alguien) Daniela le dice que espera que no se filtre la información donde ella mandó investigar a Florencia (Prostituta asesinada/Novia de Emiliano San Román Bárcenas), Regina le dice que lo llevó a cabo actuando como si fuese cualquier madre que indaga la*

*socialización de su hijo y por saber el nombre de la persona responsable que subió el vídeo. A lo que Daniela le responde que ella no es cualquier madre, se trata de la senadora y esposa del gobernador. Ella misma espera que no se le haya pasado “la mano” a Almirón (Jefe de seguridad de Regina Bárcenas). Regina le dice que no diga tonterías. Por fin llega a su camioneta y le dice a su chofer que la lleve a las oficinas de gobierno. Sube y al no poder comunicarse con Emiliano (Hijo de Regina Bárcenas y Alonso San Román), exclama lo siguiente:*

[8'27"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Sentada en la camioneta y mediante un plano medio corto Regina expresa: “¡Es que Emiliano no me contesta! ¿Quieres que hable a tu casa y le pregunte a tu madre sobre Emiliano? No, no, lo hago yo. Localiza a Almirón y dile que me alcance en la oficina de mi marido, dile que es urgente. ¡Vámonos!” Le dice a su chofer.



Regina muestra preocupación por las circunstancias surgidas en el Senado, así como las familiares, en este caso directamente relacionadas con su hijo. De esta manera, pretende llevar a cabo un equilibrio en ambas dimensiones.

*Regina acude a la oficina de su esposo en Gobernación para hablar sobre lo que ocurrió con Florencia y su relación de la hoy occisa y su hijo.*

[17'23"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Desde su escritorio y mediante plano medio, inicia Alonso dándole a conocer a Regina, las opciones que ha considerado en relación a Emiliano: "Yo pienso que hay que sacar a Emiliano del país ¿pensé que Europa sería la mejor opción?" en tanto Regina le responde "Alejarlo no va a solucionar nada y además no podemos dejar a nuestro hijo solo en este momento". Alonso insiste en asegurar que lo intentan perjudicar a través de Emiliano y desde su perspectiva, su hijo contribuye a que sea así. Ella intenta hacerlo reflexionar cuestionándolo: "¿estamos hablando de tu hijo, de tu familia Alonso y a ti te preocupa tu cargo político o acaso te has puesto a pensar en lo que está sintiendo Emiliano en este momento? Asesinaron a la chica con la que estaba saliendo Alonso". Nuevamente Alonso intenta hacerle ver a Regina el error que cometió su hijo al vincularse con Florencia. "Ahora lo que nos corresponde a nosotros es apoyarlo y protegerlo Alonso, porque lo más importante en este momento es él" afirma Regina. Riendo, Alonso se dirige a Regina: "a veces no puedo creer lo ingenua que eres. Esa mujer era una mujerzuela. Se la plantaron a mi hijo. Primero el video, luego se acuesta con el hijo del gobernador y más tarde aparece muerta. El objetivo es nuestra familia y mira (jaja) va y se mete a la casa de una desconocida o tú sabías quién era" "No (expresa Regina), hasta que pareció el video" Regina le dice que la mandó a investigar a través de su jefe de seguridad, Almirón.



Aquí es posible destacar la constante preocupación de Regina por su hijo Emiliano, aún con tal preocupación trata de llevar a cabo con responsabilidad y eficiencia su profesión. Lo anterior corresponde al estereotipo “La exitosa madre y profesional”.

*Regina y Alonso se hallaban en las oficinas de gobernación.*

[20'07"]

#### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Regina en plano medio corto y ubicándose de frente a Alonso, le pregunta qué esta insinuando. Alonso le pide lo perdona, ya que se encuentra nervioso y preocupado, enfatizando que sí debió haberle contado (sobre haber enviado a investigar a Florencia). Regina lo cuestiona “¿cuándo? Hace semanas que ni siquiera duermes conmigo” Vas a empezar con reproches le contesta Alonso. Regina enfatiza: “Tienes toda la razón. Sí, ya habrá tiempo para hablar de sobre nuestro matrimonio, sobre nuestra familia. Sin embargo, pienso sí se ha perdido todo esto es porque no tenemos comunicación. En cuanto tenga los informes de esta chica te los hago llegar”. Gracias dice él. Ella le reitera “Pero te voy a pedir por favor

Alonso que estés con Emiliano, compórtate como su padre no como el gobernador”.



Además de la preocupación por su hijo, Regina Bárcenas también muestra interés por tener un bienestar con su marido y, de identificar y expresar aquello que pudiera estar obstaculizándolo. Tal es el caso cuando, asertivamente, le comunica la falta de contacto sexual entre ellos como pareja.

*Regina y Almirón conversan por los pasillos del Senado de la República.*  
[21'22"]

**Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

En plano general, Regina cuestiona a su jefe de seguridad: “Explíqueme Almirón, ¿cómo es que se le pasó mencionar que mi hijo se acostaba con una prostituta?” Él aclara que le hizo llegar el expediente policiaco de la occisa, de modo que al no ser una prostituta cualquiera, sino una de alto nivel, se manejó con suma discreción. Regina, deteniéndose (mirando de frente a Almirón y en un plano medio corto) le pide que envíe todos los

informes a su secretaria para que se los haga llegar al gobernador. Él asiente y dice: “pero le recuerdo que el señor gobernador también maneja sus propios servicios, él tiene acceso a todos los informes policíacos...” Ella lo interrumpe y le pregunta: ¿y usted pudo hacer algo por su cuenta o se limitó a pedir informes a la policía? Almirón se limita a decir que le brindará su seguridad y nuevamente lo interrumpe para decirle “por lo cual se le paga y falló. Ahora, independientemente de las investigaciones que haga mi marido necesito que usted se meta de lleno en esto. Tiene que ver alguna conexión”.



Siendo su hijo un pilar muy importante en su vida, Regina consideró necesario investigar a la mujer con quien su hijo salía. Conocer parcialmente el trabajo realizado por Almirón, le hizo reiterarle a éste, con fortaleza y seguridad, la tarea que ella misma le asignó.

*Recién llega Regina al Senado y es abordada por Gerardo Martínez (Senador de la República y “viejo amor” de Regina Bárcenas), quien le pregunta sobre la posibilidad de conversar, ella le dice que no, él le insiste.*

[28'02"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Regina le extiende una invitación a seguir debatiendo en la próxima sesión, él le da a saber (aquí es empleado un plano medio corto de los dos personajes) que ese motivo no es el único por el cual se acerca a ella, hay otra razón más. Prosigue diciéndole frente a frente que al pertenecer al partido opositor, lo único que los vincula es la legislación. Se atreve a afirmarle que la admira y está orgulloso de ella: “Porque esta ley nació cuando ibas a la universidad, estás a punto de lograrlo. Felicidades. Además. Tienes muchas más agallas que muchos hombres aquí en el Senado”. Ella le agradece con una sonrisa y lo toma como un cumplido. Ella intenta despedirse de él y entrar a su oficina; sin embargo, Gerardo continúa interrogándola sobre su relación en la universidad, como compañeros en el senado, su relación con Alonso, la situación con su hijo. Regina, contundentemente, le asegura ser una mujer casada y le pide no olvidarlo.



Ser competitiva es una de las características del estereotipo femenino no tradicional. En esta escena puede destacarse el énfasis que Gerardo Martínez destaca de las aspiraciones y proyectos universitarios de Regina y que, hasta este momento los hace posible mediante su cargo en el senado.

## **Antagonista**

*Cecilia (Hija “bastarda” de Mario e Isela/Hermana de Regina) y Susana (Prostituta que es instruida por Cecilia Aguilar) con bolsas en ambas manos (parece ser ropa) llegan a la casa de la primera. Al subir a las escaleras para llegar al primer piso, conversan de la decoración y elegancia de la casa. Cecilia le da a conocer las reglas de trabajo: no le estará permitido llevar a los novios, pretendientes, sólo tendrá sexo con los clientes; todos los días irá al gimnasio deberá estar al día con las noticias, sobre todo la de política. Hace énfasis en que nunca sabrá el nombre de los clientes y no cuente sus asuntos personales, ya que no les interesan. Le sugiere hablar con ellos de ciertos aspectos.*

[15'29"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Con un enfoque de perfil y en un plano medio corto, Cecilia frente a Susana y mirándola a los ojos le dice: “Mejor... cuéntales alguna fantasía sexual” (ambas se ríen) “No, ¡de verdad! Eso les encanta. Siempre usa preservativo. Algunos no se lo quieren poner pero bueno... tú empiezas a jugar y a jugar y a jugar y se los pones” (la toma de las manos) “y ya... ¿Te quieres probar la ropa?” Susana le responde que sí. Prosigue Cecilia afirmando “Oye se te va a ver muy bien, tienes muy bonito cuerpo. Ahí está la recámara al fondo”.



El personaje de Cecilia representa al estereotipo femenino tradicional. Las indicaciones dadas a la nueva prostituta visibilizan el concepto de mujer representado, como el de ser observada como sumisa, objeto sexual de los hombres, seductora, bella.

## **Capítulo: 2 “Cecilia teme por su vida”**

### **Síntesis del capítulo:**

Alonso duda de Regina al no sólo mandar a investigar a Florencia Azcurra, sino también de mandar matarla, ambos discuten. Emiliano los escucha y se fuga de su casa para indagar más sobre su asesinato, se acerca a Déborah (Prostituta/Amante de Alonso San Román). La desaparición de Emiliano enfatiza, entre Alonso y Regina, las diferencias individuales, políticas, profesionales y de educación hacia su hijo.

Tras no encontrar al asesino de Florencia Azcurra, en la gobernatura trabajan por “disfrazar” un culpable. En tanto, Mario (Papá de Regina Bárcenas y suegro de Alonso), hace todo lo posible para que no investiguen a su hija Cecilia, quien era amiga de occisa. Cecilia se encuentra temerosa de ser localizada y terminar de la misma forma que Florencia.

### **Protagonista**

*Noemí (Mamá de Regina Bárcenas) y Regina se encuentran en la sala. La primera no alcanza a creer cómo es que Alonso la acusa y se atreve a preguntarle qué está sucediendo con ellos, si siempre los ha visto como una pareja unida. Regina*

*desmiente la percepción de su mamá, caracterizando aquello como una fachada, una mentira. Siendo insistente, su mamá le brinda consejos.*

[34'30"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Frente a frente y plano medio corto, Noemí sostiene un vaso de agua, le dice "Tú tienes que cuidar a tu familia", Regina sorprendida le dice a su mamá que cuidará de su hijo, pero no se encuentra muy segura de Alonso, puesto que le da impresión de cuidarse sólo él. Prosigue diciendo su mamá: "Tú tienes que luchar por tu hombre y por tu matrimonio". Ella le responde "Me estás hablando como si estuviéramos en el siglo pasado. No, la vida de una mujer no se reduce a su matrimonio". Noemí le dice ingenua y que el mundo no ha cambiado tanto: "¿crees que controlas tu vida y que eres independiente pero tienes lo que tienes porque estás casada con Alonso y créeme mi amor, ellos todavía gobiernan sobre nosotras". Molesta y con lágrimas en los ojos, Regina concluye "Puede que en algo tengas razón, pero el amo es amo si el esclavo lo consiente y a mí no me gobierna nadie".



Aquí es posible observar la dinámica de relación entre Regina y su madre, ésta de forma tradicional le da a saber el predominio patriarcal

(imagen de obediencia a los hombres) que acepta para ella misma y, de forma egoísta, lo exige llevarlo a cabo a Regina, quien se niega rotundamente a actuar y pensar como su madre.

*Alonso, Mario y Regina se encuentran desayunando. Se les une Noemí, quien llega preguntando si ya saben algo de Emiliano. Regina contesta que todavía no y desconoce hasta cuándo seguirán ocultándolo. Noemí llamó a la escuela para decir que Emiliano se encuentra enfermo y la mamá de su amigo Hugo no dirá nada a la prensa al menos si sigue su hijo desaparecido. Regina asiente compartiendo lo mismo por lo que estará pasando la mamá de Hugo. Por su parte, Alonso asegura que la prensa no puede enterarse antes de su conferencia sobre la desaparición de su hijo. Se levanta de la mesa, se despide de sus suegros. Regina también se levanta y alcanza a Alonso para insistirle.*

[37'24"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Observándose el jardín de fondo y mediante plano medio corto se encuentra Regina y Alonso: “Mi hijo está desaparecido y tú estás pensando en tu imagen”. “No vamos a pelear ¿ahora?” le expresa Alonso. Regina realiza una vigorosa exhalación... Prosigue Alonso: “¿Por qué no te vas al senado y actúa como si nada ha pasado?” (lo interrumpe). “Yo voy a hacer lo que tenga que hacer” Le afirma Regina con firmeza ¿Qué significa eso? Cuestiona Alonso “¡Alonso!” Vuelve a decir Regina. No, no, me tengo que ir (Alonso se va). Mario le dice: “Hija, no deberías presionarlo, no es el momento” A lo que Regina le pregunta sobre el momento adecuado, ya que puede estar en peligro, pudiendo estar en las manos del asesino de Florencia Azcurra.



Esta escena permite vislumbrar la personalidad disconforme de Regina. Una persona que se atreve a expresar sus desacuerdos, directamente relacionados con la preocupación de su hijo Emiliano, ante la figura masculina, en este caso su esposo y padre.

### **Antagonista**

*Cecilia está sentada y frente a ella su laptop, donde se encuentra leyendo una noticia relacionada con Alonso San Román.*

[4'07"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

El enfoque de cámara dorsal permite ver a Cecilia fumando un cigarro en su mano derecha mientras se encuentra leyendo en su laptop la noticia titulada "Escándalo en el gobierno de Alonso San Román Suárez". Después con enfoque de perfil y plano medio corto, se le observa derramando lágrimas y llevándose la mano izquierda para limpiarlas. Inmediatamente coge una botella pequeña de la mesa (polvo blanco en su interior, a lo que parece ser cocaína) e intenta abrirlo.



La imagen de Cecilia corresponde al de una mujer que es adicta al cigarrillo y a la cocaína. En este caso es posible referirse a este estereotipo como no tradicional, puesto que es algo que no se espera de una mujer.

*Sentada, mientras fuma y a punto de drogarse, Cecilia escucha que abren la puerta y suben las escaleras de su departamento. Sorprendida, descubre que se trata de Mario, su padre. Se levanta y lo acusa de haber matado a su amiga Florencia. Él no dice nada y le reclama no atender sus llamadas. Dice haberlo hecho por ella, para protegerla y haber eliminado a Florencia es porque no quedaba de otra. Cecilia insiste que llegarán a ella a través de su número telefónico guardado en el teléfono de Florencia, su padre le dice que se despreocupe: el teléfono de trabajo fue destruido y el otro, en ningún momento estuvo a su nombre, por lo que le pide tranquilizarse, él la protegerá.*

*Inician una acalorada discusión sobre el reconocimiento que Regina tiene de su apellido y ella no. Mario le asegura que para él las dos son lo mismo. Concluye esa conversación (levanta el volumen de voz) y de forma autoritaria le da ciertas órdenes.*

[4'23"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Mario en plano medio (postura rígida y las manos en los bolsillos) frente a Cecilia le ordena: “Quiero que te quedas aquí, que no salgas para nada. Dame tu celular” “¿Para qué lo quieres?” pregunta ella. “¡Dámelo!” (extiende la mano izquierda hacia ella y ella se lo da). “Quiero que uses este (le da otro celular). Sólo tiene un número registrado, es el mío. A partir de este momento y hasta que yo te diga solamente vas a hablar conmigo. ¿Quedó claro?” ella asiente y él se va.



Mediante esta escena fue posible apreciar la relación de obediencia y sumisión de Cecilia a su padre. Pareciera ser que está temerosa de su presencia y lo que puede hacerle al respecto.

### **Capítulo: 3 “Regina sospecha que su padre tiene un amante”**

#### **Síntesis del capítulo:**

Se descubre por medio de cámaras de seguridad quién mató a Florencia Azcurra; Mario le dirá a Alonso que él fue quien ordenó el asesinato, para protegerlo a él, su familia y gobernatura. Emiliano regresa a casa, es

consolado por Regina, quien le reitera nada tuvo que ver con la muerte de su novia, él le dice creerle.

Para no empeorar la situación, Mario decide el rumbo de la vida de Déborah y Cecilia. A la primera, la enviará a España y a la segunda, la integrará en el equipo de trabajo de Alonso. Por otra parte, Noemí, mamá de Regina, sospecha que su esposo tiene una amante y al parecer cuenta con su dirección. Se la proporciona a Regina y ésta acude, viendo a lo lejos a su padre con una mujer.

### **Protagonista**

*A la entrada del Senado de la República, se encuentra la prensa. Observan que la camioneta de la Senadora Bárcenas llega y corren a entrevistarla.*

*Regina se encuentra al interior de la camioneta y sin descender, los observa y contrariada hace una larga inhalación-exhalación. Daniela (su secretaria) aborda la camioneta, afirmando haberla llamado para que entrara por la puerta trasera. Le da a saber que seguridad ya se encuentra ahí. Pregunta por Almirón, Daniela le dice ya encontrarse esperándola. Le recomienda respirar, ella lo hace y descende de la camioneta dispuesta a contestar sus preguntas.*

[1'07"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Reporteros: Es sobre la muerte de Florencia Azcurra, ¿Por qué no acompaña al senador en la conferencia de prensa?

Reportera: ¿Qué relación hay entre la muerte de Florencia y un video que se ha viralizado en internet?

Regina: Mi hijo es una víctima más de este desafortunado hecho. Y me preocupa como me preocupan estas jóvenes desprotegidas. Voy a seguir trabajando para que actos como este no vuelvan a ocurrir.

Reportera: ¿Por qué no estaba ni usted ni su hijo en la rueda de prensa del gobernador?

Regina: El gobernador habló de una situación de inseguridad que es evidente nos corresponde a todos, sin embargo, yo...

Llega el senador Martínez y pide permiso para pasar entre la multitud de periodistas. Se acerca a Regina y la toma del brazo. Juntos suben las escaleras externas a las oficinas del senado.

La prensa advierte la presencia del senador y se acercan para cuestionarlo.

Reportero (Pregunta al senador): Sus impresiones acerca de la muerte de Florencia Azcurra por favor.

Gerardo: Mi partido y yo estamos tan conmovidos como la familia del gobernador y nos preocupa como todos ustedes el problema de inseguridad que vivimos y que no ha podido solucionar el gobierno. Por eso mi partido y yo proponemos alternativas para solucionar este grave problema.

Reportera: Sí, pero ¿no se le hace sospechoso que la víctima haya sido amante del hijo del... (la interrumpe el senador).

Gerardo: es muy arriesgado que usted especule en un tema tan delicado. Mi partido y yo no vamos a tomar ventaja política de esta situación. Vamos a dejar que la policía aclare la situación. Si me permiten, la senadora y yo regresamos a trabajar.

Regina y Gerardo entran a las oficinas del senado.



Regina siendo defendida por el senador Gerardo Martínez puede ser observada como débil y miedosa de su actitud frente a la prensa. Si no fuese así y ella no se considera en tales términos hubiese actuado en consecuencia.

### **Antagonista**

*Reunidos los tres, se acerca a Déborah y le da indicaciones del vuelo programado para ella. Se irá a España y estará recibiendo dinero mensualmente. Le aconseja armarse una vida por allá. Ella trata de explicarle lo que sucedió con el gobernador, él la interrumpe, diciéndole que no le interesa saberlo. Nuevamente le indica desaparecer lo más pronto posible. Le ordena irse para hablar a solas con su hija. Cecilia y Déborah se despiden. Finalmente, los custodios de Mario se la llevan. Cecilia y Mario quedan solos.*

[3'36"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Déborah sollozando, no, no no. No, por favor, cierra la boca. Cecilia por favor. ¿Me puede no sé decir qué es lo que está pasando? ¿Por qué me tratan así? No sé, a mí me tiene encerrada desde ayer... no sé. Por favor,

dime que no nos va a pasar nada. Nada más estamos esperando. ¿A qué? No sé, no sé. ¿Cómo qué no sabes? Me tienes que decir algo. No sé.

¡Cecilia! Creo que ahí viene la respuesta, a ver quítate, quítate. ¿Qué vas a hacer con nosotras? Tú cállate. Hicieron todo mal. ¿De veras pensaron que se podrían escapar? No, no, no es así. Yo no quería de verdad... (la interrumpe Mario). ¿No querías qué imbécil?, eh... ¿infectar al gobernador? ¿Arruinarlo todo? Y tú lo permitiste. Ahora yo voy a tener que solucionar todo esto, eh... mételas al cuarto. Vámonos, vámonos, órale.



Inicialmente, Cecilia y Débora son violentadas por Mario. Cecilia al observar la situación, se somete y permite las acciones llevadas a cabo por Mario.

*Se encontraban Cecilia y Débora en el departamento de la primera, privadas de su libertad. Escuchan que alguien llega. Es Mario.*

*Reunidos los tres, se acerca a Débora y le da indicaciones del vuelo programado para ella. Se irá a España y estará recibiendo dinero mensualmente. Le aconseja armarse una vida por allá. Ella trata de explicarle lo que sucedió con el gobernador, él la interrumpe, diciéndole que no le interesa saberlo. Nuevamente le indica desaparecer lo más pronto posible. Le ordena irse para hablar a solas con*

*su hija. Cecilia y Déborah se despiden. Finalmente, los custodios de Mario se la llevan. Cecilia y Mario quedan solos.*

[24'54"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

¿Connmigo qué vas a hacer papá? Le pregunta Cecilia ¿Si te puedo llamar papá?



La pregunta a su padre permite observar una dependencia, de Cecilia hacia su padre. Parece ser que su persona se encontrara despojada de voluntad y sólo encontrara sentido de vida al escuchar los mandatos de su padre, por tanto, siendo dependientes de ellos.

*Cecilia se encuentra en su departamento. Temerosa, está atenta a los designios que Mario le ordenará.*

[36'48"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Un enfoque de perfil y plano medio corto permite ubicar a Mario en la sala, lee la portada de una revista llamada "Escisión", mientras Cecilia descende las escaleras sosteniendo una tasa. Mario deja de observar la revista, gira a ver a Cecilia y le dice "Llegó el momento de ver qué eres

capaz de hacer por tu padre y por ti. Esta es tu oportunidad de estar de igual a igual con tu hermana". El plano general, ubica a Mario sentado en el sillón. Sin terminar de descender las escaleras, se detiene y no sabe a qué se refiere. "Hablo del gobernador. Trabajarás a su lado" le dice él. Cecilia duda de lo que su padre le está afirmando, sorprendida se sienta en los escalones y deja a un lado la tasa. Mario la cuestiona "¿No es lo que querías? ¿Estar en igualdad de circunstancias con tu hermana? Bueno, pues lo vas a tener. De algo te van a servir todos tus estudios acerca del mundo político (suelta la revista sobre la mesa de centro). Sólo que ahora los vas a conocer a profundidad. Quiero que te compres ropa fina, que te cambies el peinado, que te maquilles bien...". Cecilia pensativa y con las manos sobre las rodillas y entrelazadas le pregunta sobre qué sucederá con el trabajo de las chicas (prostitución). Él le asegura encargarse de ello, sólo le pide se ocupe del gobernador. Ella le pregunta qué hará para que sea incluida en su grupo de confianza, a lo que él dice responder es su problema: "Yo lo único que necesito es que te arregles bien, como tú sabes, como ejecutiva de gobierno. Llegó el momento de que me demuestres qué tan eficiente eres". Ella mirándolo asiente diciendo: "Yo voy a hacer todo, voy a hacer lo que sea para que te sientas orgulloso de mí" "No esperaba menos de ti hija" con una sonrisa responde Mario y ella concluye: "No, de verdad te lo prometo papá".



La orden de su padre, deja visibilizar la abnegación de Cecilia. Es decir, pareciera que se considera a sí misma un objeto sin deseos, proyectos ni aspiraciones, a merced de las órdenes de una figura masculina. No se percibe como persona. Antepone los deseos de otros a los suyos y propios.

#### **Capítulo: 4 “Alonso y Cecilia trabajarán juntos”**

##### **Síntesis del capítulo:**

Llegó el momento en el que Mario presenta a Cecilia con Alonso sin que éste sospeche las intenciones de su suegro. Le sugiere integrarla al equipo de prensa dadas sus habilidades en las redes sociales. Alonso la contrata.

El partido opositor ha decidido destituir a Gerardo Martínez, Regina no lo considera prudente puesto que es con él con quien existe un “verdadero” diálogo. Mario será secuestrado.

##### **Protagonista**

En este cuarto capítulo no se encontró alguna escena donde se identificaran estereotipos.

##### **Antagonista**

*Con celular en mano y su bolso en el brazo izquierdo, entra Cecilia al restaurant para entrevistarse con su padre. Lo ve a lo lejos, se pasa el celular a la mano izquierda y con la derecha se acomoda el cabello.*

[11’30”]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Mediante un plano general se muestra la figura de Cecilia. Viste un vestido ejecutivo ajustado (por arriba de la rodilla) sin mangas, en color negro y blanco; zapatillas de tacón de aguja negras y un collar largo en color oro. Lleva flequillo y el cabello liso y corto hasta los hombros. Se encuentra maquillada: rímel en pestañas y labios. Se dirige a la mesa donde se encuentra Mario y sin sentarse permite que la observe, a lo que él exclama: “¡Perfecto! Así me gusta. Esto es justo lo que esperaba de ti (ella se sienta). Te ves... mejor que nunca, ¡wow!” “Gracias papá (vuelve a acomodarse el cabello). Un plano medio corto permite continuar su conversación ¿Y eso qué quiere decir? ¿Que estoy para disputarle el poder a tu otra hija?” responde Cecilia. Mario le dice que no se equivoque: “Tú estás aquí para compartirlo. El único que se disputa el poder, soy yo. Qué lástima que no llegaste antes. Me hubiera gustado presentarte al papá del gobernador. Se va a tener que acostumbrar a ti. ¡Estás hermosa!” “Oye y ¿me vas a contar cómo le vas a hacer?” insiste ella en preguntarle. Él le dice que esté tranquila, nuevamente le reitera que la percibe preciosa (ella vuelve a acariciarse el cabello). La anima a que se vayan. Ella asiente y se levantan de la mesa.



La imagen de Cecilia corresponde a un estereotipo tradicional, al darle importancia a su apariencia física, como la vestimenta, maquillaje, accesorios, para lucir bella y sensual.

*En la oficina de gobierno, Alonso decide entrevistar a Cecilia para tomar una decisión (si la contrata o no como parte de su equipo de prensa).*

[28'46"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Sentada con las piernas cruzadas (plano medio) y frente al escritorio de Alonso San Román: “La senadora Bárcenas fue bastante inteligente con lo de la chica asesinada. Digo, todo este asunto de la madre fue bastante escandaloso pero... lo manejó bien, lo manejó bien. Aunque en mi criterio (se lleva las manos al pecho), es peligroso acercarse tanto a la oposición porque da una sensación de gobierno de coalición que debilita su figura señor gobernador. He estado hablando sin parar desde que llegué, una disculpa” Prosigue Alonso: “No, no te disculpes. Lo que dices tiene mucho sentido (ella bebe agua de su vaso). Mario tenía razón eres una mujer muy inteligente ¿te puedo hablar de tú? ¿Tutear?” Ella asiente. Interesado, el gobernador le pide conocer las razones por las cuales intenta unirse a su equipo de prensa, a lo que ella responde sonriendo: “Bueno, creo que hay un sector de la población que está totalmente desencantado eh... desinteresado en la política y esos son los jóvenes señor gobernador, lo jóvenes, creo que se tiene que acercar más a ellos y ¿cómo? (con los dedos de la mano derecha comienza a enlistar) Con las redes sociales, la web, las nuevas herramientas, las nuevas plataformas. Las redes sociales, sí... justamente, justamente los políticos descuidan estos medios por no ir con las nuevas tendencias pero, hay que estar muy

al día, al día para aprovechar todas estas herramientas”. Sorprendido, le confiesa desconocer el tema, ella insiste en dominar esa área. Cecilia insiste: “Nada tiene tanta cobertura como lo que está online. Lo que ve que está en los noticieros, lo que puede leer en los periódicos todos los días, primero se publicó en la web. Puede apostar”. Sorprendido, le asegura gustarle su propuesta, su visión y continúa: “Tal vez me haría bien una mujer como tú a mi lado”. Ambos quedan mirándose. Llamen a su puerta, entra Mauro, le pide llamarlo por una urgencia. Cecilia deja su tarjeta con Alonso. Se despiden. Mauro se percató de la forma atenta como Alonso observa a Cecilia.



Cecilia siendo entrevistada por Alonso, es presentada como una profesionalista que domina y se siente cómoda refiriéndose a temas de política. Particularmente su imagen corresponde al de una mujer culta y preparada.

*Al salir de su entrevista con Alonso y mientras desciende las escaleras externas del edificio de gobernación, saca su celular del bolso y comienza a llamar a alguien.*

[37'19"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

“¿Papá? Soy yo. Te quería contar... (se le ve alegre) mañana mismo comienzo a trabajar con el gobernador. Estoy feliz. Te prometo que ahora sí no te voy a defraudar, ¿me puedes llamar para contarte en cuanto escuches el mensaje? Bye”.



En la escena se puede apreciar a una Cecilia alegre por haber conseguido un empleo en gobernación, al tratar comunicarse con su padre sin lograr contactarlo y, dejarle mensaje de voz, la forma de hacerlo es tierna y dulce con papá.

### **Capítulo: 5 “Mario es secuestrado”**

#### **Síntesis del capítulo:**

Omar (Papá de Alonso San Román) es quien ordena el secuestro de Mario; Almirón informa a Regina de la situación de su padre. Por otro lado, Regina advierte a De la Garza (Secretario de Salud) sobre realizar una auditoría a la Secretaría de Salud sobre posible corrupción en las licitaciones a medicamentos.

Isela (Madre de Cecilia/La “otra mujer” de Mario Bárcenas) se entera de que Cecilia trabajará para el gobernador, incita a su hija a manipular y chantajear a su padre para que así la reconozca como su hija. Natalia (Madre de Alonso San Román) le confesará a Alonso que su padre ya sabe que tiene un amante,

Emiliano por su parte, sigue padeciendo la muerte de Florencia y aún más al enterarse de la traición de su amigo Hugo. Los papás de éste último acuden a la casa de Emiliano para detener las amenazas perpetradas a su hijo. Regina se siente impotente de no saber cómo manejar la situación relacionada con Emiliano.

### **Protagonista**

*Regina viaja en la parte trasera de la camioneta, se recarga en el respaldo y recuerda con agrado la conversación anterior con el senador Martínez.*

[15'40"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

En primer plano y ambos frente a frente:

Gerardo: Regina, eres maravillosa.

Regina: Y tú eres único. De verdad eres un político único. Te preocupa la gente, (inhala). ¡ah! Gerardo, eres lo mejor que me ha pasado en el senado.

Regina: Y tú eres lo mejor que me ha pasado en la vida, siempre te he amado Regina y siempre te voy a amar. Marca a un número.



El recuerdo de su conversación con Gerardo, muestra a una Regina deseando buscar el “amor verdadero”, donde se sienta amada. Su alegría al recordar a Gerardo, visibiliza su insatisfacción en la relación con Alonso.

*Sentadas en el comedor, Regina conversa con su madre, le refiere la situación de su hijo Emiliano.*

[22'07"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Regina en un plano medio corto y tomada de la mano de su mamá le dice: “Ya no sé cómo manejarlo. Mamá, lo busco todo el día y no me contesta, le mando mensajes, no me responde uno sólo. Cuando estamos aquí solamente quiere estar dormido o que lo deje en paz. Yo... (derrama lágrimas) no sé cómo puedo enfrentarme a corruptos o mafiosos, a tomar decisiones importantes en el parlamento y no tengo la capacidad de comunicarme con mi hijo. No sé qué hacer” Noemí le hace ver que tal vez Emiliano requiera hablar con su papá. Continúa Regina: “No sé si deba hablar con un psicólogo o bueno... afortunadamente tiene a Hugo que es su inseparable”. Su mamá le dice ya no ser así, además de ser él el responsable de difundir el video erótico donde se involucra a su hijo y

Florencia. Suena el celular de Regina, busca entre su bolso y se levanta para atender la llamada.



Regina se encuentra preocupada por su hijo Emiliano, desconoce cómo ayudarlo. Aquí ella es mostrada en su rol como senadora, en el cual se desempeña adecuadamente; como madre, busca alternativas, no dejando de interesarle este último papel. En este último, es visible (y no se cuestiona por la propia Regina) la ausencia de Alonso para la atención de su hijo por lo que la maternidad se asocia sólo a lo femenino.

### **Antagonista**

*Isela se encuentra en el departamento de Cecilia, después de meterla a bañar y tenerla sentada en la cama, le peina el cabello al mismo tiempo que, conversa con ella.*

[30'42"]

### **Descripción de la presencia de estereotipos femeninos:**

Un enfoque de perfil y en primer plano se aprecia a Isela peinando a Cecilia, le dice: "Tienes que dejar esas porquerías. No quiero verte nunca más metiéndote nada ni emborrachándote. A partir de ahora tienes que

ser toda una mujer para estar cerca del gobernador y para presionar a tu padre. Sácale todo lo que puedas, todo el dinero que puedas, ¿de acuerdo?" Cecilia responde: "Sí mamá".



Cecilia siendo cuidada por su madre, se le percibe como una mujer que los necesita, por tanto es observada indefensa y débil ante la presencia, en este caso, de su madre.

## **Análisis**

### *Sobre las telenovelas*

De inicio hay que mencionar que *Ingovernable* y *La candidata* pertenecen a la tipología de lo que Jaramillo (2013) y Llorente (2003) denominan como telenovela dramática. Constituyen dramas, las cuales escenifican hechos de la vida cotidiana.

*Ingovernable* es una telenovela sobre el mundo de la política. A lo largo de sus capítulos se entretajan dinámicas sociales, económicas y políticas relacionadas con la situación actual de México. Particularmente se muestra la vida de la familia Nava-Urquiza y la persecución de Emilia tras creerla culpable de la muerte de su esposo.

Por su parte, “La candidata” constituye la primera telenovela transmitida por televisión abierta que refiere la dimensión política de México. Regina Bárcenas, es la protagonista y se le considera como tal en cuanto a ella se centran los principales hechos de la historia. Es posible observar la transición de su papel: desde que es senadora por el partido que gobierna el país hasta su nombramiento como presidenta de la República.

Así también, por sus características también la ubican en el tipo de telenovela comercial: “este tipo de telenovela tiene una función mercantil, se le observa como una mercancía para ser vendida y difundida; entre escenas se realizan anuncios comerciales” (Jaramillo, 2013; Llorente, 2003).

Como narraciones televisivas, en ellas se vieron involucrados los elementos de objeto, ejes narrativos, situaciones, personajes y ambientes (Llorente, 2003). El objeto, entendido como aquello que se quiere conseguir fue distinto en cada telenovela: en *Ingovernable* lo que se pretende es encontrar respuestas a la muerte del presidente Diego Nava; *La Candidata* coloca a Regina Bárcenas como aspirante a la presidencia. Los ejes narrativos, es decir, el tipo de narración de las dos historias coincidió en la obtención del poder. Las situaciones para cada telenovela, también fueron distintas: *Ingovernable* se caracterizó por un esquema detallado, en ella hay una “situación inicial estable, ruptura de la situación inicial por la presencia de alguien externo, daño, presencia del héroe, delegación en el héroe de la misión de reparar el daño, lucha, victoria y recuperación o mejoramiento de la situación inicial estable” (p. 48). El esquema de *La Candidata* corresponde a un esquema básico en la que sólo hay un “planteamiento de la historia, acumulación de conflictos, desenlace y final” (p. 48). Los *personajes* analizados (protagonistas y antagonistas) de cada telenovela desempeñaron diferentes papeles. En el

caso de las protagonistas Emilia Urquiza y Regina Bárcenas mantuvieron un rol rígido, o sea, una persona buena y que a lo largo de la trama fue congruente con sus valores y su creencia en la justicia; en cambio, las antagonistas sí difieren: Ana Vargas-West en tanto inicialmente fue representada como la mujer que proclamaba justicia para el presidente Diego desempeñó un papel más flexible, ya que éste cambió en cuanto se enteró de que Emilia no era la culpable de aquel asesinato; en tanto Cecilia Aguilar se mantuvo hasta el final como “la hermanastra mala” de Regina Bárcenas. Por último, los ambientes, o sea, el espacio donde cada personaje se mueve, fueron congruentes con los objetos de cada telenovela.

También, los melodramas televisivos analizados en esta tesis cumplieron con los cuatro elementos enunciados por Cueva (1998): *continuidad*, tener un *principio y un final*, la *pasión y conclusión*. *Ingobernable* y *La Candidata*, se encontraron ajustadas a una continuidad de tiempo, la primera constó de una temporada de quince capítulos disponible para ser observada en cualquier momento en la plataforma *Netflix*; la segunda, sólo una temporada de sesenta y un capítulos, primero transmitida por las noches a partir de noviembre del 2016 y principios del 2017 por el canal 2 de Televisa y posteriormente disponible en *blim*. En las dos se plantea un principio y un final, sin embargo, se plantean escenas para continuar en una temporada posterior. Ambas telenovelas persuaden (pasión) a las personas para quedar atrapadas en “los tormentos, deseos y arrebatos” de sus personajes. Finalmente, en la conclusión los personajes “malos” de *Ingobernable* y *La Candidata* reciben su castigo; Emilia Urquiza por fin conoce la verdad sobre la muerte de su esposo y su inculpación y, en el caso de Regina, es elegida presidenta de México.

Es preciso mencionar que ambas telenovelas poseen rasgos distintivos en comparación a la *soap opera* (Terán, 1996): se trata de

narrativas que cuentan la vida, principalmente de una persona (protagonista). Este último personaje en interacción con otros no tienen una transición en su ciclo vital, más bien son situados en un momento temporal específico. Aquí cabe mencionar algo muy importante que por sus características, *Ingovernable* y *La Candidata* corresponden a lo que Llorente (2003) parafrasea de Molina y Carbajal, llamando *telenovelas cerradas* donde las situaciones y personajes (con sus cualidades, habilidades, capacidades) se encuentran definidos desde el principio, sin dar cabida a emprender cambios durante la historia. En el caso de las protagonistas y antagonistas, sus cualidades, habilidades, capacidades... son asignadas desde los primeros capítulos, conforme se avanza en la trama y hasta el final, se repiten y mantienen.

Las dos telenovelas analizadas distan de lo que Cueva (2015) afirma: "la telenovela deberá contar la historia de amor que cuesta trabajo alcanzar, mantener o recuperar, superando todos aquellos obstáculos que pueden presentarse" (p. 15). *Ingovernable* no es asignada en la típica historia de amor, más bien la protagonista acontece una serie de adversidades por lograr una estabilidad en su matrimonio, en donde en ella hay cabida para el divorcio y separación de su esposo e hijos. Algo similar acontece con *La Candidata*, quien se encuentra unida en matrimonio, llevando a cabo todo tipo de formas para mantenerlo; en tanto es insostenible, considera la pauta para divorciarse y unirse a su "antiguo amor" (Gerardo Martínez). En el caso de las antagonistas, el casarse o encontrar el "verdadero amor" parece ser de poca importancia, poniendo mayor énfasis en su dimensión laboral.

*Ingovernable* y *La Candidata* comparten lo que Molina y Carbajal, citados en Llorente (2003), sostienen es "el final feliz" de toda telenovela. La primera narra desde el primer capítulo las circunstancias del asesinato del presidente Diego Nava, un hecho ineludible que marcará el rumbo de

la primera dama, Emilia Urquiza (protagonista), su esposa. Al creérsele culpable de tal homicidio, es perseguida por el Estado mayor presidencial y la misma Ana Vargas-West (antagonista) para rendir declaración sobre “la verdad”. Sin tener precisión sobre lo que pasó, Emilia se aloja en la casa de Chela, quien junto a Canek, Zyan, Cristopher y el Ovni, la ayudarán a descubrir al culpable. Una vez profundizan en los hechos, logran conocer los motivos políticos, sociales y familiares que hay detrás de lo sucedido, llevándose una inesperada sorpresa relacionada con su padre, quien es el responsable de todo lo que le ha acontecido.

Particularmente en *La Candidata*, Regina Bárcenas (protagonista) es senadora y esposa del gobernador de la Ciudad de México. Aun cuando ambos militan para el Partido de Renovación Nacional, es posible observar sus diferencias políticas, mismas que han originado desacuerdos en su relación de pareja y la educación de su hijo Emiliano. Se le observa siendo insistente en mejorar la relación con su hijo y recuperar su matrimonio, sin embargo, cuando descubre las infidelidades de su esposo, entre ellas la de Cecilia (su hermana) (antagonista), comienza a concebir la idea de divorcio y la posibilidad de ser la candidata del partido MAS (Mujeres en Acción Social). Con este último hecho se acentúan las diferencias con su esposo, en tanto ella comienza a acercarse sentimentalmente a Gerardo Martínez, su antiguo amor de la universidad. Finalmente, apoyada por éste, por las mujeres y personas que la reconocen, es elegida la presidenta de México.

Por último, las narraciones televisivas mencionadas con anterioridad muestran estereotipos de género, es decir, generalizaciones sobre los atributos o características de hombres y mujeres. Particularmente y como develaré a continuación son imágenes, conductas, roles, actitudes, aptitudes, habilidades y capacidades de mujeres involucradas en historias dramáticas televisivas.

## **Ingobernable**

### *Sobre la protagonista Emilia Urquiza*

Emilia Urquiza, protagonista de esta telenovela, es en quien mayormente se centra la trama (desde su persecución hasta el esclarecimiento de su inocencia) y en quien se realizará este análisis, es una persona de entre los cuarenta y cincuenta años de edad. Es la esposa del presidente de México. Representada por la actriz Kate del Castillo, goza de belleza ligada a las proporciones corporales, su anatomía evidencia la constante práctica de ejercicio y en todo momento, mientras acompaña al presidente, es notable el cuidado por su vestimenta, maquillaje y accesorios. Los colores que mayormente se utilizaron en su vestimenta es posible ubicarlos en dos momentos: antes de ser la primera Dama y cuando lo era, se le vio portar colores claros y oscuros, no habiendo predilección por alguno; en tanto, a partir de su escape y persecución, viste ropa (chamarra, pantalones, camiseta sin mangas, sostén y botas) en matices de mayor saturación (Dondis, 1985), principalmente en negro, con el propósito de ubicarla visualmente como “la mala”, “la presunta culpable” “la asesina”, aun cuando la propia historia de forma parcial, nos indique que no era así.

Emilia es mostrada con cualidades particulares que pueden catalogarse como no tradicionales. Trabaja fuera del hogar (antes de trabajar en el CENAPAZ, parece ser que no laboraba fuera de casa, o al menos no se dan suficientes detalles). Desempeñar una función en este centro, le permitió cumplir enmiendas personales y sociales; en otras palabras, como refiere Olga Bustos (1985) se observa que el “lugar de la mujer no es el hogar”; sino por el contrario, los anhelos y proyectos propios son de valor para “salir”.

Posee principios y valores como generosidad, respeto, honestidad, responsabilidad, solidaridad y ética. Éste último es enfatizado a lo largo de toda la telenovela, pretendiendo establecer la paz entre la población mexicana y combatiendo la violencia en el país; principios y valores que “parecen” ser congruentes con su actuar individual y profesional.

También es posible distinguir en Emilia otros atributos. La asertividad para expresar acuerdos y desacuerdos; fortaleza al momento de tomar decisiones y afrontar los desafíos, como por ejemplo no permitir que la chantajeen. Dichas características es posible señalarlas como lo que denomina González (2013), de nuevos estereotipos, o sea, aquella *mujer eterna e indecisa*, manifestando disconformidad cuando lo cree conveniente. De igual forma, las “malas palabras”, fumar, concebir la posibilidad de divorcio, conforman la personalidad de la primera dama, los cuales constituyen nuevos estereotipos de mujeres mostrados por la televisión.

De forma tradicional, se muestra a una Emilia mayormente preocupada por sus hijos (se contabilizaron cuatro escenas, de los capítulos analizados, donde ella muestra tal preocupación) y no de resolver su situación individual actual, por lo que esto último contraría a lo anteriormente expuesto. Aquí cabe recordar lo mencionado por Bustos (1985) cuando se refería a la “mujer liberada”, es decir, aquella mujer a la que se le brinda cierta libertad, sin permitírsele descuidar a los hijos/as, siempre ligando lo femenino con lo maternal (Basaglia, 1983). Más bien, pudiéramos decir que se trata de estereotipos en transición, ya que no ha sido posible abandonar por completo los tradicionales hacia los no tradicionales. Aunque González (2013), expresa dicha señalización como un nuevo estereotipo, es decir, una nueva mujer. Ella la llama la *exitosa madre profesional*, aquella que se caracteriza por ser responsable, eficiente, admirada por su trabajo y la dedicación a sus hijos.

### *Sobre la antagonista Ana Vargas-West*

Ana es la antagonista de esta telenovela. Sin embargo, su credulidad al considerar, en avanzada parte de la historia, a Emilia como la culpable de la historia sin tener conocimiento de la verdad, la hace ver como una heroína y al mismo tiempo, antagonista. Heroína, al intentar con sus recursos, localizar a Emilia y puedan castigarla por el presunto asesinato del Presidente; antagonista, porque sin contar con las pruebas suficientes, se atreve a acusarla y “destruirla”, todo ello originado por la cercanía sentimental hacia Diego.

Es mostrada como una persona comprometida, eficiente, con habilidad lingüística para comunicarse. Laboralmente posee aptitudes de organización, planeación, toma de decisión y manejo de redes sociales. El personaje de Ana se maneja con soltura entre las personas (también con las del género masculino). Posee buena dicción, volumen y tono de voz adecuado.

La imagen anatómica de Ana se caracteriza por líneas curvas y es posible ubicarla en dos momentos diferentes a lo largo de la telenovela. Antes de su nombramiento como jefa de las oficinas de gobierno: se le observa con poco maquillaje y empleando vestimenta en matices claros, transmitiendo bondad, ya que su rostro permite observar relajamiento. En tanto asume su cargo: su ropa es de vestir ejecutiva en colores oscuros. Su maquillaje es estrafalario, principalmente en párpados y labios. Aquí habría que destacar lo que Dondis (1985) menciona, donde los matices (colores) y su grado de saturación a nivel visual, son empleados con el propósito de asignar cuestiones morales. En otras palabras, si la antagonista emplea colores claros (menor saturación) será vinculada a “una mujer buena”, por el contrario, colores oscuros (mayor saturación) a ser considerada una “mujer mala”.

Tiene a su cargo la oficina de gobierno y es agente de la CIA, por tanto, es una mujer que trabaja fuera del hogar. En esta última, su labor la hace obedecer instrucciones, mismas que lleva a cabo sin protestar aun cuando difiera de ellas; de modo que esta acción sumisa la lleva a ubicarla en la clasificación de estereotipos tradicionales de Bustos (2011b, 1988b, 1985), Basaglia (1983), Lagarde (2012, 2001), Buarque (2007), González (2013), Ramírez (2012), Soler (2013) y Cantera y Blanch (2010). Esto mismo la ha llevado a mentir en repetidas ocasiones.

En su cargo público se le muestra como una mujer de carácter fuerte, duro, segura, con iniciativa y fortaleza para la toma de decisiones; dichos atributos pueden caracterizarse de no tradicionales, ya que como afirma Cantera y Blanch (2010) aquellos que están relacionados con la dureza se asocian a lo masculino, a conductas de rol de género que no pueden ser atribuidas a la mujer tradicional.

Cualidades como ser astuta y calculadora también son asignadas a Ana, haciéndola parecer una mujer “mala” y sin “escrúpulos”. Dichas imágenes de género las distingue Arenas (2009) caracterizando a una mujer *amazonas*.

## **La candidata**

*Sobre la protagonista Regina Bárcenas*

Regina Bárcenas, representada por Silvia Navarro es de estatura media y complexión delgada. Como figura pública, pone especial cuidado en su apariencia: vestimenta, peinado y maquillaje. Su imagen es de limpieza y cuidado de cada una de las partes de su cuerpo, no porta tatuaje alguno; la preocupación por su aspecto, dicen Bustos (2011b, 1988b, 1985) y

Heloisia Buarque (2007) la hace parecer bella y al mismo tiempo, consumidora de bienes y servicios para su cuerpo.

Su anatomía, visualmente se caracteriza por poseer líneas curvas que expresan movimiento suave, rítmico y elegante (Dondis, 1985); también permite deducir la constante práctica de ejercicio que lleva a cabo. Es de mencionarse que se mostró sumo cuidado a la imagen de Regina, ya que a nivel visual se hizo uso de matices (colores), predominantemente de poca saturación (claros), pudiéndose vincular a la pureza, la bondad y lo bueno (Dondis, 1985); por tal motivo, Regina vista como una persona ética y con una clara concepción de la moral es ubicada en dicha dimensión del color.

Su cargo público le ha permitido favorablemente proponer leyes en colindancia a las necesidades económicas y sociales del país; siendo no tan afortunada en conciliar acuerdos con su esposo respecto a cuestiones políticas y, principalmente la educación de su hijo Emiliano.

La función que ha desempeñado en el senado le ha permitido conocer en torno a la categoría género e implementar la equidad; sin embargo, no parece ser congruente con su actuar como madre (por ejemplo, en la escena presentada cuando expresa la preocupación de su hijo ante su madre), ya que no solicita la presencia de su esposo Alonso en la atención y cuidado de su hijo Emiliano. Y en este caso como destacan Bustos (2011b, 1988b, 1985), Basaglia (1983), Lagarde (2012, 2001) se observa la maternidad como tarea exclusivamente femenina.

La descripción de González (2013), Ramírez (2012), Arenas (2009) y Buarque (2007) sobre los estereotipos no tradicionales permite ubicar a la senadora Bárcenas dotada de cualidades claras no tradicionales: con frecuencia expresa lo que siente y piensa (asertividad), muestra seguridad, es responsable, comprometida y es solidaria con las mujeres. Su cargo público en el senado ha resaltado su carácter competitivo, es

decir, persigue aquellos proyectos profesionales que se plantea, así como la disconformidad, o sea, concordar o discordar según sus principios o valores.

Desde un inicio es presentada como una mujer culta (González, 2013), a diferencia de quien tradicionalmente no lo es o tiene pocos estudios. Como senadora, es necesario su conocimiento de la situación económica, política y social de México. Trabajar en dicho cargo la ha mantenido fuera del hogar generándole distancia entre su hijo y esposo, no desistiendo de luchar por el bienestar de su hijo y esposo, rasgo distintivo del tipo de mujer que Arenas (2009) denomina como *fraternal*.

Por último, es importante señalar el papel que juega la socialización en Regina Bárcenas. Su femineidad no tradicional parece ser (al menos no se dan más datos) no fue socializada por medio de su madre, quien de forma insistente le afirma: "Tú tienes que cuidar a tu familia" "Tú tienes que luchar por tu hombre y por tu matrimonio". Dicho de otra manera, como asegura Lamas (2002) su adquisición de género probablemente fue asumido en otras instancias, a excepción de la familiar.

#### *Sobre la antagonista Cecilia Aguilar*

Cecilia es una joven de entre los treinta y cuarenta años de edad. Soltera, bella, seductora y atractiva, atributos que la ubican en la clasificación de Laura Benítez (2010) en relación a los estereotipos no tradicionales. Prostituta y posteriormente jefa de prensa, se ve involucrada en nuevas formas de sexualidad en las que para ella no es importante la virginidad y llega a percibirse a sí misma como objeto sexual de los hombres, una mercancía, así como lo afirma Rubin (1986):

Una mujer es una mujer. Sólo se convierte en doméstica, esposa, mercancía, conejito de *play boy*, prostituta o dictáfono humano en determinadas relaciones. Fuera de esas relaciones no es la ayudante del hombre igual que el oro en sí no es dinero (p. 96).

Ella se convierte en “moneda de cambio” para obtener lo que desea (en repetidas escenas mantiene encuentros sexuales con un periodista, el hijo del gobernador y el gobernador mismo para obtener información o cumplir los deseos de su padre) y, de la misma forma lo transmite a quienes trabajan con ella (prostitutas).

También es mostrada como una mujer culta, cuya preparación como comunicóloga fue realizada en el extranjero (E.U.A.), resultándole de interés los asuntos políticos. Antes de desempeñarse como integrante del equipo de prensa del gobernador, se encargaba de administrar el grupo de prostitutas de su padre.

La imagen corporal de Cecilia posee líneas curvas, en todo momento y a través de su vestimenta se enfatiza. Frecuentemente, porta vestidos ejecutivos ajustados arriba de la rodilla en matices de mayor saturación, maquillaje y cuidado de las uñas pronunciado con el propósito de ubicarla visualmente como la “mala y misteriosa” (Dondis, 1985).

Es una persona sensible, y aquí se coincide con lo que establece Cantera y Blanch (2010): se reconocen “como masculinos los atributos de la escala de dureza y como femeninos los de la ternura, acentuando y polarizando éstas aún más las diferencias percibidas en cuanto a conductas de rol de género” (p. 121), es decir, en esta telenovela y específicamente con este personaje se sigue asignando genéricamente las cualidades de una persona: dureza, a aspectos masculinos y dulzura o sensibilidad a la femineidad. Y ésta última cuando se posee, como es el

caso de Cecilia, es altamente probable caer en adicciones como el cigarrillo y la cocaína.

Por esa misma condición de sensibilidad, es percibida como vulnerable y débil, por lo que su constante lucha por ser reconocida como hija legítima, le hace permitir ser manipulada por ambos padres. Se percibe, tradicionalmente, obediente y sumisa con Mario e Isela, de tal manera que su actuar siempre es inseguro y, en ocasiones de ternura y dulzura. La telenovela permite inferir que dichos estereotipos han sido socializados de sus padres, su entorno familiar inmediato Bustos (2011b, 1988b, 1985).

Otra característica tradicional que se le adjudica a Cecilia y que de forma reiterativa se hace presente a lo largo de la telenovela, es la abnegación (Bustos, 2011b, 1988b, 1985). Es una mujer productiva que labora fuera del hogar; sin embargo, parece ser que no cuenta con un proyecto de vida personal, y al no existir éste, tiene que ser trazado por alguien, en este caso, su padre; de tal forma que en todo momento antepone los deseos y anhelos de Mario, a costa de los suyos y de su bienestar.

Dado el anterior análisis por personaje, ahora procederé a realizar una comparación entre las protagonistas y antagonistas de cada telenovela.

### **Análisis de Protagonistas**

#### *Emilia Urquiza y Regina Bárcenas*

Emilia y Regina, protagonistas de estas telenovelas comparten y difieren de sus características estereotípicas tras la pantalla. El análisis de cada una

de las protagonistas develó la existencia de estereotipos tradicionales y no tradicionales, los cuales se caracterizaron de acuerdo a la clasificación de lo que Cook y Cusack (2010) denominan como estereotipos de sexo y de roles sexuales.

Entre los estereotipos femeninos tradicionales, comparten ser personas que visualmente poseen una complexión delgada y anatomía curva. Ambos personajes son interpretados por mujeres, quienes ejercitan su cuerpo y le brindan cuidado para lucir bellas y atractivas. Los estereotipos de sexo “describen una noción generalizada o preconcepción que concierne a los atributos o características de naturaleza física o biológica” (p. 29) que poseen las mujeres.

Ambas también comparten los matices (colores) con los que son representadas. Regina, mediante colores claros en su vestimenta y maquillaje representa la bondad, lo bueno. Emilia también, aunque en algunos momentos su vestimenta y maquillaje están cargados de saturación, preponderan los matices claros; tras señalarla presunta culpable, éstos se tornan oscuros.

Cuentan con preparación al menos grado de licenciatura. Aquí es importante hacer la observación de que la belleza y preparación académica van relacionadas y no desligadas.

A Emilia Urquiza al asociársele el papel de ama de casa, antes de trabajar en el CENAPAZ y en Regina Bárcenas vinculando su papel como madre y por lo tanto, el cuidado de su hija e hijo, son estereotipos de roles sexuales, o sea, los que determinan los papeles “propios” de hombres y mujeres a partir de las diferencias biológicas de sus sexos.

Los estereotipos no tradicionales que, indiscutiblemente son similares entre ellas, es el mostrarlas como lo que afirma Buarque (2007) la *super-mujer-ideal*, como aquellas mujeres que lo pueden todo ante las múltiples adversidades presentadas.

Pertenecen a una clase acomodada (alta), portan vestimentas caras y accesorios lujosos. Son jóvenes, madres y tienen hijos. Son autosuficientes y trabajan fuera del hogar (desligándolas de las tareas domésticas).

Aún cuando el análisis de las protagonistas develó la existencia de estereotipos tradicionales y no tradicionales, ninguno de los dos personajes evidenció una estabilidad en alguno de ellos, por el contrario, se hizo presente un ir y venir entre ellos, mostrando contradicciones.

Dichas contradicciones, como asegura Lagarde (2001) se encuentran en cualquier mujer contemporánea debido a la mezcla o sincretismo de la construcción de género tradicional y al mismo tiempo, una nueva construcción de género moderna:

Considero que es nuestra marca de género en estos tiempos de cambio de siglo y de milenio. Al resultado que produce esta doble construcción, a esta marca que nos define le he llamado sincretismo de género. Sincretismo quiere decir mezcla. Es una mezcla de factores diferentes que se articulan y crean algo nuevo y distinto a sus orígenes (p. 16).

Dichas contradicciones, conformadas por lo tradicional y lo moderno, son antagónicas, lo cual genera conflictos internos en las mujeres, para lo que “vivir se convierte en el arte de ir resolviendo las contradicciones, antagonismos y paradojas que nacen del sincretismo de género que nos marca a todas y a cada una” (p. 16).

Algunos de esas contradicciones las enuncio a continuación:

En la telenovela “Ingobernable” se presenta a una Emilia asertiva, segura de sí misma que no se deja chantajear..., sin embargo, se deja entrever que no puede pensar en una individualidad sin antes ver por la estabilidad de sus hijos. Por otra parte, la misma Emilia cuando pide a

Diego trabajar en el CENAPAZ para llevar paz y combatir la violencia en la población mexicana contradice todas sus acciones previas y posteriores (su discusión con su esposo en la habitación presidencial y la pelea física, minutos antes de su muerte), de tal forma que es mostrada como una mujer violenta.

Regina también es mostrada como una persona asertiva, segura de sí misma, ética; sin embargo, ella misma al no solicitar la presencia de su esposo Alonso en el cuidado y atención de su hijo Emiliano, hace parecer que la maternidad sigue siendo asociada a las tareas femeninas.

En ambas, es posible asumirlas como independientes y autosuficientes, pero a lo largo de las telenovelas, parece dar la impresión de que si ellas están en dichos puestos de trabajo es por la designación de sus esposos. Ellas no son mostradas, logrando méritos propios.

### **Análisis de Antagonistas**

#### *Ana Vargas-West y Cecilia Aguilar*

Ana y Cecilia son presentadas visualmente y por su proceder como las antagonistas de estas telenovelas. De igual modo, su análisis mostró la presencia de estereotipos femeninos tradicionales y no tradicionales, los cuales pudieron ser caracterizados de acuerdo a la clasificación de Cook y Cusack (2010) como de sexo y sexuales.

Los estereotipos tradicionales de sexo “describen una noción generalizada o preconcepción que concierne a los atributos o características de naturaleza física o biológica” (p. 29) que poseen las mujeres. Este estereotipo es posible apreciarlo cuando ambas son asignadas estereotípicamente como las “malas” y “las misteriosas”;

portan y visten colores que las designan ser ubicadas en ese personaje. Ana, jefa de la oficina de gobierno, frecuentemente usa ropa ejecutiva en matices de saturación mayor (oscuros); Cecilia, por su lado, al ser la jefa de prensa de gobernación porta vestidos ejecutivos ajustados por arriba de la rodilla en colores oscuros.

De forma no tradicional corresponden a lo que Arenas (2009) denomina mujeres amazonas. Son jóvenes (de entre los treinta y cuarenta años de edad). Solteras, atractivas y sin hijos. Laboran fuera del hogar en cargos públicos con funciones de liderazgo. Son independientes, autosuficientes y competitivas.

El ejercicio de la sexualidad es entendida por cada protagonista de distinta forma. Los estereotipos sexuales, como refiere Cook y Cusack (2010) dotan a las mujeres de "características o cualidades sexuales específicas que juegan un papel en la atracción y el deseo sexuales, la iniciación sexual y las relaciones sexuales, la intimidad, posesión y violencia sexuales, el sexo como transacción (a cambio de dádivas, oportunidades o dinero) y la reificación y explotación sexuales" (p. 29). En el caso de Ana, sus encuentros sexuales con Diego se suscitan por placer, no pudiendo decir lo mismo de Pete. Para Cecilia, las relaciones sexuales son un "trueque", un intercambio del coito dado a los hombres para obtener información relacionada con su entorno político.

Al igual que con las protagonistas, los personajes antagonistas evidenciaron contradicciones. A Cecilia Aguilar le son atribuidos estereotipos que en su gran mayoría es posible ubicarlos como innovadores o Estereotipos no tradicionales; sin embargo, fue interesante identificar que también se hicieron presentes los tradicionales. Un ejemplo de esto último es cuando Cecilia es mostrada como siendo codependiente de las decisiones de su padre Mario, aquí es posible identificar una contradicción en los estereotipos, o sea, se presenta a una

mujer independiente pero al mismo dependiente emocional de una figura masculina.

#### 4.1. Conclusión

A lo largo de esta tesis, he mostrado cómo los estereotipos de género constituyen generalizaciones sobre los atributos o características que mujeres y hombres deben poseer. Los estereotipos femeninos, de interés para esta investigación, llegan a ser socializados mediante diversas instancias, entre ellas los medios de comunicación que, mediante sus transmisiones televisivas como es el caso de las telenovelas muestran el deber ser de las mujeres. Describir estas atribuciones de género en las protagonistas y antagonistas de dos telenovelas recientes fue el objetivo central.

Para ello, emplee un marco teórico y metodológico transversal desde un encuadre de Género y de Teoría Feminista para abordar los estudios sobre comunicación, televisión y telenovelas, desde un encuadre de Género y de Teoría Feminista, permitiendo mostrar conductas, cualidades, roles y personalidades de las mujeres tras la pantalla.

Dicho esto y respondiendo a la pregunta de investigación que formulé al inicio de esta tesis: ¿de qué manera son presentados los estereotipos femeninos en la televisión mexicana contemporánea? Puedo afirmar que, mediante el análisis de dos telenovelas, la televisión

mexicana muestra imágenes de mujeres tradicionales, imágenes de mujeres modernas (no tradicionales o innovadoras) y la mezcla de estos dos. En otras palabras, puedo concluir que los estereotipos femeninos identificados en estas telenovelas, pueden ser clasificados en tres tipos:

- Estereotipos femeninos tradicionales
- Estereotipos femeninos no tradicionales
- Estereotipos femeninos en transición

Cada uno de ellos pudiendo ser caracterizados como de sexo, sexuales y de roles sexuales.

#### *Estereotipos femeninos tradicionales*

Los trabajos de Bustos (2011b, 1988b, 1985), Basaglia (1983), Lagarde (2012, 2001), Buarque (2007), González (2013), Ramírez (2012), Soler (2013) y Cantera y Blanch (2010) permitieron enunciar los estereotipos femeninos tradicionales, señalando a las mujeres vinculadas a la naturaleza (menstruar, quedar encinta, parir, amamantar, tener la menopausia). Se le considera débil, tierna, sensible, honesta, insegura, dependiente, sumisa, abnegada, comprensiva, generosa, cariñosa, emotiva, afectiva, estética, coqueta, observadora, intuitiva, miedosa, obstinada, dulce, maternal, estúpida, seductora, pérfida y amoral. Tiene que ser bella y cuidar de su cuerpo, consumiendo bienes y servicios para su cuerpo. Se esfuerza en ser “la buena ama de casa”, madre y esposa dedicada.

Se asocia la maternidad como tarea exclusivamente femenina y como punto de plenitud de las mujeres; su vida gira en torno al amor, necesitando el amor de pareja para darle significado.

La mujer no es dueña de su cuerpo, existe como objeto para otros y en función de otros. En ella no hay cabida al placer o la autonomía. Se le percibe como el objeto sexual del hombre y de los hijos, una mercancía. Es una mujer-cuerpo para otros (su sexualidad le pertenece al hombre, a sus hijos, a los otros).

Su rol es el de cuidadoras, responsables del bienestar de los demás; no esperando nada, ni reciprocidad a cambio de tales funciones. Se espera la renuncia a sus propias necesidades o deseos. Hay predisposición en ellas, o sea, sólo se encuentran completas hasta “pertenecer” a alguien.

Visualmente, los estereotipos femeninos son asociados en la escala de ternura.

Los personajes de las protagonistas en las telenovelas estudiadas, Emilia Urquiza de *Ingobernable* y Regina Bárcenas de *La Candidata* compartieron preocupación por su apariencia: su forma de vestir, maquillarse, accesorios para verse bellas, elegantes y sensuales; en la primera se enfatiza el estereotipo “los hijos son primero” (fue interesante identificar que se contabilizaron cuatro escenas de los cinco capítulos analizados, en donde se mostró este estereotipo), al bienestar individual. La segunda, es posible describirla en estereotipos de debilidad y pensar en lograr el “amor verdadero”. Su imagen femenina se le ve vinculada a la maternidad ya que se asume como la encargada exclusiva del cuidado de su hijo Emiliano.

Ana Vargas-West y Cecilia Aguilar, antagonistas de *Ingobernable* y *La Candidata* respectivamente, son mostradas brindándole mayor importancia a la apariencia física (vestimenta, maquillaje, accesorios) para lucir bellas y sensuales. Son seductoras, sensibles, sumisas y obedientes. Ana es sensible. Cecilia muestra dependencia a sus padres, sometimiento de su padre Mario, abnegación. Se le percibe indefensa, débil y considerándose a sí misma objeto sexual de los hombres.

### *Estereotipos femeninos no tradicionales*

González (2013), Ramírez (2012), Arenas (2009) y Buarque (2007) han descrito la tipología de estereotipos femeninos no tradicionales: conciben a las mujeres siendo parte de un proceso de reconocimiento hacia ellas mismas: expresan sus intereses, buscando satisfacción personal y éxito profesional. Interactúan en un ambiente de equidad para la realización de las tareas domésticas, extradomésticas y cuidado de las/los hijas/os. El poder emocional, económico y racional es decidido y ejercido por ella y su pareja. Así como también, la resolución de conflictos se da bajo una comunicación asertiva, reduciendo o anulando los niveles de violencia.

En estas descripciones, la mayoría de las mujeres provienen de una familia pudiente, son profesionales cultas y exitosas, son elegantes y sensuales, trabajan fuera del hogar, se mantienen a sí mismas, no son religiosas ni devotas de la imagen, luchan para sobreponerse a las situaciones difíciles con ingenio, no constituyen víctimas del destino o de los antagonistas, practican una sexualidad plástica, buscan construir relaciones puras (no matrimonios) en las que el placer sexual figura como un componente básico, ocasionalmente beben alcohol y dicen “malas palabras”, discuten y defienden su postura con argumento pero nunca pelean físicamente.

En los estereotipos femeninos innovadores se distinguen: *la mujer amazonas*: jóvenes, atractivas, activas, autosuficientes, competitivas, astutas y calculadoras; *la mujer fraternal*: trabaja y presenta como principales objetivos la consolidación familiar, la lucha por el bienestar de los hijos y el amor verdadero; *la exitosa madre y profesional*: responsable, eficiente, admirada por su trabajo y la dedicación a sus hijos); *la empresaria triunfadora y mujer fatal*: trabajadora, inteligente, sexy, sabia y misteriosa y *la eterna indecisa*: autocentrada, joven, impulsiva y disconforme.

Las protagonistas de las telenovelas analizadas, representaron imágenes de mujeres jóvenes, atractivas. Preocupadas por su apariencia. Mujeres cultas, letradas y que trabajan fuera del hogar. Se les percibe seguras de sí mismas, autocentradas y disconformes; a ambas se les observa siendo asertivas (capacidad que aunque no se detalla en el apartado correspondiente, se presenta de manera frecuente en ellas). Emilia se distingue por fumar, emite groserías y concibe en sus posibilidades la idea del divorcio, Regina es competitiva y pretende llevar un equilibrio entre trabajo, hijo/hija y esposo.

Por su lado, las antagonistas fueron mostradas tras la pantalla preocupadas de su aspecto personal (peinado y maquillaje). Son jóvenes, atractivas y cultas. Ana es asertiva (tampoco se señala en la categoría, sin embargo, es una capacidad recurrente en ella), se le percibe como astuta, clara y firme de pensar; mientras que Cecilia se le asocia en términos no tradicionales, adicta, principalmente a la cocaína y al cigarro.

#### *Estereotipos femeninos en transición*

El análisis de las protagonistas y antagonistas develó la existencia de estereotipos en transición. Burin y Meler (2006) los definen como aquellos que poseen rasgos tradicionales y rasgos innovadores o no tradicionales.

Fue interesante identificar en las dos telenovelas que ninguno de los personajes evidenció una permanencia en los estereotipos tradicionales o no tradicionales, más bien, se hizo presente una mezcla de ellos, mostrando contradicciones: en *Ingobernable*, Emilia Urquiza reflejó una imagen femenina de autosuficiencia, independencia, asertiva... pero no desligada de su abnegación “los hijos son primero”; Ana es caracterizada como una mujer segura y con fortaleza, también se le vincula ser una persona sensible. En *La Candidata*, Regina Bárcenas

también muestra autosuficiencia, independencia... asociada a la idea de que la maternidad es exclusiva de las mujeres; en tanto Cecilia como una mujer culta y que ocupa cargos de liderazgo manifiesta codependencia hacia sus dos padres y abnegación a su padre Mario.

Sánchez y Mancinas (2012) argumentan que dichas contradicciones refieren la situación de las mujeres en México. Así también lo afirma Lagarde (2005):

viven en el tránsito a la modernidad como un proceso contradictorio que no siempre las realiza como individuos, ya que aún cuando las sociedades están en constante cambio, esto no es un indicador de que los roles de género cambien con la misma rapidez que las condiciones de vida de las mujeres (p. 126).

Además, como bien señala Cook y Cusack (2010), los estereotipos femeninos tradicionales mostrados por las telenovelas son dominantes y persistentes en el tiempo debido a que constituyen procesos largos que implican desmontar las asignaciones de género y poder transformarlas hacia nuevas (o particulares) formas no tradicionales de ser mujeres.

## **4.2. Discusión**

A continuación plantearé algunos desafíos y reflexiones sobre los resultados encontrados en el análisis de las imágenes femeninas para finalmente, hacer algunas propuestas de estudios futuros vinculados con el tema de la tesis.

I. Portar los lentes de género y mediante un marco teórico feminista, como es el caso de esta tesis, permitió identificar que “la persona que

conoce está situada y por lo tanto el conocimiento es situado, es decir, refleja las perspectivas particulares de la persona que genera conocimiento, mostrando cómo es que el género sitúa a las personas que conocen" (Blazquez, 2010, p. 28). Es decir, aun si se realizan distintas investigaciones sobre un mismo hecho social, cada una puede tener distintas interpretaciones, mostrando particularidades.

También, realizar una tesis desde esta naturaleza como fue describir los estereotipos femeninos, abarcó considerar como punto de partida a las mujeres protagonistas de dos telenovelas. Mediante la Teoría de Género Feminista, no sólo se visualizaron las asignaciones femeninas sino también su interacción con personas del sexo masculino, exponiendo así, situaciones de desigualdad.

No hay que olvidar que las imágenes femeninas tradicionales, no tradicionales y en transición identificadas, han sido transmitidas a través de telenovelas, y estas a su vez, por la televisión. Dicho de otro modo, hay que observar tal y como lo asevera Bustos (1988b, 1985) a la televisión como aquella instancia socializadora responsable de prescribir estereotipos mayormente en las mujeres no permitiendo enfatizar sus particularidades, o sea, derechos dirigidos en lo que Vega (2014b, 2007) concibe como la realización de la libertad, igualdad, equidad, solidaridad, inclusión, diversidad, universalidad y participación.

II. Analizar los estereotipos femeninos en las telenovelas para describir de qué manera son presentados los estereotipos de femineidad en la televisión mexicana contemporánea, representó un gran desafío. Al revisar la literatura, fueron encontradas investigaciones que han abordado el tema, que sirvieron de antecedente a mi trabajo, y algunas coinciden con las preocupaciones, supuestos y resultados de esta tesis.

Los resultados obtenidos en esta tesis concuerdan con la mayoría de los estudios recientes realizados en Latinoamérica sobre los

estereotipos en las telenovelas y su relación con la violencia hacia las mujeres. En ese marco, el trabajo elaborado por Paola Bonavitta y Jimena de Garay (2011) concluye que los medios masivos de comunicación, entre ellos la televisión, muestran representaciones sobre las mujeres que son producto del androcentrismo y el patriarcalismo dominante, y se convierten en reproductoras de la violencia contra ellas. También, es importante el trabajo de Raquel Ramírez (2012) sobre los estereotipos de las mujeres cuyas vidas giran en torno al amor, elemento importante para darle significado a sus vidas, el cual se encuentra íntimamente ligado a una expresión de violencia hacia ellas mismas.

Estas imágenes femeninas mostradas por las telenovelas generan lo que INMUJERES (2005) y Bustos (1989b, 1992) enfatizan como modelos de conducta, ofreciendo elementos simbólicos mediante los cuales las mujeres como televidentes construyen su percepción del mundo. Y de esta forma, llegan a conformar su identidad (Arenas, 2009), su identidad femenina.

Particularmente, los estereotipos tradicionales al no generar conflicto en las mujeres son asimilados como conductas naturales y, por tanto, hacedoras de la violencia. Por lo que estos melodramas son co-responsables en la socialización de la violencia, la cual como afirma contundentemente Vega (2005), sólo es representada en el discurso televisivo con el afán de reproducirla y no de identificar sus tipos, causas y formas de erradicarla.

III. Las investigaciones que muestran a los medios de comunicación y las telenovelas como narraciones imprescindibles para el análisis de los estereotipos femeninos y que proporcionan elementos para identificarlos como tradicionales y no tradicionales, fueron muy importantes como punto de partida y referentes para la elaboración de las categorías de análisis empleadas en esta tesis y los resultados obtenidos confirman y

aportan nuevos elementos sobre las clasificaciones y descripciones realizadas. Entre estos estudios puede citarse el trabajo de Heloisa Buarque (2007) quien identifica no sólo un tipo de estereotipo, sino más bien una combinación de los estereotipos tradicionales (la buena ama de casa, madre y esposa) con los modernos (mujer trabajadora, independiente, sensual); lo mismo se observa en la investigación de Paulina González (2013) y Guido Arenas (2009) al describir la presencia de imágenes de género no sólo de mujeres sino también de hombres, y proponen una clasificación para identificar estereotipos tradicionales, no tradicionales y particularidades de las imágenes femeninas (la mujer Amazonas, la mujer fraternal) y masculinas (niño grande y el nuevo hombre o nueva masculinidad).

Asimismo, los trabajos de Olga Bustos (2003c, 1988b, 1985) proporcionaron valiosos aportes a los estereotipos de género (femeninos y masculinos) mostrados por la televisión. Fue retomada su clasificación para la descripción de los estereotipos tradicionales, donde pudiéramos repensarlos como una mezcla de ambos (tradicionales y no tradicionales), al concebir que las mujeres también son personas que laboran y reciben un salario.

En el contexto colombiano, Laura Benítez (2010) identificó estereotipos tradicionales en el análisis de dos telenovelas, sin embargo, a diferencia de lo que se realizó en esta investigación, no aborda los estereotipos no tradicionales, a pesar de que su indagación podría proporcionar evidencias de cómo se encuentra representada, en términos actuales, la femineidad.

El análisis elaborado en esta tesis muestra estereotipos femeninos tradicionales y no tradicionales claramente distinguidos, y al mismo tiempo, se observa la contradicción en la identidad de las protagonistas y antagonistas, lo cual permite la identificación de una tercera categoría de

estereotipos, los de transición, categoría que representa uno de los aportes de esta tesis.

Asimismo, el análisis de las telenovelas analizadas identificó estereotipos tradicionales, no tradicionales y en transición, siendo caracterizados todos ellos como de sexo, sexuales, de roles sexuales y compuestos. Será importante continuar con el estudio de los estereotipos en ánimo de seguir indagándolos a fin de poder caracterizar a alguno de ellos como compuestos (estos se refieren a cuando el género se intersecta con otros rasgos de personalidad como edad, raza, tenia, orientación sexual, clase, estatus...) ya que en este análisis no fue posible identificar alguno.

IV. En ambas telenovelas analizadas fue interesante descubrir que aun cuando fueron pensadas con temas transformadores y con protagonistas mujeres de características no tradicionales, difieren entre sí respecto al número y caracterización de los estereotipos femeninos mostrados tras la pantalla. Las dos, pretendieron mostrar a una “nueva mujer” que no se calla, que no se deja y que no se rinde; siendo capaz de enaltecer su empoderamiento, sobre todo en el ámbito político. Verónica Velasco, Natasha Ybarra-Klor y Epigmenio Ibarra al realizar la producción de *Ingobernable* pensaron:

que si hubiesen más mujeres ingobernables, mejor sería el mundo. Lo hicimos en estos tiempos de oscuridad y de odio, para enaltecer, fortalecer y apoyar la lucha de las mujeres, que no se callan, que no se dejan, que no se rinden. Y también para hablar de la descomposición del poder, una realidad que desgraciadamente es universal” (Produ, 2017).

Esta primera telenovela analizada garantizaba reflejar nuevos estereotipos y dejar atrás los tradicionales, lo cual no ocurrió. A diferencia

de *La Candidata*, ofreció un análisis menos extenso en descripción (esta aseveración pudo observarse al obtener menos cuartillas de análisis): se hicieron presentes estereotipos no tradicionales como el de la mujer asertiva, la que dice groserías, que no permite que la violenten, capaz de solicitar el divorcio, desempeñarse en un cargo público como el CENAPAZ... no obstante, también se encontraron los de transición, tal es el ejemplo de cuando Emilia antepone sus hijos para toda decisión personal (a lo largo de los cinco capítulos, se hizo presente en cuatro ocasiones este estereotipo). Debido a las características propias de la telenovela y de los personajes, los estereotipos presentados desde un principio tanto para la protagonista como la antagonista, son repetitivos a lo largo de los cinco capítulos analizados.

En cambio, Giselle González quien produjo *La Candidata*, asegura haber elegido protagonistas femeninas para enaltecer a la mujer, contar otra historia (por ejemplo, el tema de la política) y al mismo tiempo, convertirlas en ejemplo a seguir para las televidentes:

Lamentablemente vivimos en una sociedad machista, sí, somos objetos y no es verdad que tengamos igualdad, las cosas nos cuestan el doble, quizás por eso y por mi historia, tener la oportunidad de estar en este medio y contar historias que están dirigidas a mujeres, lo he visto como una manera de poder transmitir estos mensajes (Cantú, 2017).

El análisis de esta telenovela fue mucho más extenso y rico en elementos que posibilitaron la identificación de estereotipos tradicionales (asociar el cuidado de los hijos a la figura femenina, preocupación por el cuidado del cuerpo), no tradicionales (la mujer asertiva, que trabaja, que se droga) y en transición (Cecilia, una mujer independiente, sensual e inteligente percibiéndose a sí misma como “moneda de cambio” en sus

encuentros sexuales). Cada capítulo ofreció diversidad de ellos, en donde pocas veces se repitió alguno.

*Ingovernable* y *La Candidata* evidenciaron dos realidades, el día a día de las mujeres mexicanas combinando hechos del contexto político nacional y, aquellos momentos, actividades, conductas, actitudes... todavía no ocurridos. Dos ejemplos son cuando en la primera telenovela, se muestra el esclarecimiento de la muerte del presidente y la lucha constante de la protagonista por la justicia, situaciones que en el México actual, cargado de injusticias, corrupción, impunidad y asesinatos, no han acontecido y siguen siendo una utopía. La segunda telenovela, coloca como alcanzable la posibilidad de que Regina Bárcenas, llegue a ser presidenta de México, lo cual tampoco ha acontecido en nuestro país, ya que de forma constante es observada la inequidad entre hombres y mujeres. Sin embargo, el que se estén mostrando realidades incompatibles con la cotidianidad de las mujeres destaca aspectos y temáticas que anteriormente en la historia de las telenovelas no se habían tratado y hacerlo en estos tiempos contemporáneos, plantea la posibilidad de construir escenarios futuros hacia donde se puedan implementar cambios para que de esta manera los estereotipos tradicionales se transformen.

V. En cuanto al carácter socializador de la televisión, es un aspecto inevitable en el proceso de socialización y, como afirma Domínguez (2012) no debe obviarse. Calderón (2017) refiere que en la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, de 2016 el 93.1% de los hogares en México, tiene al menos un televisor y todavía, como lo aseveran Animal Político (2013), Bustos (2011a, 2001, 1998, 1995, 1989b) y Vega (2006) sigue siendo una de las tecnologías a las que más accede la población mexicana. Su alta recurrencia se debe a las funciones específicas que se le atribuyen: de

relajamiento, entretenimiento y de información (Sartori, 1997). También se le adjudica llegar a formar parte de la vida diaria de las personas (Martin, 1984; Díaz, Rosas y Vázquez, 1995).

Por consiguiente, la televisión se vuelve la socializadora de hombres, niñas, niños, jóvenes y mujeres. Este último grupo tal y como lo argumentan Díaz, Rosas y Vázquez (1995) y Vega (2007, 2005), es el más vinculado al medio, particularmente las amas de casa. De entre todas las programaciones, son ellas quienes más observan telenovelas (Gómez, Tejera y Aguilar, 2017), ya que las historias que se entretajan, según Cueva (1998), las atrapan en los tormentos, deseos y arrebatos suscitados en su vida diaria.

Así, como socializadora de la cotidianeidad (Bustos, 2003a, 2003b, 1994, 1989a), la televisión a través de las telenovelas (Bustos, 1993a, 1993b, 1992, 1989a) muestra imágenes de mujeres actuando en determinados roles, conductas y en particulares cualidades, habilidades y personalidad. Estableciendo así, estereotipos tras la pantalla, o sea, como lo enuncia Cook y Cusack (2010), generalizaciones sobre los atributos o características que las mujeres deben poseer.

Además, la televisión al ser un medio de comunicación manejado por hombres (Vega 2014a) se vuelve la reproductora de los hechos sociales descritos desde esa mirada. Reproduciendo, perpetuando y legitimando las condiciones materiales e ideológicas (Bustos, 2003b, 1993a 1989b) de un sistema androcéntrico y patriarcal dominante (Bonavitta y Garay de, 2011), el cual establece el deber ser de las mujeres, lo que en palabras de Basaglia (1983) se denomina restricción del espacio en cuanto a roles y obligaciones. En las dos telenovelas seleccionadas fue muy frecuente encontrar estereotipos ligados a lo físico (características físicas a resaltar los atributos de la mujer), sexual (sensuales, atractivas, bellas), roles (cuidadoras de los hijos, sacrificadas).

VI. La socialización de los estereotipos femeninos generada en y por la televisión mediante las telenovelas puede ser discutida en dos aspectos: referida a los propios personajes (protagonistas y antagonistas tras la pantalla) y a las propias mujeres como televidentes. En el primer caso, el análisis de los cinco capítulos de cada telenovela evidenció lo que López (2011, 2007 y 2005) reafirma como aquella construcción cultural que asigna normas ideales de comportamiento sexuado (femineidad) a las protagonistas y antagonistas de estos melodramas. La mencionada femineidad en ellas es asumida mediante lo que Lamas (2002) denomina el proceso de adquisición de género, el cual llega a mostrarse limitadamente: en el caso de Emilia Urquiza y Ana Vargas-West no hay elementos para identificar la forma de cómo acontece su socialización; lo que ocurre con Regina, se sabe que su madre queda descartada como una instancia de adquisición de género; en Cecilia, el estereotipo de considerarse a sí misma un objeto sexual, fue aprendido de ambos padres.

La relación madre-hija de Isela y Cecilia toma una caracterización específica en la identidad femenina de esta última. Basaglia (1983) denomina este vínculo como la niña sin madre, siendo la propia madre biológica la socializadora. Es la madre también, la que contribuyó a su empequeñecimiento como mujer y a reprimir todo aquello que se aleje de lo sexual-familiar (Basaglia, 1983). La historia de vida de su madre como prostituta constituye una experiencia natural para su hija y que al socializarla a su hija, la alienta a continuarla, en caso contrario, mostraría su fracaso como madre progenitora.

VII. Identificar estos tres tipos de estereotipos femeninos (tradicionales, no tradicionales y en transición) en la televisión mexicana contemporánea, resulta de importancia en Trabajo Social por varios motivos. Uno de ellos, es reiterar que las imágenes femeninas tradicionales todavía se encuentran presentes en las telenovelas

mexicanas; las no tradicionales, están siendo mostradas como espacios utópicos donde podrían suscitarse cambios futuros; en tanto las de transición por sí mismas, se encuentran generando conflictos en las mujeres que actúan y están detrás de las pantallas. Encontramos entre lo tradicional y lo no tradicional, estar inmiscuidas en un sincretismo de género es una característica de las mujeres contemporáneas, lo cual es un proceso que como afirma Lagarde (2001) requiere de todo un arte para ir resolviendo las contradicciones y antagonismos. Aquí el/la profesionalista en Trabajo Social habrá de identificarlas, estar atento/a y contar con paciencia para poder comprender y facilitar dicha transición.

Otro motivo de suma fuerza para el/la Trabajador Social es la dimensión que le proporciona identidad a la disciplina, es decir, la intervención. Mirar, desde donde lo hizo esta tesis, es contemplar otra posibilidad de acción profesional en una problemática de salud pública como es la violencia de género. Haber descrito los estereotipos femeninos significó ser un marco teórico explicativo, indispensable de todo modelo de intervención. Dice Viscarret (s.f.) que el modelo sirve para traducir las situaciones a las que se enfrenta el Trabajo Social a un lenguaje lógico que le permite comprender y explicar lo que ocurre, qué es lo que está pasando y evaluar las hipótesis comprobando su funcionamiento en la realidad. El modelo tiene por lo tanto incrustada la teoría o teorías de las que se sirve para dicha comprensión y predicción de la realidad. Pero también tiene una parte práctica. Por lo tanto, un modelo de intervención permite identificar problemas y planear estrategias para su atención.

### *Líneas pendientes por explorar*

VIII. Una línea de investigación que se puede desprender de esta tesis y que quedaría pendiente por indagar en un momento posterior es el desarrollo del concepto *to género*. Dicho término puede proporcionar la posibilidad de agrupar todos los análisis desarrollados hasta este momento, desde los nacionales hasta los internacionales. Es decir, se identificarían las asignaciones de género (de femineidad y masculinidad) mostrados por distintas programaciones televisivas, que pueda ir desde telenovelas, noticieros, talk show, películas, deportes, caricaturas, programas de revista, entre otros, para ser albergados en una categoría que conceptualmente señale aquellas construcciones asignadas a hombres y mujeres, las cuales siguen siendo mostradas y reproducidas por la televisión, una instancia de socialización de mucho impacto en la actualidad.

Finalmente, cabe mencionar que el desarrollo de esta tesis constituye un punto de partida para elaborar propuestas que contribuyan a eliminar imágenes y representaciones de las mujeres tradicionales, mismas que reproducen la violencia y, por tanto, relaciones de poder desiguales entre mujeres y hombres.

## REFERENCIAS

- Acosta, Mariclaire (1971). *Efectos de la comunicación masiva en el proceso de la socialización política de los niños mexicanos*. México: Centro de Estudios Educativos.
- Alonso, R. Ruy (2016). *9 datos sobre el consumo de TV en México*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/9-datos-sobre-el-consumo-de-TV-en-Mexico-20160811-0092.html>
- Amigo, Bernardo, Bravo, María y Osorio, Francisco (2014). Telenovela, recepción y debate social. *Cuadernos.info* 35.
- Andrés, D. Paloma (2004). Violencia contra las mujeres, violencia de género. En Pilar Blanco, y Consue Ruíz-Jarabo (Coords.), *La violencia contra las mujeres: Prevención y detección, cómo promover desde los servicios sanitarios relaciones autónomas, solidarias y gozosas* (pp. 17-38). España: Díaz de Santos.
- Andréu, A. Javier (s.f.). *Las técnicas de análisis de contenido. Una revisión actualizada*. Recuperado de <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>
- Animal político (22 de abril de 2013). *Los mexicanos y la televisión*. Recuperado de <http://www.animalpolitico.com/>
- Araiza, D. Alejandra (2000). *Género, socialización y telenovelas: percepciones de diferentes audiencias* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.

- Arenas, Guido (2009). *Caracterización de estereotipos de género en telenovelas chilenas: el caso de canal 13 y TVN. Estudio de análisis de contenido de pantalla*. Chile: Departamento de Estudios-Consejo Nacional de Televisión.
- Arenas, J. Marcela (2003). *La representación de las mujeres universitarias en una muestra de telenovelas* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Ayres de la Barrera, Melina (2009). Telenovela, entretener y educar. *Cuadernos del CLAEH*, 98(32). Recuperado de <http://publicaciones.claeh.edu.uy/index.php/cclae/article/view/10>
- Bardin, Laurence (1996). *El análisis de contenido*. Madrid: Akal.
- Bartra, Eli (2012). Acerca de la investigación y la metodología feminista. En Noma Blazquez, Fátima Flores y Maribel Ríos (coords.), *Investigación Feminista. Epistemología, Metodología y Representaciones Sociales* (pp. 67-77). México: UNAM, CEIICH, CRIM, FP, UNAM.
- Basaglia, Franca (1983). *Mujer, locura y sociedad*. México: Universidad Autónoma de Puebla.
- Benítez, V. Laura (2010). *La representación de las mujeres en la telenovela colombiana* (Trabajo de grado para optar al título de Comunicadora Social con énfasis en Comunicación Política). Universidad Eafit, Escuela de Ciencias y Humanidades. Recuperado de [https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/2801/BenitezVargas\\_LauraMaria\\_2010.pdf?sequence=1](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/2801/BenitezVargas_LauraMaria_2010.pdf?sequence=1)
- Berman, Sabina (2017). Destinos a conocerse [Episodio de serie documental]. En Richard Devinki y Oscar Guerrero (Productores), *Cuando conocí al Chapo*. E.U.A., México: Netflix, Univisión.
- Blazquez, G. Norma (2004). *Aportaciones de las mujeres a la ciencia: el conocimiento de las brujas* (Tesis de doctorado). México: UNAM.

- Blazquez, G. Norma (2008). *El Retorno de las Brujas. Incorporación, aportaciones y críticas de las mujeres a la ciencia*. México: UNAM, CEIICH.
- Blazquez, G. Norma (2012). Epistemología feminista: temas centrales. En Noma Blazquez, Fátima Flores y Maribel Ríos (coords.), *Investigación Feminista. Epistemología, Metodología y Representaciones Sociales* (pp. 21-38). México: UNAM, CEIICH, CRIM, FP, UNAM.
- Blazquez, Norma, Flores, Fátima y Ríos, Maribel (Coords.) (2012). *Investigación Feminista. Epistemología, Metodología y Representaciones Sociales*. México: UNAM, CEIICH, CRIM, FP, UNAM.
- Blazquez, G. Norma y Castañeda, S. Martha (Coords.) (2016). *Lecturas críticas en investigación feminista*. México: UNAM, Red Mexciteg CONACYT, CEIICH y PPEL.
- Bonavitta, Paola y Garay de, H. Jimena (enero-junio, 2011). De estereotipos, violencia y sexismo: la construcción de las mujeres en los medios mexicanos y argentinos. *Anagramas*, 18(9). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=491549021001>
- Bonfil, B. Guillermo (1988). *La teoría del control cultural en el estudio de procesos étnicos*. *Anuario Antropológico*/86. Recuperado de <http://www.ciesas.edu.mx/publicaciones/clasicos/articulos/Teoria delControl.pdf>
- Bosch, Esperanza, Ferrer, Victoria y Alzamora, Aina (2006). *El laberinto patriarcal*. Barcelona: Anthropos.
- Bosch, Esperanza, Ferrer, Victoria, Ferreiro, Virginia y Navarro Capilla (2013). *La violencia contra las mujeres: El amor como cortada*. Barcelona: Anthropos.
- Bourdieu, Pierre (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.

- Buarque de Almeida, Heloisia (junio-abril, 2007). Consumidoras e heroínas: gênero na telenovela. *Estudios feministas*, 15(1). Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/ref/v15n1/a11v15n1.pdf>
- Burin, Mabel (1987). *Estudios sobre la subjetividad femenina. Mujeres y salud mental*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.
- Burin, Mabel e Irene Meler (2006). *Género y familia. Poder, amor y sexualidad en la construcción de la subjetividad*. Buenos Aires: Paidós.
- Bustos, R. Olga (febrero, 1985). *Roles y estereotipos femeninos en los medios masivos de comunicación*. Ponencia presentada en el Foro Nacional sobre "La condición de la mujer joven", México: CREA.
- \_\_\_\_\_ (1988a). *Autopercepción de los mensajes y roles femeninos proyectados por la televisión*. Ponencia presentada en el Centro de Estudios de la Mujer, México, Ciudad Universitaria.
- \_\_\_\_\_ (febrero, 1988b). *Medios masivos de comunicación, estereotipos y roles de género femeninos*. Nueva época, 25 (111).
- \_\_\_\_\_ (1989a). Impacto y percepción en adolescentes (de ambos sexos) y madres de familia, de los mensajes e imágenes proyectados en telenovelas. En Patricia Bedolla, Olga Bustos, Fátima Flores y Blanca García (comps.). *Estudios de género y feminismo I*, México: UNAM.
- \_\_\_\_\_ (1989b). Socialización, papeles (roles) de género e imagen de la mujer en los medios masivos: ¿quiénes perciben los estereotipos difundidos? En Vania Salles, Elsie McPhail (comps.), *La investigación sobre la mujer: informes en sus primeras versiones*. México: El Colegio de México, PIEM.
- \_\_\_\_\_ (1992). Visiones y percepciones de mujeres y hombres como receptoras(es) de telenovelas. En María Tarrés (comp.), *La voluntad de ser: mujeres en los noventa*. México: El Colegio de México.

- \_\_\_\_\_ (diciembre, 1993a). *Género, generación y clase en los modos de ver las telenovelas mexicanas*. Ponencia presentada en el Coloquio de Investigación y de Estudios de género de la Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad Universitaria.
- \_\_\_\_\_ (diciembre, 1993b). Mujeres y telenovelas: audiencia cautiva: ¿sumisa o crítica? *Fem*, 130(17), 20-21.
- \_\_\_\_\_ (1994). La formación del género: el impacto de la socialización a través de la educación. En Olga Bustos (coords.), *Antología de la sexualidad humana* (pp. 267-299), tomo I. México: Consejo Nacional de Población.
- \_\_\_\_\_ (1995). *Percepción de niñas y niños sobre la televisión infantil*. Géneros, 6(2). Recuperado de <http://revistasacademicas.ucol.mx/index.php/generos/article/view/880/pdf>
- \_\_\_\_\_ (1998). *Ni tan fuertes ni tan frágiles: resultado de un estudio sobre estereotipos y sexismo en mensajes publicitarios de televisión y la educación a distancia*. México: Secretaría de Gobernación, UNICEF, PRONAB.
- \_\_\_\_\_ (2001). *¿Hacen daño las caricaturas?* Recuperado de <http://www.oocities.org/vicm3.geo/etc3a.htm>
- \_\_\_\_\_ (2003a). *Construyendo la equidad de género en la escuela primaria*. México: SEP.
- \_\_\_\_\_ (2003b). Género y socialización: familia, escuela y medios de comunicación. En Olga Bustos, *Construyendo la equidad de género en la escuela primaria* (pp. 73-78). Recuperado de [http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos\\_download/100601.pdf](http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100601.pdf)
- \_\_\_\_\_ (junio, 2003c). Imagen corporal, mujeres y medios de comunicación. *Equidad*, Instituto Colimense de las mujeres, 3(2).

- \_\_\_\_\_ (mayo-agosto, 2011a). Los medios y la construcción de género: factor de riesgo para trastornos alimentarios como anorexia y bulimia. *Derecho a comunicar*, núm. 2. Recuperado de [http://www.derechoacomunicar.amedi.org.mx/pdf/num2/5-olga\\_bustos.pdf](http://www.derechoacomunicar.amedi.org.mx/pdf/num2/5-olga_bustos.pdf)
- \_\_\_\_\_ (2011b). *Sexismo en el lenguaje. Claves para erradicarlo en los medios y en las instituciones*. México: UNAM.
- Cabello, Patricio y Ortega, Carolina (2007). Relaciones de género en los dibujos animados de la TV Chilena. *Cuadernos.Info*, (21). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2689603.pdf>
- Cabral, Blanca y García, Carmen (2001). Deshaciendo el nudo del género y la violencia. *Otras miradas*, 1(1). Recuperado de <http://www.saber.ule.ve/db/ssaber/Edocs/grupos/gigsex/otrasmiradas/rev11/articulo1-6.htm>
- Calderón, Alejandra (2017). *Aumenta el uso de internet, Smarthphones y tv digital en hogares mexicanos: INEGI*. Recuperado de <https://comunicacion.uaa.mx/revista/index.php/2017/03/16/aumenta-el-uso-de-internet-smartphones-y-tv-digital-en-hogares-mexicanos-inegi/>
- Calvillo, Erick (2017). *El Buen Fin 2017. Y la experiencia de los consumidores*. Recuperado de <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/consumer-business/2017/El-Buen-Fin-2017.pdf>
- Camarena, A. Ushuaia de los Ángeles (2012). *El uso de las nuevas tecnologías de comunicación: Internet en el medio rural, el caso de Santa Cruz de Gamboa, Guanajuato, 2009-2011* (Tesis de maestría). México: UNAM.

- Cantera, Leonor y Blanch, Josep (2010). Percepción social de la violencia en la pareja desde los estereotipos de género. *Intervención Psicosocial*, 19(2), 121-127.
- Canto, O. Jesús (2006). *Psicología de los grupos. Estructura y procesos*. Archidona, Málaga: Aljibe.
- Cantú, María (2017). "La Candidata" fue una historia diferente: Giselle González. Recuperado de [http://www.milenio.com/hey/television/la\\_candidata-telenovela-una\\_historia\\_diferente-giselle\\_gonzalez-politica-tv-milenio\\_0\\_901709828.html](http://www.milenio.com/hey/television/la_candidata-telenovela-una_historia_diferente-giselle_gonzalez-politica-tv-milenio_0_901709828.html)
- Carmona, V. Sandra (enero-junio, 2012). La importancia del contenido en el mensaje. Perspectiva de género en los medios de comunicación. *Cofactor*, 111(5). Recuperado de [http://cofactor.edomex.gob.mx/sites/cofactor.edomex.gob.mx/files/files/cofactor%205/cofactor\\_5\\_pdf\\_\\_art\\_3.pdf](http://cofactor.edomex.gob.mx/sites/cofactor.edomex.gob.mx/files/files/cofactor%205/cofactor_5_pdf__art_3.pdf)
- Castañeda, S. Martha (2014). Investigación feminista: caracterización y prospectiva. En Edgar Montiel (ed. y coord.), *Pensar un mundo durable para todos* (151-164). Recuperado de [http://www.cecies.org/imagenes/edicion\\_595.pdf](http://www.cecies.org/imagenes/edicion_595.pdf)
- Castañeda, S. Martha y Valero, A. Verónica (2016). Epistemología y metodología feminista: debates teóricos. En María Elena Jarquín (coord.), *El campo teórico feminista. Aportes epistemológicos y metodológicos* (79-111). México: UNAM, CEIICH.
- Cayeros, L. Laura, Figueroa, V. Rocío, Navarro, H. Refugio y Arreola, A. Xóchitl (s.f.). *Pautas de violencia de género observadas en las telenovelas mexicanas: construyendo la indefensión de las mujeres*. Tepic, Nayarit: Universidad de Nayarit. Recuperada de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013b/1338/telenovelas-mexicanas.html>

- Chávez, C. Julia (2006). *Género y Trabajo Social*. México: UNAM, ENTS.
- Chávez, C. Julia (2014). Modelos de intervención en la acción del Trabajo Social. En Martín Castro y Julia Chávez (coords.), *Epistemología y Trabajo Social*, tomo II (pp. 75-86). México: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Chávez, C. Julia (2015). Investigación con perspectiva de género. En Julia Chávez (coord.), *Perspectiva de género: una mirada de universitarias* (pp. 101-117). México: UNAM, ENTS.
- Contreras, N. Valeria (2012). *Adaptaciones de telenovelas cómicas entre los años 2006-2009: ¿Fórmula perfecta o falta de creatividad en México?* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Cook, J. Rebecca y Cusack, Simone (2010). *Estereotipos de género. Perspectivas legales transnacionales*. Recuperado de [https://www.law.utoronto.ca/utfl\\_file/count/documents/reprohealth/estereotipos-de-genero.pdf](https://www.law.utoronto.ca/utfl_file/count/documents/reprohealth/estereotipos-de-genero.pdf)
- Corona, Sarah (1989). El niño y la televisión. Una relación de doble apropiación (el caso de los superamigos). En Enrique Sánchez (comp.), *Teleadicción infantil: ¿mito o realidad?* México: Universidad de Guadalajara.
- Corres, A. Patricia (2012). Femenino y masculino: Modalidades de ser. En Norma Blazquez, Fátima Flores y Maribel Ríos (coords), *Investigación feminista: epistemología, metodología y representaciones sociales* (pp. 111- 137). México: UNAM, CEIICH.
- Cremoux, Raúl (1968). *La televisión y el alumno de secundaria en el Distrito Federal*. México: Centro de Estudios Educativos (CEE).
- Cueva, Álvaro (1998). *Lágrimas de cocodrilo: historia mínima de las telenovelas en México*. México: Tres Lunas.
- Cueva, Álvaro (2015). *¿Qué está pasando con las telenovelas en México?* Recuperado de

- [http://www.milenio.com/firmas/alvaro\\_cueva\\_elpozodelosdeseos\\_reprimidos/pasando-telenovelas-Mexico\\_18\\_600719967.html](http://www.milenio.com/firmas/alvaro_cueva_elpozodelosdeseos_reprimidos/pasando-telenovelas-Mexico_18_600719967.html)
- Díaz, A. Miguel, Rosas, M. Ana y Vázquez, M. Verónica (primavera, 1995). Telenovelas: la ficción que se llama realidad. *Política y cultura*, núm. 4. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/267/26700412/>
- Díaz, M. Capitolina y Dema, M. Sandra (Eds.) (2013). Metodología no sexista en la investigación y producción del conocimiento. En Capitolina Díaz y Sandra Dema, *Sociología y género* (pp. 65-86). España: Tecnos.
- Diccionario del Español de México (DEM) <http://dem.colmex.mx>, El Colegio de México, A.C., [06 de junio del 2017].
- Domínguez, G. Emelia (2012). *Medios de comunicación masiva*. México: Red Tercer Milenio. Recuperado de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios\\_de\\_comunicacion\\_masiva.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios_de_comunicacion_masiva.pdf)
- Dondis, Dona (1985). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Duque, G. Catalina (2012). *Televisión y violencia: Análisis de las formas de violencia en la adaptación para televisión de la novela colombiana "Sin tetas no hay paraíso"* (Trabajo de integración final). Universidad de Palermo, Palermo, Sicilia. Recuperada de <https://dspace.palermo.edu:8443/bitstream/handle/10226/1221/Duque%20Giraldo%2cCatalina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Durin, Séverine y Vázquez, Natalia (enero-junio, 2013). Heroínas-sirvientas. Análisis de las representaciones de trabajadoras domésticas en telenovelas mexicanas. *Trayectorias*, 36(15). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60727448002>.

- Echeburúa, Enrique (2007). Violencia intrafamiliar contra la mujer. En José Sabucedo (ed.), *Los escenarios de la violencia* (pp. 19-28). Barcelona: Ariel.
- El Economista (08 de octubre de 2011). *Mexicanos ven hoy más TV que hace 10 años*. Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2011/10/08/mexicanos-ven-hoy-mas-tv-que-hace-10-anos>
- Escuela Nacional de Trabajo Social (2009). ¿Qué es el Trabajo Social? Recuperado de [www.trabajosocial.unam.mx/queestsocial.html](http://www.trabajosocial.unam.mx/queestsocial.html)
- Espinar, Eva (septiembre, 2009). Infancia y socialización. Estereotipos de género. *Padres y Maestros*, núm. 326. Recuperado de <https://revistas.upcomillas.es/index.php/padresymaestros/article/viewFile/1319/1126>
- Esteinou, Javier (1983). *Los medios de comunicación y la construcción de hegemonía*. México: CEESTEM, Nueva Imagen.
- Expósito, Francisca y Moya, Miguel (Coords.) (2005). *Aplicando la psicología social*. Madrid: Pirámide.
- Ezzatti, S. Graciela (2009). La imagen social de la femineidad y masculinidad en la enseñanza secundaria en Chile. *Educación en Revista*, núm 35. Recuperado de [www.redalyc.org/articulo.oa?id=155013366008](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=155013366008)
- Fernández, Carlos, Baptista, Pilar y Elkes, Déborah (1986). *La televisión y el niño*. México: Oasis.
- Ferreira, A. Claudia (1998). *Telenovelas históricas* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Figueroa, D. Marielena (otoño, 2006). Políticas culturales para el desarrollo en un contexto mundializado. *Política y Cultura*, núm. 26. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26702608>

- Flores, R. Ana (2005). *La socialización vista desde la perspectiva de Vygotsky: propuesta de un taller de socialización para maestros de educación básica* (Tesis de licenciatura). México: UPN.
- García, H. Gloria (2007). Psicología social y género. En Miguel Aguilar y Anne Reid, *Tratado de psicología social. Perspectivas socioculturales*. México: Anthropos, UAM, Unidad Iztapalapa.
- Giraldo, Isis (enero-junio, 2015). Machos y mujeres de armas tomar. Patriarcado y subjetividad femenina en la narco-telenovela colombiana contemporánea. *La manzana de la discordia*, 10(1). Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/277569798\\_Machos\\_y\\_mujeres\\_de\\_armas\\_tomar\\_Patriarcado\\_y\\_subjetividad\\_femenina\\_en\\_la\\_narco-telenovela\\_colombiana\\_contemporanea](https://www.researchgate.net/publication/277569798_Machos_y_mujeres_de_armas_tomar_Patriarcado_y_subjetividad_femenina_en_la_narco-telenovela_colombiana_contemporanea)
- Gómez, R. Natalia (2008). *El discurso social en el análisis de la telenovela "Pura sangre" y los estereotipos de poder femenino*. Pereira: Universidad Católica Popular de Risaralda. Recuperada de <http://repositorio.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/10785/3700/1/CDMCSP108.pdf>
- Gómez, T. Silvia, Tejera, G. Héctor y Aguilar, L. Jesús (2017). *Informe de la encuesta nacional de cultura política de los jóvenes 2012*. México: COLMEX.
- González, Jorge (1988). La cofradía de las emociones (in) terminables (Parte primera). Construir las telenovelas mexicanas. *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*, 2(5). Colima: Universidad de Colima. Recuperado de [http://bvirtual.ucol.mx/descargables/97\\_la\\_cofradia\\_de\\_las\\_emociones.pdf](http://bvirtual.ucol.mx/descargables/97_la_cofradia_de_las_emociones.pdf)
- González, R. Paulina (2013). *Las Aparicio ¿ruptura de estereotipos femeninos en la telenovela mexicana?* (Disertación de Grado de Licenciatura)

- Quito, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.  
Recuperada de  
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8271/T-PUCE-6026.pdf?sequence=1>
- Gutiérrez, C. Roxana (1994). *Telenovelas y eventos de hadas* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Hastenpflug, W. Laura (2012). Aquela mulher sou eu? A telenovela brasileira na construção das identidades na velhice. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, núm. 118. Recuperado de <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/183/194>
- Hernández, M. Minerva (1995). *Las telenovelas y las formas de vida* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Hernández, V. María (1996). *La evolución temática de las telenovelas (1958-1995)* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Huici, Carmen (1999). Estereotipos. En Francisco Morales (coord.), *Psicología social*. Madrid: McGraw-Hill.
- Ibarra, Epigmenio (2017). Destinos a conocerse [Episodio de serie documental]. En Richard Devinki y Oscar Guerrero (Productores), *Cuando conocí al Chapo*. E.U.A., México: Netflix, Univisión.
- Iglesias, Norma (1986). *La recepción crítica. Las posibilidades de acción en México. En Propuestas para asociaciones de televidentes*. María Rebeil (coord.). México: AMIX/UIA.
- Instituto Mexicano de la Juventud e Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Historia (2007). *Encuesta Nacional sobre Violencia en el Noviazgo (ENVINOV 2007)*. México. Recuperada de [https://www2.sep.dif.gob.mx/proesa/archivos/proyectos/secundaria/mejor\\_me\\_cuido/enc\\_violencia\\_en\\_elnoviazgo\\_2007.pdf](https://www2.sep.dif.gob.mx/proesa/archivos/proyectos/secundaria/mejor_me_cuido/enc_violencia_en_elnoviazgo_2007.pdf)

- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Historia (2008). *Panorama de violencia contra las mujeres ENDIREH 2016*. México. Recuperado de [http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos\\_download/100938.pdf](http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100938.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Historia (2016). *Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (ENDIREH 2016)*. México. Recuperada de [http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/promo/endireh2016\\_guia\\_autocuidado.pdf](http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/promo/endireh2016_guia_autocuidado.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Historia, Instituto Nacional de las Mujeres y El Fondo de las Naciones Unidas para el Desarrollo de la Mujer (ENDIREH 2003). *Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (2003)*. México. Recuperada de [http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos\\_download/100492.pdf](http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100492.pdf)
- Instituto Nacional de las Mujeres (octubre 2005). *Las mujeres y los medios de comunicación*. Recuperado de [http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos\\_download/100893.pdf](http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100893.pdf)
- Instituto Nacional de las Mujeres (octubre, 2007). *El impacto de los estereotipos y los roles de género en México*. Recuperado de [http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos\\_download/100893.pdf](http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100893.pdf)
- Instituto Nacional de Salud Pública (2003). *Encuesta Nacional sobre Violencia contra las Mujeres (ENVIM 2003)*. México. Recuperada de [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/15071/ENVIM2003\\_V.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/15071/ENVIM2003_V.pdf)
- Jaramillo, T. Araceli (2013). *Análisis de los estereotipos en las telenovelas mexicanas* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Jarquín, María Elena (Coord.) (2016). *Los Desafíos del Feminismo*. México: UNAM, CEIICH.

- Kail, Robert. y Cavanaugh, John (2011). *Desarrollo humano. Una perspectiva del ciclo vital*. México: Cengage Learning.
- Kassim, Saul, Fein, Steven y Markus, Hasel (2010). *Psicología social*. México: Wadsworth Cengage Learning.
- Lagarde y de los Ríos, Marcela (2001). *Claves feministas para la negociación en el amor*. Managua: Puntos de Encuentro.
- \_\_\_\_\_ (2005). *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*. México: UNAM.
- \_\_\_\_\_ (2010). Violencia de género, ley general de acceso de las mujeres a una vida libre de violencia. En José Sanmartín (ed.), *Reflexiones sobre violencia* (pp. 59-91). México: Siglo XXI.
- \_\_\_\_\_ (2012). *El feminismo en mi vida. Hitos, claves y topías*. México: Gobierno del Distrito Federal, INMUJERES.
- Lamas, Marta (2002). La antropología feminista y la categoría género. En Marta Lamas (ed.), *Cuerpo: Diferencia sexual y género* (pp. 21-47). México: Taurus.
- Lataban, T. A. (1995). *Consumo de telenovelas por estudiantes de universidades privadas* (Tesis de licenciatura). México: Universidad de las Américas, Puebla.
- Llorente T. Paola (2003). *Evolución de la telenovela mexicana a lo largo de tres décadas (Análisis descriptivo de los contenidos de las telenovelas de Televisa)* (Tesis licenciatura). Puebla: Universidad de las Américas.
- López, H. Miriam (abril, 2005). *Antropología de género: Veta para la investigación*. Diario de Campo, vol. 75. Recuperado de [http://www.academia.edu/8237552/Antropología\\_de\\_género\\_veta\\_para\\_la\\_investigación](http://www.academia.edu/8237552/Antropología_de_género_veta_para_la_investigación)
- \_\_\_\_\_ (2007). Los teotipos en la construcción de la feminidad mexicana. En María Rodríguez-Shadow (ed.), *Las mujeres en*

*mesoamérica prehispánica*. México: Universidad del Estado de México. Recuperado de [http://issuu.com/mirlop/docs/1.\\_teotipos\\_\\_mujeres\\_mesoamerica\\_20/1?e=5865204/9228958](http://issuu.com/mirlop/docs/1._teotipos__mujeres_mesoamerica_20/1?e=5865204/9228958)

- \_\_\_\_\_ (2011). La perspectiva de género en arqueología. En Miriam López y María Rodríguez-Shadow (eds.), *Género y sexualidad en el México antiguo*. Puebla: Centro de Estudios de Antropología de la Mujer. Recuperado de [http://issuu.com/mirlop/docs/perspectiva\\_genero\\_arqueologia\\_genero\\_y\\_sexualidad/1?e=0](http://issuu.com/mirlop/docs/perspectiva_genero_arqueologia_genero_y_sexualidad/1?e=0)
- Machorro, R. Arlina (2003). *La sociedad mexicana en la mirada de Argos: sus telenovelas* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Martín, S. Manuel (1984). Las funciones sociales que cumplen los medios de comunicación de masas. Anàlisi, núm. 9. Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/analisi/article/viewFile/41276/88301>
- Martínez, R. Alejandra (2011). *Análisis de la construcción de la figura del narcotraficante en las telenovelas colombianas: El cartel de los sapos y Sin tetas no hay paraíso* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Mazziotti, Nora (1996). *La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina*. Buenos Aires: Paidós.
- Matud, A. María (2009). *Violencia de género*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume.
- Matus, S. Teresa (1999). *Propuestas contemporáneas en Trabajo Social. Hacia una intervención polifónica*. Buenos Aires: Espacio.
- McGoldrick, Monica y Gerson, Randy (2000). *Genogramas en la evaluación familiar*. España: Gedisa.
- Meza, E. Tania (2003). *Las adolescentes obesas en las telenovelas juveniles mexicanas. Estudio de caso* (Tesis de maestría). México: UNAM.

- Montoya, Alberto y Rebeil, María Antonieta (1983). *El impacto educativo de la televisión comercial en los estudiantes del Sistema Nacional de Telesecundaria*. México: UAM-X.
- Murillo, A. Lourdes (2010). *La televisión como consumo cultural en México: el caso de las telenovelas* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Olmos, Ariel (2004). *Cultura: el sentido del desarrollo*. México: CONACULTA, Instituto Mexiquense de Cultura.
- Organización Panamericana de la Salud para la Organización Mundial de la Salud (2002). *Informe mundial sobre la violencia y la Salud*. Washington, D.C.
- Orozco, Guillermo (1992). El niño como aprendiz y televidente en los estudios de recepción en los estudios de audiencia en México (1968-1990). *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, número 3 PROIICOM. MÉXICO: Universidad Iberoamericana.
- Orozco, Guillermo (julio-diciembre, 2006). La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia? *Nueva época*, núm. 6. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34600602>
- Orozco, G. Guillermo y González, H. David (2011). Cuatro décadas de analizar la recepción de medios en México. En Aimée Vega (coord.), *La comunicación en México. Una agenda de investigación*. México: UNAM, CEIICH: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- Ortega, María (2015). *Trabajo Social como Transdisciplina: hacia una teoría de la intervención*. Recuperado de <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/54/ortega.html>
- Ortíz, H. Citlali (2017). *El uso de lenguaje violento en las redes sociales por un grupo de jóvenes* (Tesis de maestría). México: UNAM.

- Ortíz, P. Virginia (2016). *Los jóvenes y el impacto de la adicción al celular en la comunicación familiar: efectos emocional, cognitivo, conductual y social* (Tesis de maestría). México: UNAM.
- Pardo, B. Yanet (2012). *El discurso y la estructura del cuento mágico maravilloso en el Siglo XXI en las telenovelas: Vuélveme a querer y Mañana es para siempre* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Produ (2017). *Epigmenio Ibarra de Argos: En Ingobernable mostramos la confrontación entre ideales y el poder*. Recuperado de <http://www1.produ.com/television/noticias/epigmenio-ibarra-de-argos-en-ingobernable-mostramos-la-confrontacion-entre-ideales-y-el>
- Raluy, P. Antonio. (Ed.) (2002). *Diccionario Porrúa de la Lengua Española* (47ª ed.). México: Porrúa.
- Ramírez, Pilar (septiembre-octubre, 2009). Espacios para mujeres. *Revista Mexicana de Comunicación*. Recuperado de <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/read-offline/502/espacios-para-mujeres.pdf>
- Ramírez, S. Raquel (2012a). *¿Una mujer entera no necesita media naranja? Representación del amor como mecanismo de opresión de las mujeres en la telenovela Las Aparicio* (Tesis de maestría). México: UNAM.
- Ramírez, S. Raquel (enero-junio, 2012b). Representación de las mujeres en la telenovela mexicana Las Aparicio. *¿Una mujer entera no necesita media naranja? Revista de investigación en Ciencias Sociales y Humanidades, Nueva Época*, 1(1). Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/38491/Pages%20from%20LIBRO%20ACTAS%20I%20CONGRESO%20COMUNICACIÓN%20Y%20GÉNERO11-12.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rebollo, María (2010). Perspectivas de género e interculturalidad en la educación para el desarrollo. En *Género en la educación para el*

- desarrollo. Abriendo la mirada a la interculturalidad, pueblos indígenas, soberanía alimentaria, educación para la paz* (pp. 11-32). Madrid: ACNUR, Las Segovias.
- Regalado, H. Alfonso (1998). *Los estereotipos de las telenovelas* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Rivera, R. Eloísa (2006). *Estereotipos del feminismo en el cine mexicano contemporáneo* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Rodríguez, P. Erika (1998). *Las telenovelas: esclavitud del televidente* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Romero, R. Karla (2009). *En las telenovelas, casi siempre luchan por un amor... y si yo fuera joven... pues... haría lo mismo: análisis del consumo cultural de telenovelas, en tres generaciones de mujeres, para conocer los procesos de representación, significación y apropiación* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Rota, Josep (1980). *The study of mass media in Latin American: conflicting us and Latin American perspectives and some other detrimental effects on human rights*. Ponencia World media conferencia on the character and responsibility of the media. New York.
- Rueda, M. Hortensia (2002). *La comunicación de los valores a través de las telenovelas infantiles y su impacto en la formación de actitudes en el aula* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Rubin, Gayle (noviembre, 1986). El Tráfico de Mujeres: notas sobre la "economía política" del sexo. *Nueva Antropología*, 30 (8). Recuperado de <http://www.caladona.org/grups/uploads/2007/05/El%20trafico%20de%20mujeres2.pdf>
- Sabido, Miguel (2002). *El tono. Andanzas teóricas, aventuras prácticas, el entretenimiento con beneficio social*. México: UNAM.

- Sánchez, Enrique (1989). El niño jalisciense y la publicidad televisiva (o dime qué comes y te diré qué canal ves). En Enrique Sánchez (comp.), *Teleadicción infantil ¿mito o realidad?* Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Sánchez, M. Karina y Mancinas, E. Sandra (julio-diciembre, 2012). Y ¿vivieron felices para siempre? Tipos de parejas e impacto en la violencia doméstica. *Perspectivas Sociales*, 14(2). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4703898.pdf>
- Sánchez, O. Alma (2003). *La mujer mexicana en el umbral del siglo XXI*. México: FES Acatlán.
- Sartori, Giovanni (1997). *Homovidens. La sociedad teledirigida*. México: DeBolsillo.
- Simkin, Hugo y Becerra, Gastón (noviembre, 2013). El proceso de socialización. Apuntes para su exploración en el campo psicosocial. *Ciencia, docencia y tecnología*, 47(24). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14529884005>
- Soler, A. Laura (diciembre, 2013). *Las telenovelas y su influencia política*. Recuperada de [http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013\\_actas/058\\_Soler.pdf](http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013_actas/058_Soler.pdf)
- Terán, Luis (2000). *Lágrimas de exportación: una aproximación al fenómeno de la telenovela*. México: Clío.
- Torres, F. José (2011). *Estandarización de acento: una experiencia de trabajo en las telenovelas "La Marca del Deseo" y Doña Bella"* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Trujillo, A. Julián (2015). Retórica, argumentación e identificación en la narco telenovela colombiana. *Intersticios: Revista Sociológica de Pensamiento Crítico* 9(2). Recuperado de <http://www.intersticios.es/article/view/15139/9937>

- Valladares, T. Catia (2012). *Análisis del discurso de género en los programas televisivos de producción nacional dirigido a mujeres: "Milena tu amiga", "Grandiosas" y "De mujer a mujer"*, transmitidas de febrero a abril de 2012 (Tesis de maestría). Recuperada de [http://www.uca.edu.sv/facultad/maco/media/archivo/faec9e\\_tesis\\_catiavalladares.pdf](http://www.uca.edu.sv/facultad/maco/media/archivo/faec9e_tesis_catiavalladares.pdf)
- Vargas, C. Mery (abril, 2012). *Análisis de la imagen de las mujeres en la programación televisiva transmitida en Lima*. Recuperado de <http://www.concortv.gob.pe/file/informacion/mediatica/2012-04-mery-vargas-analisis-imagen-mujeres-programacion-televisiva-lima.pdf>
- Vega, M. Aimée (julio-diciembre, 2005). Construyendo puentes: la identidad de género de los jefes de familia y la recepción televisiva. *Nueva época*, núm. 4. Recuperado de <http://www.comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/4097/3854>
- \_\_\_\_\_ (2006). Género y recepción televisiva: la interacción de las sujetas y los sujetos con y mediada por la televisión. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 197(48). Recuperado de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/viewFile/42528/38636>
- \_\_\_\_\_ (2007). Mujeres, política y noticieros. El análisis de la recepción desde la perspectiva de género. *Comunicación e Ciudadanía*, no. 1. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2542842.pdf>
- \_\_\_\_\_ (enero-junio, 2010). La responsabilidad de la televisión Mexicana en la erradicación de la violencia de género contra las mujeres y las niñas: apuntes de una investigación diagnóstica.

- Nueva época*, núm. 13. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n13/n13a3.pdf>
- \_\_\_\_\_ (junio-septiembre, 2014a). Brecha de género en México. Acceso y participación de las mujeres en los medios informativos. *Telos*. Madrid: Fundación telefónica. Recuperado de <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2014062613510002&idioma=es>
- \_\_\_\_\_ (2014b). El tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación. *Comunicación y medios*, núm. 30, 9-25. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5242615.pdf>
- \_\_\_\_\_ (2014c). Igualdad de género, poder y comunicación: las mujeres en la propiedad, dirección y puestos de toma de decisión. *La ventana*, núm. 40. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/laven/v5n40/v5n40a8.pdf>
- Vega, M. Aimée y Hernández, T. Josefina (2011). *Género y comunicación: Las claves de una agenda académica y política de investigación*. México: UNAM, CEIICH.
- Vidal, A. Aram (2011). *Producción de telenovelas de Televisa* (Tesis de maestría). México: UNAM.
- Vidrio, A. Luis (2012). *La representación de la guerra contra el narcotráfico en las telenovelas: estudio de caso* (Tesis de licenciatura). México: UNAM.
- Villamil, Jenaro (2017). Destinados a conocerse [Episodio de serie documental]. En Richard Devinki y Oscar Guerrero (Productores), *Cuando conocí al Chapo*. E.U.A., México: Netflix, Univisión.
- Viscarret, G. Juan (s.f.). *Modelos de intervención en Trabajo Social*. Recuperado de \_\_\_\_\_

<https://juanherrera.files.wordpress.com/2009/09/capitulo-8-modelos-de-intervencion-en-ts.pdf>

Walker, Stephen y Barton, Len (Eds.) (1983). *Gender, class and education*. Nueva York: The Falmer Press.

Woolfolk, Anita (2006). *Psicología educativa*. México: Pearson Educación.

Worchel, Stephen, Cooper, Joel, Goethals, George y Olson, James (2002). *Psicología social*. México: Thomson.

Zamorano, C. Circe (2017). *Violencia de género entre mujeres: roles y estereotipos mediatizados* (Tesis de maestría). México: UNAM.

ANEXOS

## ANEXO 1

A continuación se brinda una sinopsis de las telenovelas seleccionadas:

### **Ingobernable**<sup>25</sup>

Es una serie de televisión creada por Epigmenio Ibarra, Verónica Velasco y Natasha Ybarra-Klor, producida por Argos Comunicación para Netflix y protagonizada por Kate del Castillo, La primera temporada se estrenó el 24 de marzo de 2017.

*Ingobernable* cuenta la historia del matrimonio formado por Emilia Urquiza, Primera Dama de México, y Diego Nava, el respetable presidente del país. Emilia es una mujer que tiene un fuerte carácter y unas ideas propias que harán tambalear al Palacio Nacional, influyendo en el dirigente del país. Cuando ella comienza a perder la fe en su marido, tiene que tomar una difícil decisión: seguir como hasta ahora o afrontar todos los desafíos que se la pongan por delante para poder desvelar la verdad.

---

<sup>25</sup> Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Ingobernable> y <http://www.sensacine.com/series/serie-19570/>

## La candidata<sup>26</sup>

Es una telenovela mexicana producida por Giselle González para Televisa, transmitida entre 2016 y 2017. Es una historia original sobre el mundo de la política.

Protagonizada por Silvia Navarro y Víctor González; con las participaciones antagónicas de Rafael Sánchez Navarro, Susana González, Nailea Norvind y Juan Carlos Barreto.

Regina Bárcenas es Senadora por el partido que gobierna el país y, además, es esposa del actual Jefe de Gobierno de la ciudad, Alonso San Román.

La fuerte personalidad, simpatía y capacidad de liderazgo de Regina, generan una marcada rivalidad con su marido, quien aspira a la Presidencia del país, sin importarle lo que tenga que hacer, ni sobre quién tenga que pasar para conseguirlo. Sin embargo, para lograr su propósito, Alonso requiere del apoyo de su carismática y popular esposa.

La presencia de Regina es tan notoria, que los mismos asesores del Jefe de Gobierno trataron de alejarla del círculo de Alonso durante prácticamente la mitad del ejercicio de su mandato. La estrategia produjo numerosas diferencias en el matrimonio, el cual poco a poco fue desgastándose. Regina se sintió usada y traicionada, a pesar de las explicaciones de Alonso, quien argumentó que ella en su calidad de senadora y jefa de la bancada de su partido, tenía que evitar recelos entre la opinión pública sobre la injerencia del poder Ejecutivo en el Legislativo. La excusa era insuficiente para Regina.

Al avanzar el periodo gubernamental de Alonso, sus partidarios planean postularlo como candidato presidencial, y para ello, dependen

---

<sup>26</sup> Recuperado de: <http://novelalounge.com/2016/11/17/la-candidata-sinopsis-y-elenco-conoce-historia-y-quien-es-quien-en-nueva-telenovela-de-televisa/>  
[https://es.wikipedia.org/wiki/La\\_candidata](https://es.wikipedia.org/wiki/La_candidata)

de la imagen y el apoyo de Regina, cuya tarea consistirá en crear alianzas con el partido opositor, con los sindicatos más poderosos y con los grupos empresariales de mayor poder económico en el país.

Así, tendrán que reposicionarla mediáticamente para reforzar su popularidad y reafirmarla como la figura más cercana al Jefe de Gobierno, con la certeza de que asegurará el triunfo para su esposo.

**ANEXO 2**  
**FORMATO DE ANÁLISIS (a)**

<b>IMAGEN FEMENINA (PROTAGONISTA/ANTAGONISTA)</b>		
<b>Telenovela:</b> <b>Personaje:</b> <b>Interpretado por:</b>		
<b>Sexo:</b> <b>Edad:</b> <b>Estado civil:</b> <b>Estrato socioeconómico:</b> <b>Escolaridad:</b> <b>Trabajo/ocupación:</b>		
<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ESCENA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<p style="text-align: center;"><b>Física</b></p> (Tipo de vestimenta, color, esquema, uso del lenguaje, tipo de gestos).		
<p style="text-align: center;"><b>Psicológica</b></p> (Habilidades, destrezas del personaje, tipo de personalidad, relaciones e interacción con distintas personas).		
<p style="text-align: center;"><b>Social</b></p> (Relaciones de pareja, relaciones laborales, relaciones familiares, tipo de conflicto).		

## FORMATO DE ANÁLISIS (b)

ESTEREOTIPOS DE FEMINEIDAD
<b>Telenovela:</b> <b>Capítulo:</b>
<b>Síntesis del capítulo:</b>
<b>Protagonista/Antagonista:</b>
<b>Descripción inicial de la escena:</b>
<b>Tiempo de la escena [Minutos, segundos]</b>
<b>Descripción de la presencia del estereotipo (paráfrasis o inclusión de diálogos):</b>
<b>Comentario</b>

## ANEXO 3

### Tipos de planos según el encuadre<sup>27</sup>

#### *Plano General*

Son imágenes en las que se intenta capturar la mayor parte de la escena posible. Normalmente se suelen hacer con el máximo angular que nos permita el objetivo. En fotografía de retrato por ejemplo, aparecería el sujeto completo sin recortar ninguna extremidad, dejando “aire” por los alrededores. El modelo ocuparía 1/4 o 1/3 de la escena aproximadamente.



#### *Plano Figura*

En el *plano figura* el sujeto ocupa todo el encuadre de la foto, de la cabeza hasta los pies, también llamado “plano entero”. En estos planos se suele dejar menos “aire” por los laterales.

---

<sup>27</sup> Recuperado de <http://365enfoques.com/video-reflex/tipos-de-planos-cine/>



*Plano Americano o 3/4*

El *plano americano* o *plano tres cuartos* es aquel en el que la escena se divide en 4 zonas y solo escogemos 3. Se escogen las zonas de la cabeza a la parte superior de la rodilla. El nombre de plano americano se debe a que se utilizaba en las películas del oeste para que apareciesen en la escena la pistola y los cartuchos junto al personaje.



### *Plano Medio*

En este tipo de plano aparece el sujeto de la cabeza a la cintura. Se utiliza mucho en fotografía de moda o en entrevistas con dos sujetos. El corte bajo se realizaría desde un punto intermedio entre el ombligo y la entrepierna. Si se diera el caso de que el sujeto estuviese sentado la zona de corte bajo se haría en la mitad de los muslos aproximadamente.



### *Plano Medio Corto*

En el plano medio corto se corta la escena por el pecho aproximadamente hasta la cabeza. La zona que se vería es parecida a la de un busto, por eso también se le conoce como primer plano mayor o plano de busto. Funciona muy bien para separar a la persona del contexto de la escena y hacer que la atención se centre sobre el sujeto.



### *Primer Plano*

En este tipo de encuadre el plano se corta en los hombros y sigue hasta la cabeza. Es el más utilizado en fotografías donde se quiera resaltar el maquillaje o el rostro. Acerca al espectador mucho más al sujeto, es un plano perfecto para escenas íntimas, también se conoce como primer plano menor o plano de retrato.



### *Primerísimo Primer Plano*

La cara del sujeto es lo más importante, el plano ocupa desde la barbilla o mentón aproximadamente hasta la mitad de la frente o un poco por encima de ella.



### *Plano detalle*

El *plano detalle* se encarga de mostrar una zona determinada de la escena, no se centra en el sujeto completo, si no en un elemento que sujete, un complemento, un solo ojo, labios, etc. Se utiliza normalmente en cine para que el espectador se fije en elementos necesarios para entender la trama.



## Tipos de planos en cine y fotografía según el ángulo

### *Plano Cenital o Zenital*

El *plano cenital* se realiza desde encima del sujeto. Es un buen plano para componer con sombras o la colocación de los objetos de la escena. La escena se capta de forma perpendicular al suelo.



### *Plano picado*

Para hacer un *plano picado* debes situarte por encima del sujeto de forma oblicua a unos 45° aproximadamente, hasta menos de 90° en los que ya se hablaría de plano cenital. Se coloca la cámara a una altura aproximada de la de los ojos, que hará que la imagen transmita al espectador una sensación de inferioridad y fragilidad.



*Plano contrapicado*

El *plano contrapicado* se realiza situando la cámara justo enfrente del sujeto, a una altura por debajo de la de sus ojos. El objetivo debe estar orientado al techo de forma opuesta al plano picado. Con el contrapicado se podrá mostrar al sujeto más fuerte, magnificarlo, hacerlo más importante.



### *Plano Nadir*

El *plano Nadir* es el plano opuesto al cenital. En él se sitúa la cámara justo debajo del sujeto, de forma perpendicular al suelo.

Con este tipo de plano se obtendrá una escena mucho más dramática y dinámica, dando a veces la sensación de vértigo.



### *Plano dorsal*

También conocido como "*plano semisubjetivo*" nos introduce dentro de la escena como espectadores. Para entenderlo mejor, es la visión del asesino en las películas de terror, cuando se observa a su víctima de espaldas y nos introduce dentro de la habitación con los protagonistas.



### *Plano Escorzo*

El *plano escorzo* es uno de los planos más utilizados en el cine para las conversaciones de dos personas. En la escena aparecería la persona que escucha de espaldas y la que habla de frente con el rostro a la vista, con la cámara colocada a unos 45° del sujeto.

También se utiliza mucho en entrevistas de televisión con un ambiente más íntimo y cercano.



### *Plano Perfil*

Poco hay que explicar de este *plano lateral*. Como su nombre indica la cámara estará colocada a un lado del sujeto, mostrando su perfil.



### *Plano Frontal*

El *plano frontal* también es conocido por “plano neutro o normal”. La cámara se coloca paralela al suelo, justo delante del modelo y a la altura de los ojos. Es el tipo de plano más utilizado.



### *Plano holandés*

Para conseguir un *plano holandés* se coloca la cámara inclinada hasta los 45° aproximadamente, con esto se conseguirá una escena mucho más dinámica e inestable, perfecta para escenas de acción.

