



**UNIVERSIDAD  
DE  
SOTAVENTO A. C.**



ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“ESTUDIO DE LAS TELENÓVELAS DE TELEvisa S.A. DE C.V.,  
COMO HERRAMIENTAS DE DISTRACCIÓN DE LA REALIDAD  
SOCIAL.”**

**TESIS PROFESIONAL**

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA:

**ROSA ELENA SOSA QUIROZ**

ASESOR DE TESIS:

**LIC. OSCAR RICARDO CASTILLO BRIBIESCA**

Coatzacoalcos, ver.

Agosto 2019



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**

Tuve la dicha de tener una persona maravillosa a mi lado, un apoyo incondicional día y noche, la cual muchas veces utilizó regaños para hacerme entender las cosas pero también besos, abrazos y palabras de aliento que me ayudaron a continuar a lo largo de cada semestre de esta bonita carrera.

Decir o escribir la palabra “gracias” mil veces no basta, porque lo que hiciste por mí no tiene límites, mis agradecimientos serán eternos para ti MADRE, me siento tan orgullosa y feliz de tener a una mamá como tú que ha sabido entenderme y apoyarme en cada parte de mi vida, eres mi hombro, mi más grande y preciado amor. Mis gracias, tan bien van dirigidas a mi abuela ya que en cada momento me tiene presente en sus pensamientos y en sus oraciones de cada noche.

Durante toda mi vida me he mantenido en la postura que la familia es muy esencial e importante, pero durante el recorrido de mis años llegaron a mi vida personas desconocidas que alumbraron mis días, que me abasaron con sus palabras, su amor y su apoyo incondicional.

Agradezco a cada una de esas personas que me han querido a pesar de mis errores, pero en especial a Hernán Toledo Lara quien ha estado en mi vida durante más de cinco años maravillosos, acompañándome a lo largo de mis estudios, el cual me ha demostrado su amor, respeto y apoyo en las buenas, en las malas y en las muy malas. Mi gratitud hacia su apoyo será eterna de mi parte.

Gracias... Elena Quiroz López por demostrarme que el amor que me tienes sobrepasa cada día como un sol, la vida misma no me alcanzará para agradecerte cada sacrificio que hiciste por mí, gracias por tanto madre mía.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	i
<b>CAPÍTULO 1. COMUNICACIÓN.....</b>	<b>11</b>
1. ANTECEDENTES DE LA COMUNICACIÓN.....	11
1.1. DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN.....	12
1.1.2 Fundamentales elementos de la comunicación.....	12
1.1.3 Importancia de la comunicación.....	13
1.1.4 Funciones de la comunicación.....	14
1.2 TIPOS DE COMUNICACIÓN.....	16
1.2.1 Comunicación verbal.....	16
1.2.2 Comunicación no verbal.....	17
1.2.3 Comunicación escrita.....	17
1.3 TEORÍAS CONTEXTUALES DE LA COMUNICACIÓN.....	18
1.3.1 Comunicación intrapersonal.....	18
1.3.2 Comunicación grupal.....	18
1.3.3 Comunicación interpersonal.....	18
1.3.4 Comunicación masiva.....	19
1.4 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN.....	21
1.4.1 Barreras físicas.....	21
1.4.2 Barrera semántica.....	22
1.4.3 Barreras fisiológicas y psicológicas.....	22
1.4.4 Barreras administrativas.....	23
1.5 DEFINICIÓN DE INFORMACIÓN.....	24
1.5.1 Tipos de información.....	24
1.5.2 Procesamiento de la información.....	25
1.6 TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN.....	26
1.6.1 Comportamiento comunicativo.....	26
1.6.2 ¿Qué es un modelo?.....	27

1.6.3 Modelo de Aristóteles.....	27
1.6.4 Modelo de Harold D. Lasswell.....	28
1.6.5 Modelo de Shannon y Weaver.....	29
1.6.6 Abraham Moles: La sociodinámica de la cultura .....	31
1.6.7 Modelo de Wilbur Schramm.....	32
1.6.8 Modelo de David K. Berlo .....	33
1.6.9 Marshall McLuhan y el entorno mediático.....	34
1.6.10 Teoría de la aguja hipodérmica.....	35
<b>CAPÍTULO 2. LA TELEVISIÓN.....</b>	<b>40</b>
2. DEFINICIÓN DE TELEVISIÓN.....	40
2.1 EL FENÓMENO DE LA TELEVISIÓN.....	41
2.2 ANTECEDENTES DE LA TELEVISIÓN.....	43
2.2.1 El primer canal .....	44
2.2.2 Canal 2.....	45
2.2.3 Canal 8.....	45
2.3 LA TELEVISIÓN COMO MEDIO MASIVO DE COMUNICACIÓN.....	47
2.4 MANERAS DE ENTENDER A LA TELEVISIÓN .....	49
2.4.1 Tecnología .....	49
2.4.2 Agente.....	50
2.4.3 Mediación.....	51
2.5 CÓMO LLEGA LA TELEVISIÓN A LAS FAMILIAS MEXICANAS.....	54
2.6 USOS CONSCIENTES DE LA TELEVISIÓN EN LAS FAMILIAS MEXICANAS .	55
2.6.1 Reguladora de tiempo.....	55
2.6.2 Agente de compañía .....	55
2.6.3 Agente consejero .....	56
2.6.4 Medio que da motivos de conversación .....	56
2.6.5 Medio de entretenimiento y distracción.....	56
2.6.6 Medio que otorga todo tipo de información .....	57
2.6.7 Medio que propone modas, acciones y hábitos .....	57

2.7 EL SECTOR TELEVISIVO EN MÉXICO .....	58
2.7.1 Televisa.....	58
2.7.2 Televisa y sus posesiones en prensa, radio y televisión.....	59
2.7.3 Apoyo gubernamental a Televisa.....	61
2.8 OFERTA TELEVISIVA EN MÉXICO .....	63
2.8.1 Los dibujos animados y las series.....	63
2.8.2 Cintas cinematográficas.....	64
2.8.3 Emisiones Cómicas.....	64
2.8.4 Concursos y juegos.....	65
2.8.5 Entretenimiento y espectáculos .....	65
2.8.6 Emisiones musicales.....	66
2.8.7 Las Telenovelas .....	66
<b>CAPÍTULO 3. LAS TELENÓVELAS.....</b>	<b>69</b>
3. ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN DE LAS TELENÓVELAS .....	69
3.1 LOS PRIMEROS INTENTOS DE LAS TELENÓVELAS .....	72
3.2 MÉXICO Y LA TELENÓVELA.....	74
3.3 LA TELENÓVELA Y SU CONTENIDO.....	76
3.4 LA TELENÓVELA COMO GÉNERO.....	79
3.5 ESTILOS DE LA TELENÓVELA .....	80
3.6 SUBGÉNEROS DE LA TELENÓVELA .....	83
3.7 ESTRUCTURAS DE LAS TELENÓVELAS .....	86
3.8 LAS FAMILIAS Y LAS TELENÓVELAS .....	87
3.9 TELENÓVELA Y EDAD.....	88
3.10 TELENÓVELAS Y SEXO .....	90
3.10.1 El lado femenino en relación a las telenovelas .....	90
3.10.2 El lado masculino .....	90
3.11 LAS TELENÓVELAS PERMANECEN .....	92
3.12 LAS TELENÓVELAS Y TELEVISIÓN .....	94
3.13 LA DESVALORACIÓN SOCIAL.....	95

<b>CAPÍTULO 4. EL CONSUMO DE LAS TELENÓVELAS</b> .....	98
4.0 LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO .....	97
4.1 EL CONSUMO DE TELENÓVELAS .....	101
4.2 EL MANEJO DE TELEVISIÓN CON LAS TELENÓVELAS.....	103
4.2.1 Las telenóvelas logran su objetivo .....	105
4.3 LA FEA MÁS BELLA, LA MEJOR TELENÓVELA DE 2006.....	107
4.4 LA ELECCIÓN DE LA TELENÓVELA “LA FEA MÁS BELLA” .....	121
4.5 LAS TELENÓVELAS DE TELEVISIÓN Y SUS FINES .....	125
<b>CONCLUSIÓN</b>	128
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	137

## INTRODUCCIÓN

Durante la última década las telenovelas han pasado de ser simple drama a parte de la vida del núcleo familiar, a pesar de que existen diferentes contenidos televisivos en la actualidad, se manejan en canales de paga o de prepago y esto limita a los sectores socioeconómicos que pueden adquirirlo, por ello la televisión abierta sigue siendo un detonante en la vida de las familias mexicanas.

Esta situación es aprovechada por las grandes cadenas televisivas, en la República Mexicana existen dos grandes, TELEVISA y TV AZTECA quienes durante años frente al público han sido enemigos y pelean por tener la batuta del primer lugar, pero utilizan las mismas armas para controlar las masas.

Analizar ambas llevaría mucho tiempo y al observar las estadísticas de rating durante el 2017, se optó por elegir a Televisa S.A. DE C.V. quien durante años ha llevado el control en popularidad y ha logrado manipular a la audiencia con diversos programas en un horario amplio que abarca de 4 de la tarde a 10 de la noche.

Es por ello que esta investigación busca dar a conocer como Televisa S.A. DE C.V. utiliza en específico a las novelas llenas de drama, fantasía y con alto contenido sexual como anzuelo, el cual actúa como factor de ignorancia o falta de razonamiento respecto a las noticias y problemáticas que presenta la sociedad día con día, como lo son la corrupción, delincuencia, fraudes, contaminación, violaciones, el aumento a los productos de la canasta básica, entre muchos otros.

El porqué de la investigación se basa en estudiar como las telenovelas pueden ser una herramienta fundamental en la manipulación de masas, creando una cortina de humo que impide evaluar la realidad social con objetividad, uno de los modelos a utilizar tomado en cuenta para la investigación es el de la aguja hipodérmica o conocido como la teoría de la bala mágica, que sugiere que el mensaje destinado llega a los receptores y es aceptado en su totalidad.



También tratará de explicar por qué el contenido que se usa en las novelas ha aumentado, como por ejemplo mujeres de escasos recursos que sufren y después de tantas humillaciones encuentran al amor de su vida millonario, el alto detalle de las escenas sexuales o la infidelidad que no destruye familias.

Aunado a esto se quiere resolver una de tantas interrogantes que consiste en porqué la TELEVISA quiere tener entretenida a las masas, mejor dicho dominarlas, porqué utiliza a las telenovelas como herramienta de desenfoco a lo que rodea a la sociedad, así como el motivo de fomento de un mundo de fantasía donde las consecuencias de comportamientos negativos no tienen alguna repercusión.

El estudio servirá como fomento en el conocimiento de dicha problemática a los jóvenes alumnos y ellos serán los que transmitan la información a cada uno de los miembros de su familia y amigos para que los patrones de comportamientos ya no se repitan, logrando adquirir un gusto por otro tipo de programas o que se tengan una perspectiva diferente sobre el tema.

En años pasados se creía que las telenovelas solo eran vistas por la población femenina en su mayoría amas de casa. Así como la humanidad he evolucionado, ha pasado lo mismo en esta situación ya que en la actualidad un porcentaje masculino se une para mirar novelas en televisión abierta.

Ya no se trata de un conflicto solo de mujeres o en específico de amas de casa, ya que después de llegar del trabajo las femeninas toman asiento en el sofá frente a la televisión para ver los programas que se presentan cada hora. Eso provoca que los niños que se encuentran en el hogar también observen ese tipo de contenidos que no son aptos y psicológicamente pueden dañar la percepción de lo que les rodea.

Lo que desea esta investigación es poder estudiar, comprobar y generar información y con ello datos de relevancia para los sectores de la población, lo cual provocará que el tema ya no sea solo de debate sino que exista un estudio

comprobado y sustentado con diferentes autores. La conclusión de la investigación traerá diversos beneficios para la sociedad, entre los cuales destacará conocer la gran intervención que tiene la televisión en conjunto con la telenovelas en la vida de mujeres y hombres mexicanos, cómo el contenido de las novelas afecta el concepto de realidad vs fantasía y con eso tener el entendimiento para contrarrestar los efectos de la distracción.

# CAPÍTULO I

## **“Comunicación”**

## CAPÍTULO 1. COMUNICACIÓN

### 1. ANTECEDENTES DE LA COMUNICACIÓN

Establecer datos exactos acerca de cuando ocurrió el primer acto de comunicación es imposible, el acto comunicativo empieza con la vida misma<sup>1</sup>. Es un amplio universo muy complejo, el planeta tierra se formó hace 4500 millones de años y la vida animal comenzó hace aproximadamente 500 millones de años y el Homo sapiens nació hace 40 mil años.

Durante todos estos milenios se han producido actos de comunicación, desgraciadamente solo se pueden precisar los antecedentes de la comunicación si se remonta a los antepasados, quienes al evolucionar y tratar de sobrevivir crearon mecanismos para poder expresarse y transmitir sus conocimientos.

Resumiendo el ciclo histórico de la combinación, todo inicia con el signo prehistórico, pasa por el lenguaje y la lengua más antigua del mundo el cual es el chino, pues tiene más de 4 mil años<sup>2</sup>, después la escritura pictórica y el alfabeto, este consiste en un sistema de signos gráficos que se utilizan en la escritura, su origen inicia en Fenicia<sup>3</sup>, le siguen los manuscritos y por último llega el momento de la imprenta.

Con ello apareció una época conocida como Renacimiento en el cual factores políticos, económicos y sociales del continente Europeo propiciaron que el libro se convirtiera en el instrumento más producido, en este periodo la lengua más utilizada en Europa fue el latín<sup>4</sup>. Cabe recalcar que la imprenta fue el punto de inicio para una nueva época de los medios masivos de comunicación.

---

<sup>1</sup> GONZALES, Alonso Carlos. Principios básicos de comunicación. Ed. Trillas. México. 1984. Pág. 11

<sup>2</sup> *Ibíd*em, Pág. 12

<sup>3</sup> *Ibíd*em, Pág. 13

<sup>4</sup> *Ídem*

## **1.1 DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN**

Es la ciencia que estudia la transmisión de unos mensajes directa o indirectamente de un emisor a un receptor y de éste a aquél, a través de medios personales o masivos, humanos o mecánicos, mediante un sistema de signos convenidos.<sup>5</sup>

Es decir, en la comunicación se debe establecer un emisor, quien es el responsable de mandar el mensaje y un receptor que es quien lo recibe mediante la utilización de un código establecido por ambos para un entendimiento posible, así mismo si el receptor manda la respuesta del mensaje o este provoca una idea, a eso se le conoce como el fenómeno de retroalimentación.

### **1.1.2 Fundamentales elementos de la comunicación**

El primer intento por definir el acto comunicativo fue Aristóteles hacia el año 300 a.C. y es el: quién, dice qué, a quién<sup>6</sup>. Esto corresponde al emisor, el mensaje y el receptor, cada uno de ellos realiza o está encargado de una función diferente.

La evolución humana provocó el estudio de la comunicación más a fondo trayendo consigo más elementos de estudio como el proceso de codificación del mensaje, proceso de decodificación, asimilación del mensaje y la retroalimentación. A pesar de ello por más complejo que sea el proceso de comunicación los tres elementos fundamentales que siempre estarán son el emisor, el mensaje y el receptor.

El emisor es el encargado de iniciar el acto comunicativo, es aquel que manda información y esta se le conoce como mensaje que puede ser una unidad o una idea

---

<sup>5</sup> DE LA MOTA, Ignacio. Enciclopedia de la Comunicación. Ed. Limusa. México. 1994. Pág. 297.

<sup>6</sup> GONZALES, Alonso Carlos. Principios básicos de comunicación. Ed. Trillas. México. 1984. Pág. 15

que transporta información y este es el enlace entre emisor y receptor siempre y cuando ambos poseen el mismo código que permitan la decodificación.

Berlo enumera otros tres factores que destacan en el mensaje, el primero es el código que básicamente es la estructura que tendrá la información para que sea comprensible para el receptor, el segundo es el tratamiento y es el modo en el que el mensaje se emite, es decir la intención que este tiene, y por último el contenido que es la selección de datos que sean útiles para expresar el propósito que se tiene.

Y todo esto conlleva a una buena decodificación del mensaje, provocando una retroalimentación que se define como un proceso de reacción causa-efecto<sup>7</sup>, es decir su función primordial es complementar la información que fue emitida por medio de un canal, el aire es el elemento primordial que utilizan los individuos para comunicarse entre sí de manera directa.

Cuando se trata de un grupo de personas las herramientas son los debates o discursos que pierden cierta efectividad y es cuando optan por sustituirlos con los canales artificiales, la radio, la televisión, la prensa y el cine.

### **1.1.3 Importancia de la comunicación**

El hombre no podría vivir sin comunicación, los seres humanos nacen con la necesidad de relacionarse y tener interacción con otros individuos. Desde el inicio de la humanidad, cuando el hombre primitivo solo era un conjunto de gruñidos que copiaban de animales o sonidos de la naturaleza.

Más adelante el hombre mismo quiso dejar huella de su paso y pintó en cuevas la forma en que vivían, los tipos de animales que cazaban, etc. hoy los conocemos

---

<sup>7</sup> GONZALES, Alonso Carlos. Principios básicos de comunicación. Ed. Trillas. México. 1984. Pág. 17

como imágenes o dibujos rupestres y gracias a ellos se puede conocer la historia de los antepasados.

Y eso no fue todo, la manera de comunicarse fue evolucionando de tal manera que estos dibujos quedaron atrás y se formaron signos gráficos que en cada aldea empezaron a tener un significado diferente y se denominaron alfabetos que ahora se utilizan para comunicarse de manera escrita.

Cuando llegó el siglo xx el ser humano ya tenía diversas formas de comunicarse tanto grupal como individualmente, añadiendo el cine, la radio, la televisión, el acceso a los periódicos, revistas y a estos se le sumaron el teléfono y la señal por cable.<sup>8</sup>

La importancia recae cuando se deja en el olvido que la comunicación no es simplemente escuchar mensajes mediante los medios masivos de comunicación, sino de tener contacto e interacción con los individuos de la sociedad creando críticas, valoraciones y expresiones que corresponden a la retroalimentación.

#### **1.1.4 Funciones de la comunicación**

La comunicación desempeña una función primordial conocida como la transmisión de conocimiento y su consecuente pervivencia de los valores sociales<sup>9</sup>. Del mismo modo incrementa la participación social y el consumo del individuo, esto se hace abusando del impulso esencial que tiene el hombre por interactuar, comunicarse y satisfacer sus necesidades.

Existen varias funciones entre ellas la vigilancia de ambiente, consiste en jerarquizar la información que se genera en la sociedad, también existe la función de otorgar un status o nivel social a los receptores o la de norma social, que la define la

---

<sup>8</sup> MONTERO, Baena. Ciencias de la comunicación 1. Ed. Patria. México. 2017. Pág. 5

<sup>9</sup> GONZALES, Alonso Carlos. Principios básicos de comunicación. Ed. Trillas. México. 1984. Pág. 21

evolución de una sociedad al convertirse en altamente industrializada, aquí entra la participación de los medios de comunicación al mostrarle a los individuos lo que es supuestamente mejor.



## **1.2 TIPOS DE COMUNICACIÓN**

Existen varios tipos de comunicación establecidos, debido a que hace muchos años los seres humanos desarrollaron la técnica de comunicarse mediante señas o símbolos, después de esa creación vinieron nuevos descubrimientos como lo fue darle un significado o valor que se deriva del proceso de interacción y fue ahí donde las letras se comenzaron a unir obteniendo un significado semejante al de la actualidad.

Esto fue el detonante para que posteriormente surgiera la comunicación oral; son formas de expresión que hacen alusión al modo que las personas interactúan el uno con el otro, aunque tienen variantes entre sí, ambas corresponden al proceso comunicativo.

### **1.2.1 Comunicación verbal**

Los gritos, silbidos, llantos y risas son algunas de las formas más primarias del lenguaje oral y la forma más evolucionada es el lenguaje articulado que da lugar a sílabas, palabras y oraciones con las que los individuos se comunican.

La comunicación verbal se lleva a cabo por medio de la palabra en forma directa o indirecta dependiendo los escenarios. Cuando los escuchantes se encuentran en el mismo contexto o lugar ya sea en una conferencia, discurso o entablando una conversación en la que están implícitos dos individuos o más, se le conoce como comunicación directa.

Al contrario de la comunicación indirecta que es el resultado de utilizar un instrumento o herramienta para hacer llegar el mensaje a una o varias personas, un ejemplo son los programas radiofónicos.

### **1.2.2 Comunicación no verbal**

Es un tipo de lenguaje corporal que la mayoría de veces transmite mensajes inconscientemente. La información no solo se da a entender con palabras sino con expresiones corporales que van desde la postura, las miradas, el movimiento de manos hasta la forma de caminar.

Los seres humanos utilizan esta comunicación como complemento del habla, sirviendo para dar entonación a ciertas palabras o marcar de forma expresiva el diálogo que se lleva a cabo.

### **1.2.3 Comunicación escrita**

Es el método que se utiliza para comunicarse mediante un pedazo de papel o en la actualidad por medio de los aparatos tecnológicos ya sean computadoras, tabletas o celulares y se percibe mediante la visión cuando sea el caso.

Los interactuantes siguen siendo el emisor quien escribe o redacta un mensaje para un receptor o varios receptores, la diferencia entre la comunicación escrita y oral, es que la primera permite al receptor poder leer el mensaje cuantas veces quiera para captar o entender el mensaje.

## **1.3 TEORÍAS CONTEXTUALES DE LA COMUNICACIÓN**

La comunicación habitualmente es considerada en términos contextuales<sup>10</sup>. Es decir, los lugares o espacios en los cuales se lleva a cabo la comunicación y se divide en cuatro clasificaciones.

### **1.3.1 Comunicación intrapersonal**

En este tipo de comunicación el proceso completo se realiza en la misma persona<sup>11</sup>. Esta escucha lo que piensa, lee lo que escribe, en pocas palabras se refiere a las conversaciones que sueles tener con tu propia mente, donde en el proceso solo se establece un individuo, un ejemplo más sencillo es al momento de escribir un diario, se está escribiendo y comunicando lo que piensas, sientes o sueñas pero nadie lo lee más que tú.

### **1.3.2 Comunicación grupal**

Las teorías de comunicación grupal tienen como iniciador a Kurt Lewin en 1948, él decía que cada persona se mueve en un espacio vital<sup>12</sup>. Se trata de más de dos personas o un grupo de personas como el nombre lo dice que conforman una unidad, un ejemplo claro es un conjunto de individuos que trabajan en la misma empresa y que cotidianamente intercambian mensajes, buscando con ello la interacción y el entendimiento de todos los involucrados.

### **1.3.3 Comunicación interpersonal**

Es una de las condiciones indispensables para la vida humana, es la relación entre el emisor y el receptor, en donde cada uno afecta al otro. En esta comunicación

---

<sup>10</sup> ONGALLO, Oscar. Manual de comunicación. Ed. Dykinson. Madrid. 2007. Pág. 19.

<sup>11</sup> Ídem

<sup>12</sup> ONGALLO, Oscar. Manual de comunicación. Ed. Dykinson. Madrid. 2007. Pág. 22

existe una acción- reacción, es decir el emisor después de mandar el mensaje se puede convertir en receptor y este mismo se puede convertir en emisor al reaccionar al mensaje, lo cual se conoce como retroalimentación.

En dicha comunicación influye la “empatía” esta es la facultad de proyectarse en la personalidad de los demás, con el fin de poder prever la forma que se habrán de conducir<sup>13</sup>. Esto provoca la interacción entre los individuos colocándose en el lugar del otro.

La diferencia con la comunicación masiva es que la comunicación es directa y las respuestas pueden ser inmediatas, esto beneficia a que no existan errores en la interpretación, otra ventaja es que el intercambio personal aumenta la posibilidad de persuadir a la otra persona para adoptar una nueva idea o postura.

#### **1.3.4 Comunicación masiva**

Se le denomina comunicación masiva al tipo de comunicación que se dirige a auditorios grandes y heterogéneos con mensajes públicos y fugaces<sup>14</sup>. Entonces, se debe definir que una comunicación de masas es dirigida a una audiencia anónima y heterogénea, es decir anónima porque ninguno de los miembros conoce personalmente al comunicador y el segundo es referente a que la comunicación no es dirigida exclusivamente a un auditorio en específico, sino a individuos que ocupan roles diferentes en la sociedad.

La diferencia entre la comunicación masiva y la comunicación interpersonal, es que la primera puede alcanzar un mayor volumen de audiencia, pero a su vez tiene la dificultad de obtener una retroalimentación de los receptores a comparación de la segunda.

---

<sup>13</sup> NOVOA, Andrés Ricardo. Conceptos básicos sobre comunicación. Ed. Turrialba. Costa Rica. 1980. Pág. 16

<sup>14</sup> Ibídem, Pág. 21.

En la actualidad popularmente al escuchar comunicación masiva se vincula a los mensajes transmitidos mediante la televisión, radio, cine, periódicos y revistas, pero estos solo son el medio técnico o la herramienta que ayuda a transmitir el mensaje.

Se debe aclarar que los medios son fuentes trasmisores pero no siempre significan una comunicación masiva, un ejemplo claro es ver en televisión un encuentro político, claramente se trata del concepto que se está utilizando, pero una película de las vacaciones familiares no lo es, por ello comunicación de masas engloba las características del auditorio y del comunicador.

## **1.4 BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN**

Se definen como obstáculos que llegan a surgir durante el proceso comunicativo<sup>15</sup>. Los cuales impiden que el mensaje que mande el emisor pueda ser interpretado de manera correcta por el receptor.

Estas barreras u obstáculos pueden deformar el mensaje o los mensajes, impidiendo que el proceso comunicativo se realice correctamente. Existen varios tipos de barreras de la comunicación y todos estos factores provocan una distorsión y estas pueden aparecer en cualquier momento ya sea en el trabajo, en la casa con amigos o desconocidos.

### **1.4.1 Barreras físicas**

Un tipo de barrera es la física, la cual se presenta en el medio ambiente e impide una buena interacción entre individuos, estos pueden aparecer en cualquier momento y es algo que no se puede evitar, algunos ejemplos son: ruidos, iluminación y la distancia.

En esta clasificación también entra el mal funcionamiento de los medios que son utilizados para transmitir el mensaje, como por ejemplo el teléfono, una mala recepción de la señal modifica la transmisión de ideas, la grabadora cuando la radio no se puede escuchar bien o cuando un disco está rallado, la televisión cuando hay una tormenta y los canales comienzan a fallar, esos son ejemplos de los obstáculos que se pueden presentar.

---

<sup>15</sup> OSORIO, Casas Ricardo. Ciencias de la comunicación. Ed. Cobao. Oaxaca. 2013. Pág.73.

### **1.4.2 Barrera semántica**

La barrera semántica se refiere al significado de las palabras<sup>16</sup>, es decir cuando estas pueden presentar diferentes interpretaciones, quien recibe el mensaje no interpreta correctamente, el individuo lo interpretará según el contexto cultural en el que se encuentre inmiscuido.

En palabras más sencillas son barreras generadas por una falta de coincidencia en relación con el significado que adquieren las palabras, los enunciados, y los símbolos empleados durante la trasmisión del mensaje. El obstáculo se vuelve más crítico en la comunicación escrita debido a la ortografía y la puntuación que se deben considerar para evitar interpretaciones equivocadas.

Un ejemplo es que en la República Mexicana las mujeres guardan luto por alguna pérdida de un ser querido vistiéndose con prendas de color negro o tonos oscuros, y para las personas del medio oriente este mensaje no tiene el mismo significado o no significa nada, debido a que ellos guardan luto utilizando el color blanco. Por ello la interpretación hace referencia a la cultura que se pertenece.

### **1.4.3 Barreras fisiológicas y psicológicas**

Estas barreras son similares porque tanto el emisor como el receptor no obtienen el mensaje con claridad y precisión<sup>17</sup>. Estos defectos afectan los sentidos que puede ser de forma parcial o total, un ejemplo claro de los obstáculos fisiológicos es cuando el individuo tiene discapacidades que impide que el proceso comunicativo tanto oral como escrito se realice correctamente. Para superar estas barreras se pueden emplear otros medios de comunicación dirigidos a los sistemas que no están afectados.

---

<sup>16</sup> *Ibidem*, pág. 74

<sup>17</sup> *Ídem*

Las barreras psicológicas involucra el hecho que los participantes ya sea el emisor o el receptor no se encuentren en el mismo canal emocional, como lo son: odio, temor, ansiedad, alegría, tristeza, etc. También involucra los prejuicios que se tenga sobre el mensaje que se envía, así el resultado de esto lleva a que la interpretación sea diferente o en dado caso que no se puede llevar acabo.

Pueden tomar medidas para evitar las fallas psicológicas en el proceso de comunicación, una de ellas es evitar los prejuicios, tomar en cuenta los puntos de vista con otras personas, escuchar con atención y tratar de que el carácter, el temperamento y las experiencias vividas no afecten el juicio, para que ello no dificulte la interpretación del mensaje.

#### **1.4.4 Barreras administrativas**

Estas barreras son las que se originan en estructuras organizacionales inadecuadas que tienen una mala planeación y una deficiente operación de los canales<sup>18</sup>, estos obstáculos pueden darse por falta de planeación distorsiones semánticas, una expresión deficiente, escuchar mal, mala retención, emociones diferentes, etc. Esta barrera engloba las características de las anteriores

---

<sup>18</sup> OSORIO, Casas Ricardo. Ciencias de la comunicación. Ed. Cobao. Oaxaca. 2013. Pág.77



## **1.5 DEFINICIÓN DE INFORMACIÓN**

Se le llama información al conjunto de mecanismos que permite al individuo retomar los datos de su entorno y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirva como guía de su acción.<sup>19</sup> El individuo está incluido en un contexto social esto hace que la información tome un sentido y se adapte a cada una de las cosas que se quiere lograr, por ello siempre existe una duda sobre si la información es lo mismo que comunicación y no es así aunque están sumamente ligados ya que depende el uno del otro, además ambos son aspectos de la sociedad.

La sociedad necesita información para evolucionar, pero si solo hubiera procesos de información no existiría la sociedad, es ahí donde entra la función de la comunicación. Los datos en primer lugar son recolectados para después estructurarlos y entablar una narración o conversación que se puede convertir en conocimiento y por último en sabiduría y los contextos que se pueden presentar son global, local o personal.

### **1.5.1 Tipos de información**

Existen tres maneras de clasificar la información, la primera es la información pública de la cual cualquier persona puede tener acceso, además que encontrarla y compartirla es de gran facilidad, la segunda es la información interna es la inclusión de datos y contenidos que son necesarios para llevar a cabo un trabajo o proyecto, y por último la información privada se trata de datos sumamente discretos y de relevancia que solo ciertas personas pueden verla y estas tienen un alto nivel de confianza y de responsabilidad.

---

<sup>19</sup> SANTOYO, Alexander. Comunicación y sociedad. Ed. Chicome. Puebla. 2011. Pág.24

### **1.5.2 Procesamiento de la información**

Los seres humanos tienen la capacidad de comprender cuando se trata de datos o información, es decir esta última como conocimiento útil. En palabras más sencillas los datos son captados por los sentidos y estos generan información necesaria para el conocimiento. Todos los individuos deben tener conocimientos ya que estos permiten tomar decisiones de la vida cotidiana.

Para simplificar como se procesa la información, se puede decir que en primera instancia aparecen los datos, los cuales pasan por un proceso en el cual intervienen otros elementos como lo son, los datos del entorno que rodea a la persona, el contexto en el que se maneje y su aplicación, y por último la estructura del conocimiento del sujeto.

Es aquí cuando entra el hecho que se tienen datos accesibles y sencillos por todos lados, pero la clave del procesamiento consiste en saber cuáles constituyen un conocimiento y cuales se deben desechar, este conocimiento se trasmite o se plasma por medio de un proceso comunicativo y es cuando se entiende que la comunicación y la información son como dos hermanos que dependen el uno del otro.

## 1.6 TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

Estudia la capacidad que posee algunos seres vivos de relacionarse con otros seres vivos intercambiando información<sup>20</sup>. Es decir, la teoría de la comunicación analiza y reconoce la aptitud para comunicar de todo individuo mediante su comportamiento comunicativo.

Su objeto de estudio es la comunicación y ésta es una actividad muy antigua los cambios sociales aumentan la dificultad de aprender una realidad social para ser estudiada en el caso de la comunicación, esto es evidente no solo por los cambios sociales sino por los cambios tecnológicos.<sup>21</sup>

Las teorías de la comunicación son las que se encargan de esquematizar y dar a conocer modelos que indiquen como se lleva a cabo los procesos comunicativos así como sus consecuencias.

### 1.6.1 Comportamiento comunicativo

La comunicación es un comportamiento que no es exclusivo de los humanos, pero son ellos los que han desarrollado de manera más notable la capacidad de intercambio. Los comportamientos son actividades por las que un ser vivo mantiene y desarrolla su vida en relación con su ambiente.<sup>22</sup>

Existen comportamientos aprendidos que resultan de la asociación y del influjo social, un ejemplo es la interacción con el núcleo familiar, por consecuente el comportamiento comunicativo esta designado por el uso de la información que resulta

---

<sup>20</sup> SERRANO, Manuel Martín y otros. Teoría de la comunicación. Ed. Acatlán. México. 1993. Pp. 13.

<sup>21</sup> ALSINA, Miguel Rodrigo. Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas. Ed. Aldea Global. Barcelona. 2011. Pág. 8

<sup>22</sup> ROMEU, Aldaya Vivian. El fenómeno comunicativo. Ed. Nómada. México. 2018. Pág. 97

de gran significado para el agente comunicante, la información puede ser interpretada o construida gracias a la interacción con su ambiente.

### **1.6.2 ¿Qué es un modelo?**

Es una explicación simplificada de la realidad, una representación, una idealización, o una muestra.<sup>23</sup>

En las características que conlleva un modelo denota que son construcciones realizadas por un investigador y con ella hacen visible la estructura de la realidad, establecen relaciones entre las variables, son un conjunto de enunciados teóricos sobre las relaciones de las variables, sus causas y consecuencias. Uno de los grandes beneficios es que pretenden explicar la realidad simplificándola para un mayor entendimiento.

### **1.6.3 Modelo de Aristóteles**

Es un modelo básico que surge de su concepto de “retórica”, ya que su interés era la búsqueda de argumentos que permitieran un mayor impacto de persuasión.<sup>24</sup>

Aristóteles tenía discípulos con los cuales paseaba por su escuela y con una plática casual les enseñaba las “cosas de la vida”, por ello en su modelo comunicativo solo hay tres elementos. El primero es el que habla, el orador, el segundo es lo que pronuncia, el discurso y por último la persona que escucha, el auditorio.

---

<sup>23</sup> DE LA MOTA, Ignacio. Enciclopedia de la Comunicación. Ed. Limusa. México. 1994. Pág. 630.

<sup>24</sup> OSORIO, Casas Ricardo. Ciencias de la comunicación. Ed. Cobao. Oaxaca. 2013. Pág.50.

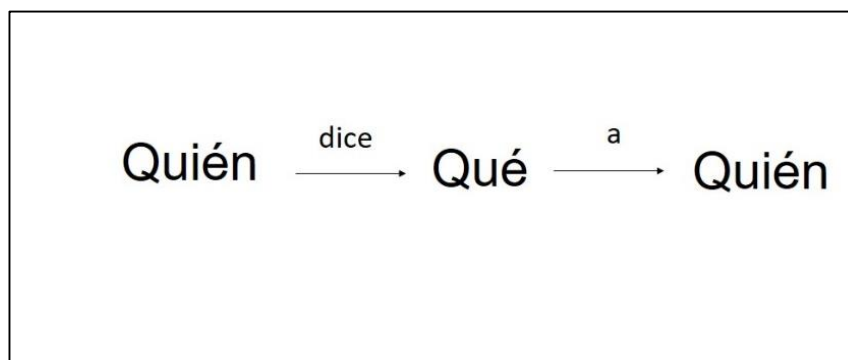


FIGURA 1. Modelo básico de Aristóteles

Este modelo a pesar de ser muy sencillo ha sido la inspiración para todos los modelos subsecuentes, ya que todos los demás llevan implícitos estos tres elementos y además explica de forma breve y clara la base de comunicación

#### 1.6.4 Modelo de Harold D. Lasswell

El modelo de Laswell se publicó, en 1948, en su artículo *Estructura y Función de la Comunicación de Masas*. En el cual describía con interrogantes un acto de comunicación. Las preguntas que utilizó fueron: ¿Quién dice?, ¿Qué dice?, ¿En qué canal?, ¿A quién? Y ¿Con qué efectos? <sup>25</sup>

A) ¿Quién? se trata del emisor, es decir el origen, B) ¿Qué dice? y se refiere al mensaje, los datos que este contiene, C) ¿En qué canal? es cuando se habla de los medios utilizados para mandar el mensaje, su análisis beneficiaba a conocer los mejores canales para conducir la información a los receptores, D) ¿A quién? se refiere al universo, es decir a la población o algún segmento del mercado quienes serán los receptores. Y por último la pregunta ¿Con qué efectos?, se trata del impacto, en otras palabras del estímulo que logra el mensaje.

<sup>25</sup> MUÑOZ, Blanca. Cultura y comunicación Introducción a las teorías contemporáneas. Ed. Fundamentos. España. 2005. Pág. 44.

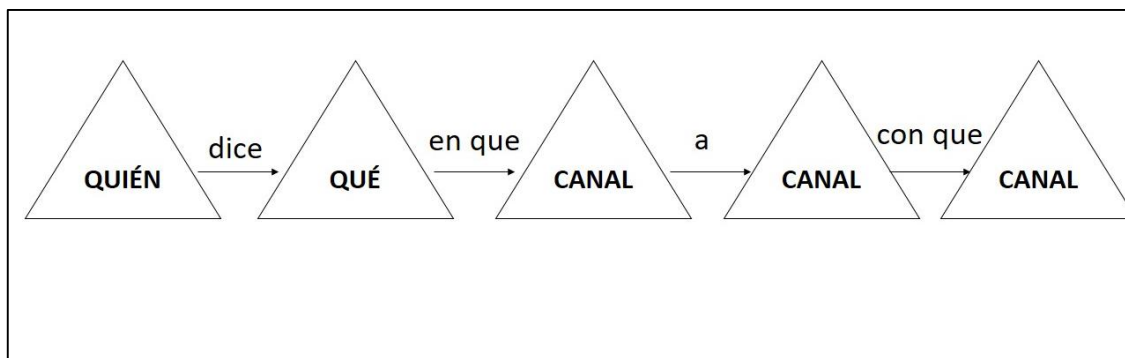


FIGURA 2. Modelo de Harold Laswell

La interrelación de estas preguntas permite analizar las áreas de contenido, de control, de medios, audiencia y finalmente de los efectos. Dicho modelo se utiliza como una forma de describir y conocer cómo ha funcionado el mensaje en los individuos ya sea de radio o televisión y los efectos que ha logrado.

### 1.6.5 Modelo de Shannon y Weaver

En 1948 E. Shannon y Warren Weaver lanzaron esta teoría matemática de la comunicación, casi al mismo tiempo que Laswell. Se trata de un modelo de comunicación basado en la función de la cibernética.

Fue considerado por muchos años como el “modelo base” de la comunicación, el modelo se caracterizaba por lo lineal de la transmisión y por la preocupación de las cualidades del canal.<sup>26</sup>

<sup>26</sup> RESTREPO, Mesa María Consuelo. Producción de textos educativos. Ed. Magisterio. Colombia. 1996. Pág.22.

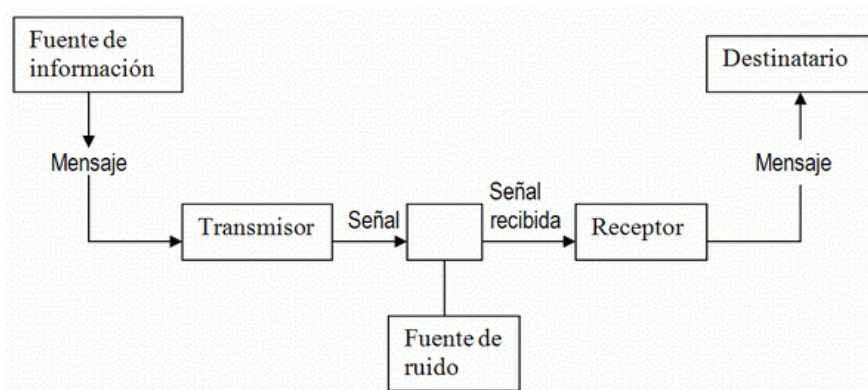


FIGURA 3. Modelo de Shannon y Weaver

La fuente de información es de donde surge el mensaje, la fuente de ruido es el obstáculo que se interpone a la señal entre su transmisión y su recepción.<sup>27</sup>

Detallando cada elemento se resalta que la fuente, es el elemento inicial del proceso de comunicación, es donde se origina todo. El transmisor, es un emisor pero técnico encargado de transformar el mensaje adecuándolo para ser transmitido por un canal.

Por consiguiente el canal es la herramienta o el medio de la misma forma técnico que trasmite el mensaje transformado por el transmisor y por último el receptor técnico, su función es decodificar el mensaje, para lograr transmitirlo en un lenguaje comprensible para el destinatario.

El destinatario, es la parte humana, un ejemplo es al individuo a quien se dirige un llamado telefónico, en el modelo se puede observar una fuente de ruido, se puede describir como una molestia o algo que perturba la señal e impide que el mensaje llegue adecuadamente, esto puede ser un simple ruido de interferencia y puede provenir de cualquier elemento del modelo.

Esto es una problemática y radica en que decodificar el mensaje no es suficiente para el individuo ya que existen muros que pueden delimitar el significado o

<sup>27</sup> *Ibíd.* Pág. 23.

entendimiento además del ruido y trata de cuando el emisor y destinatario no pertenecen a la misma cultura. Por ello por más elementos de ruido que haya pasado el mensaje emitido debe ser exactamente al que recibe el destinatario.

### **1.6.6 Abraham Moles: La sociodinámica de la cultura**

En 1967, en su libro Sociodinámica de la cultura, el profesor Abraham Moles mostró la existencia de mecanismos socioculturales, esto inicio a partir del momento en que los medios de comunicación social se convirtieron en los canales principales de difusión de la cultura.

El ciclo sociocultural está ligado a la noción de creatividad: las ideas nuevas se construyen a partir de ideas anteriores para influir y condicionar a su vez las creaciones que aparecen día con día<sup>28</sup>. Esto es que los medios de comunicación si lo desean, pueden orientar, filtrar y manipular los mensajes.

Moles, explica dos tipos de cultura la primera es la individual que surge de un entorno artificial que se le ha creado, es decir el entorno que abarca desde la educación, los individuos de los cuales se rodea y hasta por las acciones ya establecidas frente a ciertas situaciones. El otro tipo de cultura es la colectiva, la creada por la sociedad y formada por un gran número de individuos, cultura que pertenece a grupos sociales que son registradas.

En la cultura los mensajes están compuestos por elementos simples, conocimientos, valores, etc. Llamados “culturemas”<sup>29</sup> y el ciclo sociocultural lo explica en sus cuatro elementos: el creador, el micro-medio, la mass media y el macro-medio.

---

<sup>28</sup> GALEANO, Ernesto. Modelos de comunicación. Ed. Macchi. Buenos Aires. 1998. Pág. 33

<sup>29</sup> Ídem



La creatividad no es una rara virtud, cada persona la posee en diferentes cantidades y de eso trata el primero elemento, el creador que puede ser un individuo o un grupo que inventan o descubren ideas, el creador es incapaz de poner su idea a disposición de todo el mundo por ello la debe ofrecer al micro-medio.

Y este es denominado como una fuente de sabiduría, consiste en un grupo o varios grupos de especialistas encargados del análisis de la creatividad de las nuevas ideas. Es el primer filtro y su función es manipular las ideas sin explotarlas y es de ahí de donde los mass media se nutren.

Los mass media se nutren de los micros medios manipulando las ideas en mensajes más accesibles al público, convirtiéndolos en agradables o conmovedores con una cierta cantidad de valores dependiendo del micro- medio y este último son los canales que alcanzan mayor cantidad de personas con una dosis de redundancia, esto provoca que sean percibidos por un mayor número de receptores.

La sociedad esta bombardeada cada hora por un sin número de mensajes que ellos mismos ayudan a formar gracias a los “culturemas”, de ahí los creadores logran inventar y manipular nuevas ideas conformando una cultura de masas y con un ciclo de nunca acabar.

### **1.6.7 Modelo de Wilbur Schramm**

La esencia de la comunicación radica en la sintonización reciproca del receptor y el emisor para un determinado mensaje<sup>30</sup>. Es decir, las imágenes o ideas en la cabeza no se pueden transmitir sin que el emisor codifique el mensaje para un mejor entendimiento del receptor.

---

<sup>30</sup> GALEANO, Ernesto. Modelos de comunicación. Ed. Macchi. Buenos Aires. 1998. Pág. 39

Si el mensaje no logra ser decodificado el acto de comunicación no sería completado, por ello este debe elegir entre transmitir mucha información o transmitir poca y con palabras repetitivas en el caso de que el receptor o la audiencia tenga problemas para comprender el mensaje. Por ello Wilbur (1970) detallaba que los elementos implícitos debían hablar el mismo lenguaje.

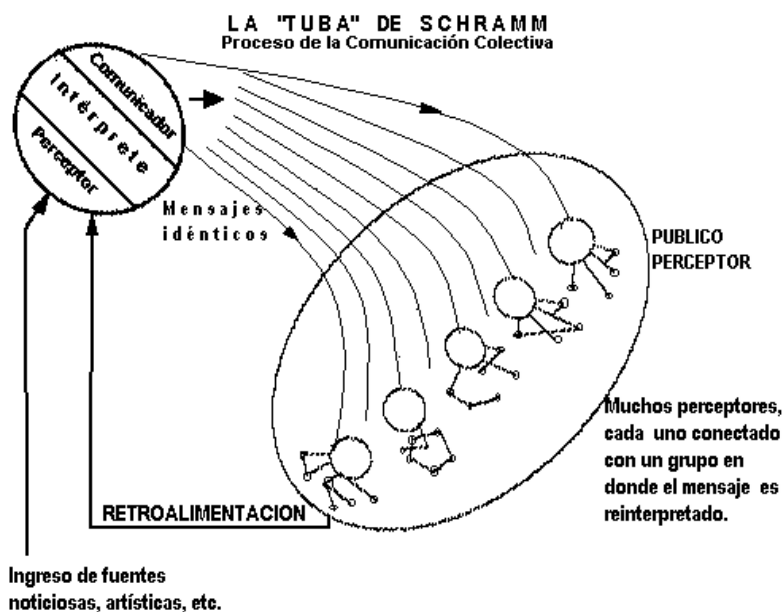


FIGURA 4. Modelo de Wilbur Schramm

Schramm introdujo a su modelo la nueva noción del feed-back, también conocido como retroalimentación y esto ayuda a saber de qué manera son interpretados los mensajes, un ejemplo es el movimiento de cabeza al tener una reacción negativa o positiva.

### 1.6.8 Modelo de David K. Berlo

Analiza la relación que existe entre los procesos de: comunicación – aprendizaje- comportamiento, ya que considera que el objetivo fundamental de la comunicación humana es: modificar el entorno e influir y cambiar a los demás.<sup>31</sup>

<sup>31</sup> OSORIO, Casas Ricardo. Ciencias de la comunicación. Ed. Cobao. Oaxaca. 2013. Pág.62.

El modelo está compuesto por cuatro elementos pero se detalla lo que lleva implícito cada uno de ellos. En primer lugar está la fuente: quien analiza las habilidades de comunicación, las actitudes, conocimiento y cultura en el que está rodeado el emisor. En segundo lugar el mensaje: encargado de contemplar los elementos que lo componen, la estructura, el código y su contenido.

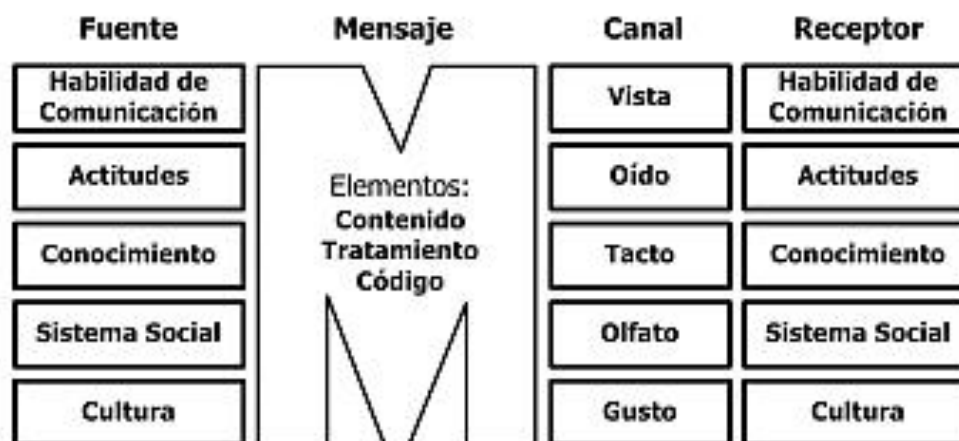


FIGURA 5. Modelo de David K. Berlo

Los seres humanos cuentan con cinco sentidos, los cuales son necesarios y vitales para percibir las cosas que lo rodean en su entorno y en el modelo de David K. Berlo lo explica, el canal trata sobre mediante qué sentido es recibido el mensaje, ya sea la vista, el oído, el tacto, olfato y gusto. Por último el receptor que tiene la misma función que la fuente, analiza los mismos elementos para poder decodificar el mensaje. Estos son elementos o componentes que se encuentran en la vida cotidiana y que influyen sin que los individuos se den cuenta en el proceso de comunicación.

### 1.6.9 Marshall McLuhan y el entorno mediático

McLuhan (1971) sostenía que: “Formamos nuestras herramientas y luego estas nos forman” Durante muchos años los seres humanos estuvieron inmiscuidos en solamente leer y escribir. La lectura era la única fuente para obtener información y esto cambió radicalmente con el uso del telégrafo y como subsecuente los medios electrónicos.

La televisión rompió el esquema de la escritura y abrió la puerta a la importancia de la imagen. Por ellos la hipótesis McLuhaniana central explica como los medios de comunicación logran determinar lo que pensamos, ya que son una extensión de los seres humanos, creciendo y estando envueltos en una sociedad cada vez más tecnológica.

Un ejemplo claro del porque no nos damos cuenta de ello es preguntar ¿Un pez se da cuenta de que esta mojado?, este no lo hace hasta que sale del agua y es demasiado tarde. Por ello todos lo que están implícitos en las tecnologías de la comunicación no se dan cuenta que se encuentran tan absorbidos por ellas.

#### **1.6.10 Teoría de la aguja hipodérmica**

No existe un autor específico para dicha teoría que también es conocida como la “Teoría de la bala mágica”, pero fue desarrollada entre los años 20’s a los 40’s abarcando la primera y segunda guerra mundial por Harold Lasswell, quien fue el personaje que la introdujo en su libro “Técnicas de propaganda en la guerra mundial” en 1927<sup>32</sup>, y surge con la necesidad de estudiar los efectos de la propaganda durante esos años.

Desde el tiempo de Hitler con su propaganda política se dio a notar que el contenido del mensaje tenía una segunda participación, la primera y la que funcionaba radicalmente era lo repetitivo de los mensajes en los carteles pegados por las calles o en la radio. La importancia no radica en que tan bueno se pueda escribir un discurso sino en el tiempo que este tomará en grabarse en la mente de los individuos.

En la primera guerra mundial hubo un gran despliegue de dinero, armas y personas, esta lucha se dio tan cerca de la población civil que se vio afectada, cuando

---

<sup>32</sup> LÓPEZ, Valdez Daisy María. Preferencia de géneros televisivos, contexto familiar y valores, un estudio transcultural con adolescente. Universidad del país vasco. España. 2016. Pág. 12

llegó el segundo conflicto se tuvieron que utilizar medidas de propaganda por parte de los gobiernos para poder convencer a la sociedad que prestara sus servicios en la guerra a pesar de que eso significara perder la vida y que los beneficiados solo serían unos cuantos.

Es en las Guerras Mundiales que surge la “teoría de la aguja hipodérmica” que concibe a la sociedad como un organismo al que es posible inyectar cualquier mensaje propagandístico para obtener el efecto deseado.<sup>33</sup>

Es decir, es la utilización de los medios masivos de comunicación para lograr una guerra psicológica valiéndose de cualquier herramienta que sirva como un distractor con tal de moldear el pensamiento o la forma de ver, criticar o ser objetivo en temas determinados. Esta teoría determina que la naturaleza básica de los individuos es uniforme, y que todos responden de forma determinada ante los estímulos mediáticos.<sup>34</sup>

Se le conoce como teoría de la aguja hipodérmica o de la bala mágica, debido a que su función es “inyectar” información (mensaje) con un contenido determinado que se da por entendido es verídico y confiable, un ejemplo, que si algún medio de comunicación dice que se desató una guerra, esto debe ser cierto y no se necesita verificarlo.

Esta es una teoría de mucho peligro ya que jamás pone en duda la veracidad de la información transmitida por los medios, otorga el poder que a través de ellos se puedan moldear conductas y de estimular a las masas a que acepten el mensaje, dando a entender que en el público existen segmentos que dependiendo la edad y el nivel educativo carecen de criterio y son manipulados por los mass media, sabiendo

---

<sup>33</sup> FERNÁNDEZ Y GALGUERA. Teorías de la comunicación. Ed. McGraw-Hill. México. 2009. Pág. 102

<sup>34</sup> Ídem

de antemano que estos son controlados por los poderes públicos y privados a su conveniencia.

Esto también tiene sus fallas ya que los medios de comunicación tienen efectos limitados cuando el mensaje no es acorde a los valores de o los individuos, por ello en la actualidad los programas que se pueden observar en la televisión abierta están destinados a una sociedad cuyos valores ya están establecidos y se parecen entre sí ocupando la gran arma de todos los tiempos, la religión.

La aguja hipodérmica no solo se trata de lo que se observa en los medios masivos sino también en los vínculos sociales con otras personas, es decir existe una influencia de cómo reaccionar al mensaje transmitido. Si los padres, amigos o gente cercana pasan muchas horas viendo algún tipo de contenido, los demás harán lo mismo, eso se conoce como tendencias o predisposiciones.

Esto quiere decir que la reacción al estímulo no es generalizada ni inmediata ya que cada individuo pertenece a un grupo social en el cual están implícitos los factores sociales, económicos, psicológicos que los condicionan, por lo consiguiente el mensaje debe ser transmitido varias veces por los diferentes mass media para que la persuasión y manipulación se logren, llevando a cabo el efecto deseado.

Un ejemplo de cómo los medios de comunicación inyectan sus mensajes es al estereotipar a las mujeres, mostrando que una mujer es hermosa si es delgada, alta, tez perfecta, cuerpo tonificado, etc. Esa semilla se va sembrando en el pensamiento hasta que ya no hay marcha atrás, es muy difícil cambiar la concepción que ya se tiene y los individuos en este caso mujeres tratan de hacer de todo con tal de corresponder con el estereotipo.

Lo mismo pasa con las noticias transmitidas, esto se puede reflejar analizando el atentado del 11 de septiembre a las torres gemelas en Estados Unidos, los noticieros y otros medios se encargaron de sembrar a nivel internacional que el Medio Oriente

era el enemigo y estaba infestado de criminales despiadados, solo bastó mostrar las imágenes de la falta de piedad que tuvieron contra mujeres y hombres para que el mundo entero reaccionara a favor de Estados Unidos, iniciando una discriminación masiva hacia las personas provenientes del Oriente.

# Capítulo II

## **“La televisión”**



## CAPÍTULO 2. LA TELEVISIÓN

### 2. DEFINICIÓN DE TELEVISIÓN

Sistema de transmisión de imágenes y sonidos por cable o por ondas radioeléctricas<sup>35</sup>. Para entender un poco más es fácil explicar el desarrollo que se lleva a cabo para lograr esa transmisión de imágenes.

Para poder transmitir una imagen de televisión, esta se convierte en la emisión en señales eléctricas proporcionales al brillo de cada uno de sus puntos. Las señales transmitidas después de pasar por una amplificación y una modulación, restablecen la modulación del brillo de cada punto y la posición de cada uno de ellos en el plano de la imagen. Los puntos se deben disponer en líneas sucesivas para lograr formar la imagen, gracias a las señales de sincronización.

Para conseguir el movimiento se transmiten 25 o 30 imágenes por segundo, a fin de evitar el parpadeo cada imagen es producto del entrelazado de dos tramas una que corresponde a líneas pares y la segunda a las impares, para detallar, las tramas son unidades encargadas del envío de datos<sup>36</sup>.

La televisión es uno de los medios de comunicación con mayor popularidad a nivel mundial, que se fundamenta en el envío y recepción de sonidos e imágenes por medio de diversos soportes como el satélite, el cable, la radio, entre otros. A pesar de que en la actualidad existen diversas plataformas que otorgan un catálogo variado de diferentes géneros con un costo accesible para la clase media y que se pueden ver a través de internet en otros dispositivos como celulares, tabletas y computadoras. La popularidad reside en su fácil acceso ya que millones de personas tienen la posibilidad de acceder a él de forma inmediata y fácilmente.

---

<sup>35</sup> AGUILAR, David y otros. El pequeño Larousse ilustrado. Ed. Larousse. México. 2003. Pág. 969.

<sup>36</sup> Ídem

## 2.1 EL FENÓMENO DE LA TELEVISIÓN

A lo largo de la historia el ser humano siempre ha empeñado por explorar y descubrir mejores medios para comunicarse, esto ha iniciado desde que los hombres de las cavernas descubrieron la manera de comunicarse los unos con los otros y conforme han pasado los años mediante el análisis y la experimentación han perfeccionado métodos, hasta llegar a la televisión.

La televisión es el resultado de uno de los rasgos más característicos del ser humano: su insaciable curiosidad<sup>37</sup>, el hombre siempre ha querido conocer lo que le rodea, los grandes misterios del universo así como saber lo que pasa en varios lugares al mismo tiempo, la necesidad de conocer más allá de donde se encuentra sin necesidad de viajar o gastar grandes cantidades de dinero.

Antes de que llegará la caja mágica tuvieron que pasar muchos años y el hombre tuvo que aprender sobre óptica, magnetismo, astronomía, química, electrónica entre otros, fue un arduo trabajo armar un aparato que reprodujera las cualidades del ojo y de los oídos, no fue nada una tarea fácil.

A su llegada y después de varios años la televisión se puede analizar desde diversos aspectos, la televisión es un buen medio de comunicación y eso no se discute así como que fue un gran invento, pero así como fue bueno hay otro fenómeno que sale a flote, se trata del estupendo negocio que les permite ganar millones cada año a las grandes televisoras.

Existen dos ámbitos el positivo y el negativo, el primero que ve a la televisión como arte, medio educativo y de trasmisión de información, pero al segundo se le atribuye el carácter comercial, los grandes capitales así como el fomento de una mente

---

<sup>37</sup> QUIJADA, SOTO Miguel. La televisión análisis y prácticas de la producción de programas. Ed. Trillas. México. 1996. Pág. 11.

delictiva en niños y el factor de distracción. Se habla de un factor que proporciona violencia ya que estimula la naturaleza agresiva del niño<sup>38</sup>.

Como medio educativo ha evolucionado con mucha lentitud, debido a los escasos programas hablando en la televisión abierta. Los televidentes de seis a dieciséis años de edad pasan de 6 mil a 12 mil horas frente a la televisión<sup>39</sup>. El problema se vuelve mayor cuando los programas para adultos pasan en un horario en el cual cualquiera lo puede ver, es decir estas escenas se encuentran en el nivel intelectual de un niño de diez u once años porque los puede comprender.

Se mencionó que la cámara de televisión y el equipo de sonido son los sustitutos de los ojos y de los oídos, y aunque es así no puede proveer de una experiencia multisensorial, por ello el artista manda mensajes de fraternidad tratando de crear un vínculo con el televidente pero el capitalista detrás de él, lo único que quiere es vender por ello el contenido sensacionalista, la violencia y la sensualidad gratuita cada vez son más amplios.

Si tan solo la televisión fuera manejada de diferente manera, podría convertirse en un trasmisor del pensamiento humano y un mensajero positivo hacia todos los televidentes sin importar edad y que si llega a mostrar los peligros que también muestre consecuencias siempre y cuando sean reales no alejados de la realidad que se vive día con día.

---

<sup>38</sup> Ibídem. Pág. 12

<sup>39</sup> Ibídem. Pág.13

## 2.2 ANTECEDENTES DE LA TELEVISIÓN

En 1934, Guillermo Gonzales Camarena construyó una cámara de televisión y que afines de esa década hizo posible el color en la pantalla chica<sup>40</sup>, luego de eso existió una negociación entre Estados Unidos y México para la entrada del televisor a color al mercado de las comunicaciones.

1947 la iniciativa privada Emilio Azcárraga Vidaurreta y Rómulo O'Farril, presentaron la solicitud y entregaron concesiones para negociar con el Estado la entrada de la televisión nacional<sup>41</sup>. México aún no podía estabilizarse como potencia económica, ni tenía idea del poder que representaban los medios de comunicación, por ellos todo quedó a manos de la iniciativa privada como hasta la actualidad.

El primer canal comercial en México y América Latina se inauguró el 31 de agosto de 1950. La televisión en México emergió en los años cincuenta, bajo el periodo presidencial de Miguel Alemán Valdez<sup>42</sup>, quien el día 1 de septiembre hizo pasar su cuarto informe de gobierno a través del canal 4.

En ese momento se presentaban dos tipos de modelos para implantar en la República Mexicana, el primero era el modelo de trasmisión europea el cual tenía un gran prestigio internacional y su principal característica era que tenía un sistema de financiamiento estatal y el segundo modelo era el estadounidense que se caracterizaba por sustentarse en un sistema comercial. Para México se eligió el segundo.

---

<sup>40</sup> COVARRUBIAS, Karla Yolanda y otros. Cuéntame en qué se quedó la telenovela como fenómeno social. Ed. Trillas. México. 1994. Pág. 120.

<sup>41</sup> Ídem

<sup>42</sup> Ídem

### 2.2.1 El primer canal

En 1948, se eligió el modelo en que estaría implicado la Televisión que fue el de sustentarse en sistema comercial, que era el que manejaba su país vecino, Estados Unidos. Así fue como comenzó la autorización de concesiones, de esto sacó provecho Romulo O´ Farril, dueño del periódico novedades.

O´ Farril tuvo la primera adjudicación en el año 1949 y fue bautizada como XHTV y el gobierno le asignó el canal 4 del cuadrante para ubicar su señal. De esta manera nació el primer canal comercial de México y América Latina<sup>43</sup>.

Las primeras instalaciones se ubicaron en los pisos 13 y 14 de la Lotería Nacional, la antena para las emisiones se colocó en mayo de 1950, un año después de la adjudicación del canal. Pasaron tres meses hasta que el 31 de agosto del mismo año se inauguró oficialmente el canal 4 con una transmisión en vivo desde el hipódromo del Jockey Club, ubicado en la Ciudad de México.

Este primer programa fue producido y anunciado por Gonzalo Castellot, quien fue el primer locutor de televisión comercial en México<sup>44</sup>. Pero no todo quedó ahí un día después de la transmisión el presidente Miguel Ángel Valdés rindió su cuarto informe de gobierno desde el Palacio de Bellas Artes, y desde ese año hasta la actualidad cada mandatario ha seguido dando su informe a través de la televisión.

Ese evento fue lo que determinó la inauguración oficial de la televisión comercial en el país. En lo sucesivo tuvo varios hechos importantes y el canal cuatro fue el punto de partida para que se desarrollaran más en México y toda la República Mexicana.

---

<sup>43</sup> AGUADO, Cruz, Eduardo. Los géneros periodísticos de opinión en la televisión mexicana. Ed. Trillas. México. 2009. Pág.34

<sup>44</sup> Ídem

### **2.2.2 Canal 2**

La segunda concesión que el gobierno mexicano otorgó en la banda VHF fue la XEWTV en octubre de 1950<sup>45</sup>, se la dieron a Emilio Azcarraga Vidaurreta y fue el primer canal con cobertura nacional. El 21 de marzo de 1951 fue la fecha en que se llevó a cabo la primera transmisión y fue la cobertura de un juego de beisbol.

Conforme pasaban los meses el canal 2 y el canal 4 se fue enriqueciendo en programación al grado de hacerse competencia, empezaron a adquirir artistas para hacer más llamativos los programas, así como cobertura en eventos deportivos, musicales y películas. Estos esfuerzos daban su recompensa ya que en cada hogar se multiplicaban las antenas en el techo en forma "T", que eran los aparatos receptores de la señal.

En la actualidad el canal 2 representa la mayor parte de su programación y la mayor fuente de ingresos por el tiempo publicitario, presentando producciones hechas por la compañía como lo son las telenovelas y algunas películas en español que se presentan en horario estelar.

### **2.2.3 Canal 8**

Pero eso no es todo, surge canal 8, el 10 de mayo de 1952 con la frecuencia XHGC, las últimas letras son en honor a su fundador Guillermo Gonzales Camarena, la primera transmisión fue en el teatro Alameda de un festival del día de las madres organizado por el periódico Excélsior.

Cuando surge esta transmisión la competencia entre estos tres canales se vuelve cada vez más tensa. Pero Emilio Azcarraga y Rómulo utilizaron una gran estrategia para no salir dañados sino todo lo contrario y fue asociarse junto con Gonzales

---

<sup>45</sup> AGUADO, Cruz, Eduardo. Los géneros periodísticos de opinión en la televisión mexicana. Ed. Trillas. México. 2009. Pág.35.

Camarena. Las estaciones XEWTV, XHTV y XHGC se fusionaron en la empresa Telesistema Mexicano.

Su estrategia tenía grandes propósitos y que analizándolas actualmente funcionaron de la mejor manera, esos propósitos eran liquidar una potencial competencia de algún otro canal que surgiera, limitar Gonzales Camarena ya que en la repartición de porcentajes él no era socio comercial sino técnico, y por ultimo unir fuerzas para levantar la industria.

<b>Empresa</b>	<b>Concesión</b>	<b>Canal</b>	<b>Inauguración</b>
Televisión de México, S. A.	Rómulo O'Farril	4	31 de agosto de 1950
Televimex, S. A.	Emilio Azcarraga Vidaurreta	2	21 de marzo de 1951
Televisión Gonzales Camarena	Guillermo Gonzáles Camarena	5	10 de mayo de 1953

FIGURA 6. Empresas concesionarias. AGUADO, Cruz, Eduardo. Los géneros periodísticos de opinión en la televisión mexicana. Ed. Trillas. México. 2009. Pág.36

Después de más de 20 años el canal 8 cambia su señal a XEQ y se convierte en el canal 9, adoptando una línea comercial ya que antes era un canal cultural, en junio de 2001 se transforma en Galavisión y en abril de ese mismo año se renueva y cambia a canal 4.

## 2.3 LA TELEVISIÓN COMO MEDIO MASIVO DE COMUNICACIÓN

En la actualidad hay más de 750 millones de televisores en todo el mundo en casi 160 países que son vistos por más de 2.5 billones de personas. Por cada niño que nace en el mundo un televisor es armado, más personas tienen acceso a la televisión que al mismo teléfono<sup>46</sup>.

La televisión se ha convertido en un medio de profundo efecto en lo que los seres humanos hacen, en sus actividades diarias desde que ponerse, lo que comen, lo que está de moda así como hasta en las decisiones en el ámbito político.

La televisión muestra a sus receptores una serie de imágenes que deben ir acorde con el sonido y esta producción se puede dividir en dos, la primera es la instantánea, es decir al mismo tiempo en que se produce la grabación se transmite y la diferida que es mediante el almacenamiento de imágenes y sonidos grabados.

Se habla de que es un medio masivo de comunicación por varias características una de ellas es que se dirige a un público muy amplio y que para cumplir todas las actividades que deben hacer para que un medio masivo de comunicación cumpla su función, es fundamental que existan personas encargadas de la coordinación y es ahí donde inicia la existencia de una jerarquía.

El desarrollo tecnológico de este medio masivo facilita el intercambio de señales, registro y grabación por ello individuos pueden ver en su pantalla lo eventos que pasan a miles de kilómetros. Así mismo las comunicaciones que los medios masivos tienen deben ser públicas con un contenido abierto a todos.

Aunque a veces no siempre puede ser totalmente abierta, en el caso de la televisión hay diversas restricciones, por ejemplo que se necesita un aparato receptor

---

<sup>46</sup> AGUADO, Cruz, Eduardo. Los géneros periodísticos de opinión en la televisión mexicana. Ed. Trillas. México. 2009. Pág.53.



para obtener la señal y el individuo debe conocer el idioma en que se presentan las programaciones.

En resumen la televisión es un medio masivo de comunicación porque consta de una organización formal, es decir un capital, estructura y jerarquía, además se dirige a auditorios muy grandes y su público es heterogéneo, así mismo los mensajes son públicos y llegan al mismo tiempo a muchas personas.

## 2.4 MANERAS DE ENTENDER A LA TELEVISIÓN

La televisión permite al ser humano dar una visión hacia un mundo imaginable, lleno de cosas que le gusta o desea que sean posibles y como no puede ser en el mundo donde vive busca una escapatoria para encontrarlo.

Esta muestra características semejantes a la vida cotidiana, como la ira, el amor, la avaricia, etc. Muestra cosas probables pero también improbables, es ahí cuando se observa una realidad lejana mostrando gente siempre bonita que no tiene los mismos problemas que se manejan en la realidad, en pocas palabras la televisión embona dos características importantes, la primera es un mundo de fantasía al cual se le añade componentes u cosas conocidas con las cuales los seres humanos se pueden identificar.

La televisión, objeto de estudio, tecnología, un agente y una mediación<sup>47</sup>, son tres maneras teóricas de ver a la televisión ya que está implícita en todos los niveles sociales y es una tecnología presente en la vida cotidiana. Comprender el impacto de dicho artefacto y explicar lo que implica es muy complejo y amplio, por ello existen tres tipos de clasificaciones para tratar de ayudar a un mejor entendimiento.

### 2.4.1 Tecnología

En la vida diaria, lejos de que la tecnología sea un agente extraño es una extensión de ayuda, debido a que en muchas actividades se depende de ellas, un ejemplo son las licuadoras, planchas, estufas, refrigeradores, entre otros.

Es así como poco a poco la televisión después de haberla comprado va generando una necesidad por verla todos los días a ciertos horarios, provocando que en casa la televisión forme parte de las relaciones familiares, porque a través de sus

---

<sup>47</sup> COVARRUBIAS, Karla Yolanda y otros. Cuéntame en qué se quedó la telenovela como fenómeno social. Ed. Trillas. México. 1994. Pág. 121.

transmisiones que se clasifican en géneros logra generar temas de conversación, de sentimientos, de referencia y de comparación.

### **2.4.2 Agente**

Ya se estableció que la televisión es una tecnología de ayuda que logra generar temas de conversación, pero también es un agente que utiliza la cultura y lo muestra a los receptores en diversos géneros televisivos.

Las formas y los contenidos de la televisión entendidos como géneros y textos unidos por el movimiento de las imágenes, constituyen el lenguaje de la televisión que además de informar, desinforma y deforma<sup>48</sup>. En primera instancia este agente desinforma porque crea situaciones alejadas a la realidad en la cual viven los receptores, eso provoca una falta de entendimiento a las situaciones sociales cambiantes que se generan en la actualidad.

Y por consecuente deforma debido a que las situaciones plasmadas tratan sobre estratos sociales bien definidos en los cuales exageran, inventan y crean otras realidades, alejando a los individuos de su propia realidad.

A todo esto se añade que la televisión enseña o muestra riquezas y bellezas que no se encuentran al alcance del sector popular, de igual manera crea reconocimientos a grupos sociales como lo son la clase alta de los cuales no se está interesado o de los cuales no se tiene nada que decir.

---

<sup>48</sup> COVARRUBIAS, Karla Yolanda y otros. Cuéntame en qué se quedó la telenovela como fenómeno social. Ed. Trillas. México. 1994. Pág. 122.

### 2.4.3 Mediación

La mediación en el proceso de la comunicación adquiere relevancia porque es de ahí donde puede darse la manipulación de las audiencias. Es hasta la década de los 80's que la mediación como tal se relaciona explícitamente a la cultura y a los movimientos sociales.

La televisión no sólo es un medio, sino al mismo tiempo es una mediación social, un medio en tanto como flujo tiene existencia autónoma, independiente a la de otros sistemas definidos como la familia; y mediación porque produce y reproduce sentidos sociales<sup>49</sup>.

Hay muchos libros y definiciones sobre qué es la televisión, pero en sus características más populares destaca que es un medio técnico de comunicación que transmite mensajes y una institución social que coexiste con otras como la familia y la iglesia utilizándolas a su conveniencia, esta dualidad hace que sea tan distintivo ya que permite darle verosimilitud a su discurso y utilizar la emotividad de su audiencia.

Se habla de mediación porque interviene en diferentes procesos ya sea para sugerir, idear o transformar representaciones del mundo, es decir, toma piezas culturales y trata de organizar la manera en la que los seres humanos perciben la realidad en la que viven.

La televisión como medio de difusión cultural hace accesibles los bienes culturales a los sectores sociales, haciéndolos más llamativos por la combinación de imagen y sonido. Pero al momento de transmitirla hace una influencia en la concepción, valoración y apropiación de las pautas sociales, es decir, presenta un modelo de la sociedad del que los individuos de distintas edades quieren imitar.

---

<sup>49</sup> Ibídem, pág. 123

Un ejemplo es que para muchos niños la televisión es la institución social importante y formativa en sus vidas ya que es de ahí donde sacan información que se interpreta como el aprendizaje que realiza el niño en sus primeras etapas. Esto va influyendo ya sea de forma negativa o positiva según las normas, pautas o valores compartidos por los miembros de su comunidad social.

La influencia de la televisión se debe a la transmisión de la cultura ya que ésta es una forma de intervención al proceso de socialización, afectando a sus elementos fundamentales como los valores, creencias, juicios, formas de vida, opiniones, etc. y actúa como mediación ya que los televidentes o usuarios se forman una imagen del mundo de lo social que los aproxima a una interpretación de la realidad.

La mediación se relaciona con los medios masivos de información debido a la manera en que los emisores y los medios perciben y transmiten los mensajes del acontecer social al público, un ejemplo de ello es la producción de las noticias, esto no quiere decir que se producen noticias falsas (aunque a veces sí lo son) sino que al transmitir las interviene la intencionalidad del emisor, es decir, elige que es lo más relevante y con qué intención lo informará.

La televisión no solo proporciona experiencias que suelen ser alejadas a las que se viven día con día, sino también que organiza la percepción de la realidad en la que vivimos, remodelando el tiempo y el espacio cotidianos, adaptándolos a una pantalla. Los lugares cuyas imágenes han sido posible ver en la pantalla se perciben psicológicamente como más próximos, aunque estén mucho más distantes en el plano geográfico. Por ejemplo, la luna, después de la transmisión en directo del alunizaje, se percibe como más cercana<sup>50</sup>.

La televisión como mediadora hablando en el ámbito técnico, es un objeto de la tecnología que se ha vuelto indispensable y como mediadora en el ámbito social, toma

---

<sup>50</sup> SERRANO, Martín Manuel. La influencia social de la televisión: niveles de influencia I. CIS. España. 1982. Pág. 41

la elaboración del conocimiento de la realidad y en la valoración de los sujetos de la realidad<sup>51</sup>.

La mediación no es dada por el objeto (la televisión) sino como la institución social que representa cuando entra a la familia e interviene en los procesos personales y colectivos tratando de sugerir una realidad distinta a la que se vive día con día. Como ya se había detallado en los anteriores subtemas, la televisión es un agente que cambia el entendimiento de la realidad, deformándola en situaciones lejanas y exageradas.

---

<sup>51</sup> COVARRUBIAS, Karla Yolanda y otros. Cuéntame en qué se quedó la telenovela como fenómeno social. Ed. Trillas. México. 1994. Pág. 123.

## 2.5 CÓMO LLEGA LA TELEVISIÓN A LAS FAMILIAS MEXICANAS

Con la presencia de la televisión en el año 1950 comienza el gusto o atracción de los mexicanos por adquirir dicho aparato. En ese mismo año se registró una venta de menos de 200 aparatos vendidos; para 1960, 10 años después se habían vendido 650 mil televisores, y ya para 1970 la cifra llegó a 2, 993, 000<sup>52</sup>.

Un gran detonante para que las ventas incrementaran en gran proporción fue la celebración de las olimpiadas en el año 1968 y dos años más tarde en 1970 el mundial de futbol realizado en México. En todos los hogares mexicanos surge el deseo de la presencia del televisor para gozar de los encuentros entre países y sobre todo el anhelo de apoyar a México, la presencia de los eventos ya mencionados motivó la venta de los televisores.

El país incursiona en la era de las comunicaciones vía satélite al transmitir los diversos eventos de las olimpiadas en México y 17 años después de eso se colocan los primeros dos satélites nacionales de comunicaciones. Desgraciadamente no todo fue bueno, ya que surge la matanza de Tlatelolco en 1968, época de transformación para el país, de decisiones radicales e inestabilidad.

Aquí es donde empieza un claro ejemplo de la deformación que causa la televisión a la realidad con la información distorsionada que salió la mañana del 3 de octubre en relación a la desaparición, torturas y asesinatos de jóvenes estudiantes.

---

<sup>52</sup> COVARRUBIAS, Karla Yolanda y otros. Cuéntame en qué se quedó la telenovela como fenómeno social. Ed. Trillas. México. 1994. Pág. 127.

## **2.6 USOS CONSCIENTES DE LA TELEVISIÓN EN LAS FAMILIAS MEXICANAS**

Los usos están definidos por la utilidad que los miembros de las familias le dan a la televisión como objeto es decir el uso técnico del aparato y como medio de interacción para lograr determinados objetivos. Existen varios usos pero los conscientes se dividen en siete.

### **2.6.1 Reguladora de tiempo**

Los inicios y finales de los programas señalan las horas del día mediante una relación con el programa que está al aire y las actividades de los sujetos<sup>53</sup>. En palabras más sencillas el hecho que empiece, termine o este al aire un determinado programa hace que se asocie a las actividades cotidianas de los individuos. Un ejemplo específico es a la hora que las noticias matutinas señalan el momento de anunciar el clima en el canal de Televisa S.A DE C.V. se convierten en el regulador de tiempo para salir de casa y dirigirse a la escuela o al trabajo.

### **2.6.2 Agente de compañía**

La televisión es usada como una presencia por cualquier individuo ya sea que se encuentre en un núcleo familiar, viviendo en pareja, con amigos o solo. Aunque no siempre que este prendida se le ve o se le pone atención, pero se le escucha, amas de casa encienden el televisor mientras realizan sus tareas habituales, de igual manera los individuos que viven solos la utilizan para sustituir presencias, el simple sonido de personas hablando hace sentir acompañado, es así como es usada como una presencia.

---

<sup>53</sup> COVARRUBIAS, Karla Yolanda y otros. Cuéntame en qué se quedó la telenovela como fenómeno social. Ed. Trillas. México. 1994. Pág. 132.



### **2.6.3 Agente consejero**

Por medio de los anuncios comerciales y por la programación la televisión genera sentidos de dirección de la acción de los miembros<sup>54</sup>. No solo genera sentidos sino que en muchas ocasiones los refuerza, es decir, la televisión es usada como consejera o toma de ellas ejemplos o situaciones plasmadas para utilizarlas en cualquier práctica en el interior de la familia.

### **2.6.4 Medio que da motivos de conversación**

La televisión es motivo de reunión ya sea en la sala o a la hora de la comida. Esta misma puede generar motivos para iniciar una conversación a partir de la programación que se está viendo, inician como comentarios que en pocos segundos entablan un dialogo el cual se suspende cuando empieza la trasmisión y se inicia al iniciar comerciales. Los temas que se abordan son variados, van desde el atuendo que están usando los actores, actrices o presentadores hasta la comida que se consumió ese día en casa.

### **2.6.5 Medio de entretenimiento y distracción**

Este es uno de los usos más presentes en la familias mexicanas, cuando los miembros tienen tiempo libre lo más recurrente que hacen es encender el televisor aunque muchas veces no pase contenido de gusto, sigue siendo el uso clásico o el más común. Es decir que se ve cuando se tiene tiempo para el ocio.

---

<sup>54</sup> *Ibíd*em

### **2.6.6 Medio que otorga todo tipo de información**

Para muchos de los sujetos la televisión representa uno de los medios de información por excelencia<sup>55</sup>, es decir a pesar de la existencia de otros recursos con mayor rapidez, la televisión es el medio por el cual los individuos se enteran de todo tipo de información ya sea local, nacional, estatal o internacional.

En la actualidad la veracidad de dicha información se pone en una balanza, como resultado hay una severa disminución de la credibilidad de la información que se muestra a través de noticieros o programas populares, debido al internet que abre puertas a lo que en verdad sucede a detalle por medio de videos o imágenes.

### **2.6.7 Medio que propone modas, acciones y hábitos**

Con las transmisiones que muestra y hasta por los comerciales la televisión está proponiendo en cada escena transmitida diversas acciones, desde tipos de prendas para vestir, como combinarlos, zapatos de temporada, hábitos que se destacan y que los sujetos a veces retoman las propuestas presentadas y las incorporan a las acciones de su vida diaria.

---

<sup>55</sup>COVARRUBIAS, Karla Yolanda y otros. Cuéntame en qué se quedó la telenovela como fenómeno social. Ed. Trillas. México. 1994. Pág. 133

## 2.7 EL SECTOR TELEVISIVO EN MÉXICO

El sector de la televisión abierta en México está fuertemente marcado desde 1993 por un duopolio privado, constituido por Televisa y Tv Azteca<sup>56</sup>. Empresas que durante muchos años han gozado de la protección gubernamental, así como la facilitación en la asignación de frecuencias.

Este duopolio tiene una gran cobertura nacional ya que cada uno cuenta al menos con dos cadenas nacionales y no solo abarcan la televisión, sino medios impresos así como radiodifusoras.

Antes de que apareciera Tv Azteca, todo el sector lo abarcada Televisa y de forma mínima el grupo de Estado Imediación, lo cual no era una competencia justa y este último se quedaba bajo las sombras. Existen programas de pequeñas empresas con cobertura pequeña, es decir solo pueden transmitir en sus estados o en zonas limitadas.

### 2.7.1 Televisa

Televisa ha forjado el modelo de la televisión en México. Su historia puede confundirse con la de la televisión misma<sup>57</sup>. Televisa creció poco a poco logrando tener un monopolio ya que los demás no eran competencia, con el paso del tiempo su expansión fue geográfica.

La historia de la familia Azcárraga comenzó en los años 1930, en la cuna de la radiodifusión iniciada por Emilio Azcárraga Vidaurreta, quien fundó la XEW "La Voz de la América Latina desde México" que fue la primer radiodifusora con cobertura nacional.

---

<sup>56</sup> GARCÍA, Rubio Claudia. Para entender la televisión en México. Ed. Fragua. México. 2008. Pág.25.

<sup>57</sup> Ibídem. Pág. 27.

En 1955, Emilio Azcárraga Vidaurreta y los propietarios de XHTV Canal 4 y XHGC Canal 5, deciden fusionarse para colocar la infraestructura necesaria y llevar la señal a todos los rincones del país, formando Telesistema Mexicano. Fue hasta el 8 de enero de 1973 cuando Independiente de México y Telesistema Mexicano se fusionaron para dar nacimiento a Televisa.

Años después el mando fue tomado por Emilio Azcárraga Milmo, quien utilizó un estrategia de negocios muy buena que fue la internacionalización, exportando sus contenidos a Univisión lo que permitió llegar a más público.

En 1997 asume la presidencia Emilio Azcárraga Jean trayendo consigo una ola de innovación y crecimiento. La solidez de este grupo se basa en una gestión familiar la cual aunque haya descontentos y discusiones no permiten que se hagan públicos, esto provoca una fuerte imagen frente a los televidentes.

### **2.7.2 Televisa y sus posesiones en prensa, radio y televisión**

Televisa posee empresas tanto en el ramo de la prensa escrita así como en radio y televisión. En 2005 y según datos de la compañía Editorial Televisa, edita 50 revistas las cuales se distribuyen a 18 países, incluyendo títulos como: Tv Novelas, Vanidades, Cosmopolitan, Disney Watch, National Geographic, Cocina Fácil, entre otros<sup>58</sup>.

Pasando a la radio, Televisa cuenta con su filial Televisa Radio que cuenta con 17 estaciones, 6 en FM y 11 en AM en las principales ciudades del país como: Guadalajara, Monterrey, Mexicali, México, Veracruz y San Luis Potosí. Para mencionar algunas se encuentra la Kebuena AM y FM, Cadena Q, Radical WFM y Vox FM.

Pasando a lo más relevante, Televisa en la televisión aérea cuenta con el canal 2(27 repetidoras), el 5(60 repetidoras), 4(Ciudad de México y zona metropolitana) y 9

---

<sup>58</sup> GARCÍA, Rubio Claudia. Para entender la televisión en México. Ed. Fragua. México. 2008. Pág.30.

(antes canal 8 con 18 repetidoras). Las repetidoras son estaciones que replican la señal en el lugar donde se encuentra instalada<sup>59</sup>. En total cuenta con 257 estaciones de las cuales 225 son propias y 32 afiliadas.

La competencia que ha manejado Televisa para crecer tanto es que no se enfrenta a las nuevas empresas que aparecían, su estrategia era proponerles una fusión que terminaba siempre con la desaparición de la empresa competidora.

En su búsqueda de una variedad de entretenimiento, como es el caso del deporte, en específico el fútbol Televisa cuenta con equipos como: Club América, Club San Luis y Necaxa, así como es propietario del Estadio Azteca.

Televisa es fuerte debido a que controla las etapas por las que atraviesa las emisiones hasta llegar a las pantallas de los televidentes, va desde la concepción, la producción, la distribución y la difusión. Esto le permite disminuir costos de producción lo cual representa el rechazo a la competencia.

Los productos o servicios que Grupo Televisa ofrece al público son: Producción y transmisión de programas televisivos, distribución de programas a nivel internacional, televisión por cable, servicios de televisión directa al hogar via satélite, publicación y distribución de revistas y discos, producción de programas de radio, servicios de doblaje y producción y distribución de películas<sup>60</sup>.

Otra cosa de la que se ha apropiado y lo beneficia en gran manera es la materia prima, es decir los artistas o creadores que se ven en pantalla. Es así como ellos se comprometen con Televisa mediante contratos de exclusividad, haciendo que los artistas independientes no tengan posibilidades para llegar a la pantalla.

---

<sup>59</sup> Ídem

<sup>60</sup> AGUADO, Cruz, Eduardo. Los géneros periodísticos de opinión en la televisión mexicana. Ed. Trillas. México. 2009. Pág.39

EMPRESA	NOMBRE COMERCIAL	COBERTURA	GÉNEROS MÁS EXPLOTADOS
Grupo Televisa	Canal 2	Nacional: 98.8%	Telenovelas Entretenimiento Información Futbol
	Canal 5	Nacional: 90.1%	Ficciones Series US Deportes
	Canal 4	Nacional 33.0%	Deportes Ficción
	Canal 9	Nacional: 72.8%	Entretenimiento

FIGURA 7. El paisaje de la televisión abierta en 2017. GARCÍA, Rubio Claudia. Para entender la televisión en México. Ed. Fragua. México. 2008. Pág.26.

### 2.7.3 Apoyo gubernamental a Televisa

El gran poder que tiene Televisa no lo logró por sí solo, tuvo una fuerte ayuda desde sus inicios hasta la actualidad y no es un secreto que el gobierno durante años ha brindado facilidades de expansión, claro esto es algo que favorece a ambos participantes ya que en la pantalla se trasmite lo que el gobierno quiera y Televisa obtiene más ganancias y más beneficios, mientras que el pueblo se condena a no saber lo que en realidad pasa en su exterior.

Este grupo nunca ha tenido impedimentos políticos para su crecimiento, logrando manejar el entretenimiento de todos los televidentes de la República Mexicana por más de 20 años, convirtiéndose en unos de los pilares más sólidos del autoritarismo.

Además el gobierno a través de la Secretaria de Comunicaciones y Transportes ha contribuido a su expansión, específicamente la difusión de señales utilizando la red

de microondas<sup>61</sup>. Todo ello ha propiciado que Televisa tenga una posición tan privilegiada, protegida y que su contenido cada día se vuelva más extenso, para un gran porcentaje de familias mexicanas los noticieros de esta televisora son la única fuente para obtener información de lo que acontece en el país y en el mundo.

---

<sup>61</sup> GARCÍA, Rubio Claudia. Para entender la televisión en México. Ed. Fragua. México. 2008. Pág.32.

## 2.8 OFERTA TELEVISIVA EN MÉXICO

Existen diversos géneros televisivos, algunos son más explotados o sobreexplotados que otros dependiendo el horario y para quienes están dirigidos. Las parrillas de los programas, es decir lo que transmiten día con día se realizan semanalmente para que no se sufra alguna modificación en el cambio de temporadas de año.

CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA	
Emisiones de ficción	Series, telenovelas, películas cinematográficas, ficción teatral, dibujos animados.
Emisiones de carácter documental	Documentales.
Emisiones de información	Noticieros, cápsulas informativas, emisiones de información urbana.
Emisiones destinadas a los niños y adolescentes	Juegos, reportajes.
Emisiones deportivas	Partidos y juegos de todos los deportes así como la tauromaquia.
Emisiones de tele-ventas	Emisiones de ventas por televisión (tele shopping o infomerciales) excluyendo mensajes publicitarios y patrocinios.
Emisiones destinadas a la educación o de carácter oficial	Emisiones provistas por la Dirección General de la Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación para su difusión por obligación legal.
Emisiones de entretenimiento	Juegos, concursos, emisiones cómicas, video clips y emisiones de entretenimiento diverso.

FIGURA 8. Oferta televisiva de alcance nacional. En GARCÍA, Rubio Claudia. Para entender la televisión en México. Ed. Fragua. México. 2008. Pág. 70.

### 2.8.1 Los dibujos animados y las series

Los dibujos animados y las series, sobretodo provenientes de Estados Unidos, ocupan un lugar central en las ficciones<sup>62</sup>. Tratándose de la cadena 5 manejada por el Grupo Televisa, los dibujos animados se transmiten todo el día debido a que los niños asisten a la escuela ya sea en la mañana o en la tarde, es decir están disponible la mayor parte del día.

---

<sup>62</sup> Ibídem. Pág.79.



Este género no representa una parrilla costosa, ya que la mayoría son repeticiones de caricaturas viejas que solo se retrasmiten. No solo es una manera de entretener a los niños sino de buscar su fidelidad, ya que al ser pequeños están más propensos a engancharse con cierto dibujo animado y seguirlo determinadamente cada día a la misma hora.

Aunque en muy poco porcentaje, se puede ver a esta clasificación como educativa, mostrando programas estadounidenses como Dora la explotadora y venezolanas como Juana la iguana, pero solo es una minoría cada vez van desapareciendo este tipo de dibujos educativos, sin embargo todos ellos están considerados como de ficción.

### **2.8.2 Cintas cinematográficas**

Las películas se encuentran en la clasificación de ficción y aunque en el canal 2 se trasmiten películas mexicanas, la mayoría son antiguas y las más actuales son producidas por los dueños (Televisa), en el canal 5 más cuando es fin de semana su programación está basada en películas extranjeras.

En la actualidad esta sección está perdiendo audiencia debido a toda la barra programática que se puede encontrar en las plataformas de internet, como lo es Netflix, por ello buscan transmitir estrenos, es decir películas que no tengan años de haber sido estrenadas.

### **2.8.3 Emisiones Cómicas**

Desde que surge la televisión las emisiones cómicas no se hicieron esperar en su caso se puede mencionar las películas de Cantinflas, las cuales siempre tenían un toque humorístico que al público le encantaba.

Conforme pasaron los años esto siguió produciéndose y los concesionarios de las estaciones siguieron produciendo este tipo de géneros no tanto en películas pero si en series, una de ellas es la familia peluche caracterizadas por su tono popular y a menudo vulgar o de doble sentido, y esta se sigue retransmitiendo actualmente, otro por mencionar es ¡Ay caramba! Donde se presentan situaciones humorísticas de personas comunes.

Es así conforme por años las emisiones cómicas se han mantenido y representan un gran entretenimiento para las familias mexicanas, transmitiéndose en horas específicas como a la hora de comer, donde toda la familia está reunida frente al televisor y pueden disfrutarla, así como en la noche y que se logre un despeje de todo lo malo o bueno que ha pasado durante el día.

#### **2.8.4 Concursos y juegos**

Al mismo modo que las emisiones cómicas los concursos y juegos han estado en el centro del entretenimiento de Televisa. Su popularidad goza en que hacen participe a las familias mexicanas mediante los concursos, un ejemplo es 100 mexicanos dijeron, entre otros, después vinieron otro tipo de programas que están dentro de éste género, como lo fue Big Brother y actualmente La voz México.

#### **2.8.5 Entretenimiento y espectáculos**

Este tipo de programas consiste en criticar a personalidades públicas, así como buscar exclusivas, declaraciones y sacar o hacer especulaciones sobre la vida privada. En dichos programas se invitan a diversos personajes de la farándula y se transmiten de lunes a viernes en el horario de la tarde.

Programas como Ventaneando, Al ojo del huracán, Cosas de la vida son algunas emisiones que en su momento se han proclamado como emisiones

periodísticas, aunque son totalmente emisiones de espectáculos y por ello se ubican en la clasificación de entretenimiento.

La progresión de este tipo de emisiones, especialmente a partir de 1996, ha buscado dividir a los televidentes y compartir mercado con el otro grupo televisivo<sup>63</sup>. Televisa y Tv Azteca son los encargados de producirlos y buscan a como sea posible llamar la atención de los televidentes.

### **2.8.6 Emisiones musicales**

Las emisiones musicales son transmitidas normalmente en fin de semana, aunque hay algunos programas que pasan algunos minutos destinados a la música como lo es el Hoy, Cada mañana, entre otros.

En el canal 2 las emisiones musicales siempre se han destacado por ser en domingos por la tarde como Hit Popular o Top 10 en español. También existen programas destinados a la música pero caen en la clasificación de programas o concursos como lo es La Voz México, La academia, etc.

### **2.8.7 Las Telenovelas**

La novela es un tipo de emisión secuenciada explotada y sobreexplotada en América Latina y en México, en primer lugar por Televisa y en segundo por Tv Azteca aunque este último se ha dedicado a comprar los derechos de las telenovelas venezolanas para transmitir las y después de unos años optó por producir su propio contenido.

Televisa desde un principio su iniciativa fue producir y transmitir sus propias telenovelas, las cuales desde 1970 ocupan un lugar mayor en las parrillas de

---

<sup>63</sup> GARCÍA, Rubio Claudia. Para entender la televisión en México. Ed. Fragua. México. 2008. Pág.81.

programación que los otros géneros. Nacida en los años 1960 y es la sucesora de las radionovelas y del teatro televisado.

Las telenovelas han ido evolucionando ya que a lo largo del tiempo la extensión del horario en que se presentaban se ha ido agrandando abarcando la mayor extensión de horas en la tarde y de la noche ya que la última que se presenta es antes de iniciar el noticiero.

Las telenovelas más marcadas y explotadas son las de drama o de corazón como también se le conocen, pero a lo largo de los años se han transmitido telenovelas de época o incluso en la actualidad de temas de política.

## Capítulo III

# **“Las Telenovelas”**

## CAPÍTULO 3 LAS TELENVELAS

### 3. ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN DE LAS TELENVELAS

Estas etapas se dividen en cuatro, la inicial que abarca desde la década del '50 hasta la del '60, en que surge el videotape<sup>64</sup>. A partir de ese momento y conforme los años avanzaban las siguientes etapas se iban desglosando cada una con características significativas, hasta llegar a la etapa transnacional que refiere a la entrada y salida de producciones.

#### A) ETAPA INICIAL

“La prehistoria de la telenovela”. Trata de como los programas estaban hechos en vivo y con la llegada o entrada del videotape eso cambio. Para detallar y explicar el significado del videotape, trata de una cinta magnética en las que se registran imágenes visuales y sonidos, se recuerda como un rectángulo de tamaño grande color negro con dos agujeros muy parecido al caset.

El inicio de las telenovelas aportó la expansión de otras industrias como lo fueron las de publicidad, la fonografía a través de la presencia de cantantes y la periodística, es decir el periodismo de espectáculos que se unió totalmente con las telenovelas y juntos producen hasta la fecha una gran entrada de ingresos.

#### B) ETAPA ARTESANAL

El videotape permitió comercializar el contenido, y en México logró organizar la secuencia de las grabaciones y con ello dar inicio a las grabaciones por sets, esto logró que las telenovelas fueran mucho más atractivas visualmente. En esta misma etapa se empiezan a utilizar el apuntador electrónico.

---

<sup>64</sup> MAZZIOTI, Nora. La industria de la telenovela. Ed. Paidós. México. 1996. Pág.28

Las limitaciones en la tecnología de grabación hicieron difícil que los países latinoamericanos entre ellos México exportaran programas. Pero hay casos excepcionales como: El derecho de nacer y simplemente María que circularon por todas las televisiones del continente. México hizo adaptaciones, entre los años 1989 y 1990 de simplemente María y en 1981 el derecho de nacer que originalmente es una radionovela cubana.

### C) ETAPA DE INDUSTRIALIZACIÓN:

A lo largo de las décadas de los 70's y los 80's, México se afianzaba como uno de los importantes países productores junto con Brasil y Venezuela. La estrategia de venta al exterior en primer lugar de México, apunta al mercado latinoamericano y a la creciente población hispanohablante de Estados Unidos<sup>65</sup>.

Esto posibilitaba a que los actores y actrices lograran cantar, ser la imagen de anuncios, comerciales y portadas de revistas, es decir expandir sus horizontes, un actor podría desempeñar otros artes como ser conductores, modelos, cantantes entre otras cosas y así no quedarse en el mismo círculo.

### D) ETAPA DE TRANSNACIONALIZACIÓN

La telenovela transita por una etapa que se caracteriza por el ingreso de producciones de diferentes países de los continentes en los mercados internacionales<sup>66</sup>.

Existen requisitos para alcanzar circulación internacional y una de ellas es que la calidad de la imagen y del sonido se encuadre en los estándares internacionales. Los fenómenos de globalización junto con los satélites, el incremento y expansión de las redes de televisión lograron beneficiar a los mercados.

---

<sup>65</sup> Ibídem, Pág.34

<sup>66</sup> Ibídem, Pág. 35

En los años 80's y comienzos de los 90's el mercado Europeo era el más codiciado por los otros países, pero actualmente ya no lo es, ya que se encuentra sobre abastecido de programación.

## E) LAS COPRODUCCIONES

Son el resultado de una estrategia competitiva en los mercados, a consecuencia de la introducción de las nuevas tecnologías. Los productores tuvieron que buscar nuevos métodos para poder sobresalir. Existen ventajas y desventajas de las estas coproducciones.

Las ventajas son que se unen recursos financieros para hacer una mejor producción, un acceso más grande a los mercados del socio o de otros países y la gran posibilidad de aprender cosas nuevas. Pero las desventajas abundan y son más notorias entre ellas la pérdida de control y de cultura y eso provoca la creación de una telenovela híbrida con carencia de factores culturales y de una identidad específica.

La demanda cada vez era mayor y las producciones se vieron en la necesidad de aumentar la calidad en la producción, por ello México enviaba actores a otros países para realizar las coproducciones, un ejemplo claro fue Verónica Castro que por realizar una película en Argentina ganó 300, 000 mil dólares, un automóvil de lujo, una residencia y viajes entre otros privilegios, ese fue uno de los casos más sonados y publicados.



### 3.1 LOS PRIMEROS INTENTOS DE LAS TELENOVELAS

El melodrama tiene sus antecedentes en el teatro musical, es decir surge con la ópera, debido a que era una mezcla de espectáculo musical poético que giraba alrededor de dramas sentimentales, después con el surgimiento de la radio el drama encuentra otro lugar, al igual que en el cine y el teatro hasta llegar a la televisión.

En un inicio en la televisión se presentaban teleteatros, el primero fue Teatro de la fantasía el 2 de septiembre de 1950<sup>67</sup>. El gran éxito que tuvieron los teatros en los cuales se encontraba la expresión del drama, ayudó a la apertura de las primeras telenovelas. Uno de los primeros intentos en un formato estándar y con la presentación de lunes a viernes en un horario vespertino fue Senda prohibida en (1958), producida por la compañía Colgate Palmolive.

Senda Prohibida fue un melodrama especialmente dirigido para las amas de casa, que trataba sobre un triángulo amoroso, pero al final gana la esposa y el marido regresa al hogar arrepentido, la protagonista era la mártir y eso gustaba a las mujeres; en aquellos años no existía una forma exacta para verificar el impacto que se tenía o saber la reacción del público, lo que hacían para tratar de medir eran encuestas ya fueran públicas o privadas.

Después siguieron otras producciones famosas, uno de ellos fue Gutierrez (1959), el cual cada capítulo duraba media hora, y dio continuidad al éxito que representó la telenovela Senda prohibida, se trataba de un hombre que después de mucho sufrimiento logra el amor de su esposa. En ese año la venta de televisores alcanzó niveles muy altos.

De ahí siguió Teresa, representaba la historia de una mujer con muchas ambiciones, después llegó la telenovela Un paso del abismo, todas trataban del mismo

---

<sup>67</sup> COVARRUBIAS, Karla Yolanda y otros. Cuéntame en qué se quedó la telenovela como fenómeno social. Ed. Trillas. México. 1994. Pág. 163

drama que se presentaban en las radionovelas, solo que estas eran grabadas en un set de televisión.

A finales de los años 50's, se comenzó a utilizar el apuntador y el videotape que fueron un parte aguas para la exportación y para nuevos contenidos (infantiles, adultos y juveniles). En la actualidad el dinero invertido a las grabaciones es mucho mayor por ello, los televidentes pueden observar otros tipos de escenarios naturales y con una gran escenografía.

### 3.2 MÉXICO Y LA TELENÓVELA

Representa el modelo esencialmente melodramático, con toda la carga sentimentalista, maniqueísta y moralista que ello implica<sup>68</sup>. Se caracteriza por los llantos notorios y por una secuencia lineal al momento de contar la historia, además en la mayoría de ellas la invitada especial es la Virgen de Guadalupe.

Con la entrada del videotape inmediatamente México empezó a exportar sus telenovelas, la primera fue a finales de los 50's con la novela llamada Gutierrezitos, en aquel momento el encargado de producir y exportar era Telesistemas Mexicanos, las exportaciones se enviaban hacia Colombia, Chile, Perú, la Argentina y el país que más se resistió a comprar estas producciones fue Brasil.

En 1972 se funda Televisa liderada por la familia Azcárraga quien es dueña del 80% de la televisión mexicana a través de sus cuatro canales y no solo eso, también es dueño del 50% del satélite Panamsat, estaciones de radio, empresas discográficas, productoras, etc. Es una de las empresas mejores posicionadas.

Durante la década de los '80 Televisa produjo 103 telenovelas y todas fueron exportadas<sup>69</sup>. Y entre los años 1975 y 1982 el productor de Televisa, Miguel Sabido produjo un estilo de telenovelas llamadas pro desarrollo, las cuales tenían objetivos educativos como la de alfabetización, integración familiar, paternidad responsable, entre otros, este productor intentó una mezcla de entretenimiento con educación, desgraciadamente en la actualidad eso se ha perdido ya que se tocan temas de interés en la sociedad pero sin un aporte para esta misma.

Al llegar a los años 90's los horarios de programación se estandarizaron, es decir a las cinco de la tarde se presentaban los programas infantiles, a las seis era

---

<sup>68</sup> MAZZIOTI, Nora. La industria de la telenovela. Ed. Paidós. México. 1996. Pág.47

<sup>69</sup> Ibídem, Pág. 49

para adolescentes, a las siete, títulos para mayores y por último a las nueve de la noche se presentaban las novelas con mayor calidad.

En plena navidad de 1951, los hermanos Norberto y Jaime Nolla Reyes inventaron el apuntador electrónico. Un pequeño aparato que se coloca en el oído y a través del cual un apuntador dicta sus líneas a los actores<sup>70</sup>.

Esta invención ayudó mucho a Televisa ya que con él se alcanzaron ritmos de trabajo muy fuertes a diferencia de otros países, aunque muchas veces fueron criticados por eso ya que marcaba un mecanismo de robot para los actores, ya no representaban el arte de tener que aprenderse grandes libretos y sufrir con cada escena, esa fue una de las grandes contradicciones.

Para Herval Rossano, director de novelas brasileño menciona que la razón del éxito de las telenovelas mexicanas es *“muestran grandes dramas, venden por lotes, a precios muy bajos por la similitud del lenguaje con el resto de América Latina”*

Otra cosa que caracteriza a estas producciones es que con tal de llamar la atención y tener rating toman a un cantante ya sea de pop o cualquier otro género musical que tenga éxito, que una gran audiencia lo siga y escuche actuar, claramente dicho personaje no es actor y se vuelve algo terrible, es hasta ese punto que se ha devaluado las telenovelas mexicanas.

---

<sup>70</sup> BAUCHE, Manuel y otros. La televisión mexicana II. Ed. Litofasesa. México. 1999. Pág.146-147.

### 3.3 LA TELENVELA Y SU CONTENIDO

Una telenovela es una historia dramática que se encuentra en un número limitado de episodios, normalmente alrededor de cien o pocos cientos y de una duración de aproximadamente seis meses a un año como máximo<sup>71</sup>.

La telenovela cuenta toda una historia con inicio, desarrollo y fin, que se dividen en escenas o capítulos. Muestra acontecimientos ordinarios pero también situaciones lejanas, extrañas y ajenas al entorno de la sociedad. Es una dramatización y representación de la vida cotidiana con todos los problemas, conflictos, resoluciones, comportamientos<sup>72</sup>.

Al comenzar aproximadamente los 20 o 30 primeros capítulos, tratan de lograr su objetivo, el cual es introducir a las personas a la historia, de ahí le siguen otros episodios, los cuales son el desarrollo y entran los personajes secundarios así como el trama o el tema central, es decir es donde surgen todos los conflictos y por último los capítulos subsecuentes que están destinados a solucionar dichos conflictos y florecer el amor de los protagonistas.

La estructura que utilizan las telenovelas son muy marcadas para sus personajes, tratando de incluir valores sociales que la mayoría de veces denigran a los sectores, un ejemplo es que a los pobres siempre los caracterizan con bondad, sinceridad y humildad, a los ricos con egoísmo, los jóvenes con la superación, los hombres el poder, la fuerza y la mujeres la ternura. Sería muy relevante e importante que estos papeles cambiaran como lo hace la sociedad actual.

Es una puerta abierta para que el televidente observe la vida de otros, tal vez de diferentes estatus sociales, de otros tiempos, ciudades y presentan situaciones que

---

<sup>71</sup> VALENZUELA, José Ignacio. Taller práctico de escritura de telenovela. Ed. Punto de lectura. México. 2012. Pág. 15

<sup>72</sup> COVARRUBIAS, Karla Yolanda y otros. Cuéntame en qué se quedó la telenovela como fenómeno social. Ed. Trillas. México. 1994. Pág. 166

aún no son vividas pero pueden serlo para el espectador, así como moda y esquemas de cómo sería una vida ideal.

Otra característica muy marcada en la estructura de la telenovela es que todos los problemas se resuelven, el guion siempre tiene un final feliz, además al terminar cada capítulo se destaca algún acontecimiento importante, este recurso narrativo sirve para despertar la curiosidad y que el espectador sea fiel al melodrama.

#### A) EL AMOR

Es la característica principal de este género, sin este sentimiento no se podrían redactar las historias, los personajes no tendrían como unirse, no habría manera de generar los conflictos, ni superar problemas, en pocas palabras no se tendría el drama para conmover y enganchar al público.

La telenovela cuenta una historia de amor. Pero no de un amor cualquiera<sup>73</sup>. Es decir, estos amores lo deben soportar todo, el amor debe romper cualquier barrera, tiene que ser más fuerte que los lazos de sangre, la pertenencia social, el tiempo, la distancia o las desgracias más terribles, todo esto debe ser superado para lograr ser felices por el resto de sus vidas.

El final de las historias están muy marcados por ser conocidos como finales felices, los cuales se caracterizan por la ceremonia de boda con música, anillos, vestido largo y el ritual católico que refuerza el encuentro o el amor, debido a que la religión es una parte muy importante en la trama de las telenovelas.

El amor es el ingrediente fundamental, el valor de la historia incluso pasa a segundo término<sup>74</sup>. Este sentimiento en las telenovelas se escenifica de diversas

---

<sup>73</sup> MAZZIOTI, Nora. La industria de la telenovela. Ed. Paidós. México. 1996. Pág.14

<sup>74</sup> COVARRUBIAS, Karla Yolanda y otros. Cuéntame en qué se quedó la telenovela como fenómeno social. Ed. Trillas. México. 1994. Pág. 168.

formas ya sea por infidelidad, deseo, pasión, ambición, salir de la pobreza, etc. Pero esta distinción tan particular es la que permite un encuentro constante con el espectador que lo usa como un escape, es decir se sienta y mira las escenas de la telenovela tratándose de imaginar lo que está sintiendo el protagonista.

### 3.4 LA TELENVELA COMO GÉNERO

La telenovela es un género de la industria cultural<sup>75</sup>. Eso se entiende en que las telenovelas llevan un proceso y en este se debe delimitar cuál será su género ya que las audiencias al leer o escuchar los títulos de cada producción sabe a qué tipo de género corresponde y por ello esperan algo de él, los nombres de las telenovelas son muy importantes ya que definen a que sector del público estará destino

Se la produce hace más de 40 años y aunque cuenten la historia de siempre, la de la chica pobre que se enamora del rico, puede contarla de muchas maneras<sup>76</sup>.

A pesar de los años en las audiencias sigue gustando el trama de las telenovelas, aunque están traten del mismo tema solo que con variantes como el contexto o diferentes adaptaciones que hacen la historia más interesante y más largo pero al final, pero siempre el amor debe triunfar, vencer a los malos y que todos los personajes vivan felices. Es incongruente pensar que los dos protagonistas principales puedan fallecer porque se acabaría la historia.

Las telenovelas en un inicio eran una adaptación televisada del radioteatro debido a que se desconocía el nuevo medio que se estaba presentando y por ello se tenía temor a presentar algo nuevo, es decir que las mismas historias que se escuchan en la radio fueron adaptadas a la televisión, el público empezó a poder verlas y escucharlas al mismo tiempo logrando una gran aceptación.

---

<sup>75</sup> MAZZIOTI, Nora. La industria de la telenovela. Ed. Paidós. México. 1996. Pág.13

<sup>76</sup> Ídem.



### 3.5 ESTILOS DE LA TELENVELA

Las telenovelas abarcan diferentes estilos, actuaciones, narración y escritura de las historias debido al presupuesto y las características de cada país, pero aun así se engloban elementos de unión entre todas ellas sin importar de donde provengan o de la calidad de su producción.

A pesar de que la historia o vida de los personajes tienen un estilo real, se debe recordar que la telenovela pertenece a un mundo cerrado, es decir la violencia siempre esta inmiscuida junto con otros elementos como lo son la farsa y el terror ya que representan un modelo de emociones y sentimientos que ayudan a que la audiencia se sorprenda con la maldad y espere que los personajes acaben con ella.

Una telenovela narra una o varias historias que influyen y se desarrollan en un universo único que se relaciona directamente con sus conflictos<sup>77</sup>. Es decir en una misma telenovela hay varias mini historias de amor imposibles que se entrelazan, así mismo algunos personajes deben ser fijos y reconocidos para crear una empatía con la audiencia, ya que al pasar de los días y conforme avanzan los capítulos el público cree conocerlos e identificarse con ellos.

Por último, un estilo que los define mucho es que a los problemas se les debe alargar lo más que se pueda, esto conlleva a una explicación lógica ya que si estos conflictos se resolvieran de forma rápida la historia se acabaría en unos cuantos capítulos y no se crearían todos los sentimientos deseados del drama aunado a eso, desarrollar el tema poco a poco sirve para mantener a la audiencia fiel.

Conforme han pasado los años se han definido varios estilos de telenovelas para poder catalogarlas, esto es debido a que los formatos han ido cambiando en la

---

<sup>77</sup> VALENZUELA, José Ignacio. Taller práctico de escritura de telenovela. Ed. Punto de lectura. México. 2012. Pág. 21

manera de cómo se escriben y como se presentan. Cada uno de estos estilos coexiste sin hacerse problemas, ni entre ellos ni menos con el público<sup>78</sup>.

#### A) TELENOVELA ROSA CLÁSICA

Su nombre surge, pues el comienzo del género de la telenovela se tomaba guiones de las radionovelas y se adaptaban a la televisión<sup>79</sup>. Esta categoría maneja una serie de fantasía que funciona con sus propios valores y reglas, también se le conoce como “cuentos de hadas” popularmente hablando, es decir son las telenovelas clásicas, las más criticadas y las más comunes.

Algunos ejemplos de las telenovelas rosas son: *Los ricos también lloran* (1979), *María Mercedes* (1992), *Marimar* (1994), *María la del barrio* (1996). A pesar de ser criticada por el machismo que marcan sus historias, en las cuales la virginidad y pureza de la mujer son lo más valioso, aun con esas características y al pasar de los años sigue siendo del gusto de público, eso quiere decir que la siguen consumiendo.

#### B) TELENOVELA MODERNA

Esta telenovela aparece después del género rosa, aquí es cuando inician historias paralelas de los personajes secundarios, se presentan historias en los cuales surgen temas nuevos como lo es el divorcio o que las protagonistas dejaron de ser empleadas domésticas, a pesar de ello seguían una línea muy marcada, la cual era que las mujeres debían llegar vírgenes al altar y eso significaba pureza.

Esta categoría logró gustar a la audiencia debido a que fue un desplazamiento de generaciones en las cuales representa el cambio de ideas y más movimiento en la historia. Algunos ejemplos son: *Cuna de lobos* (1986), *la mentira* (1998), *tres mujeres* (1999) y *fuego en la sangre* (2008).

---

<sup>78</sup> Ídem.

<sup>79</sup> Ídem

### C) TELENOVELA POSMODERNA O DE RUPTURA

Se le conoce así debido a su mezcla entre farsa, aventura, asuntos policiales, etc. No le interesa si hace llorar al público ya que su fuerza proviene del melodrama y ese es su factor sorpresa, gusta porque se acopla a diferentes intereses, expectativas o ideales, en pocas palabras le dio la energía que estaba perdiendo las telenovelas rosas. Ejemplos mencionables son: *Nada personal* (1996) y *mirada de mujer* (1997).

### 3.6 SUBGÉNEROS DE LA TELENVELA

A pesar de que cada estilo es fundamentalmente diferente en su manera de contar la historia, cada uno busca acercarse y conquistar audiencias<sup>80</sup>. Siempre los escritores han buscado ganar más público para mantener el gusto por la telenovela y por ello han tenido que crear historias que hagan o provoquen que los individuos se identifiquen con ellas, por todo eso es que surgen los llamados subgéneros de la telenovela, los cuales se dividen en seis.

#### A) TELENVELAS PARA ADULTOS

Su nombre se debe a su alto contenido de pasión, llama, romance, sensualidad y conflictos, se añade a esto que sus escenas son explícitas y como todas las demás no pierde la dimensión del que el amor es el vencedor de cualquier problema. Los protagonistas deben luchar contra muchas adversidades entre ellas la traición, y una característica de los antagonistas es que suelen ser fuertes, un ejemplo fue la telenovela *se busca un hombre* (2017).

#### B) TELENVELAS DE ÉPOCA

Promueven los mismos contenidos de las telenovelas para adultos pero como su nombre lo dice son basadas en épocas pasadas con gran detalle y realismo, logrando que el vestuario y los magníficos escenarios sean casi idénticos al año en el que se plasma la historia. Todos esos detalles aunados a la década en la cual se presenta el melodrama consiguen la atención de la audiencia. Se mencionan telenovelas como: *corazón salvaje* (1993) y *azul tequila* (1998).

Unas de las primeras telenovelas fue *Carlota y Maximiliano* en 1965, pero esta historia de amor entre los emperadores hizo molestar al presidente Gustavo Díaz

---

<sup>80</sup> VALENZUELA, José Ignacio. Taller práctico de escritura de telenovela. Ed. Punto de lectura. México. 2012. Pág. 24

Ordaz, a quien no le gustó como mostraban la imagen de Benito Juárez. Lo cual provocó que los episodios se redujeran a cincuenta, de media hora cada uno.

### C) ENTRETENIMIENTO EDUCATIVO

Surgen para tocar temas de gran interés social, como lo son el analfabetismo, la desintegración familiar que es una cuestión muy común entre las familias mexicanas, así como todo tipo de adicciones. Este subgénero fue creado en México por Miguel Sabido, quien buscaba presentar el efecto de dichos problemas y como superarlos.

En las telenovelas juveniles se presentaban este tipo de conflictos, abordándolos en un ambiente relajado en el cual los adolescentes se sintieran identificados en seguir sus sueños y buscar una propia identidad. Algunas telenovelas presentadas de este subgénero fueron de gran aceptación, como: *Quinceañera* (1986), *alcanzar una estrella* (1990) y *rebelde* (2004).

### D) TELENOVELAS DE SUSPENSO

A este subgénero lo describen las escenas dramáticas mezcladas con horror y hechos inexplicables, aunque son muy pocas las telenovelas que se han realizado, lograron impacto en la audiencia debido a que los villanos son difíciles de olvidar por sus actos siniestros. Ejemplos son: *más allá de la muerte* (1969), *el maleficio* (1983), y *el extraño retorno de Diana Salazar* (1988).

### E) TELENOVELAS INFANTILES Y HUMORÍSTICAS

No se podía dejar a un lado a las telenovelas dirigidas a los niños, las cuales suelen ser divertidas, con mucha música y travesuras, el objetivo era resaltar los valores morales. Algunos ejemplos: *carrusel* (1986), *Luz Clarita* (1996), *serafín* (1999) y *el diario de Daniela* (1999).

Otro subgénero es el humorístico que en muchas ocasiones va ligado a las telenovelas infantiles y se caracterizan por tener muchas risas aunque no dejan del lado los conflictos y dramas, su mayor propósito es hacer reír y el romance se envuelve en situaciones cómicas. Ejemplos son: *no tengo madre* (1997).

### 3.7 ESTRUCTURAS DE LAS TELENÓVELAS

Estas estructuras se utilizan para ordenar el modo en que se dan los hechos, en el que aparecen o desaparecen los personajes, el tiempo que se toma para desarrollar cada acontecimiento y el momento adecuado dónde soltar los puntos de giro<sup>81</sup>.

Estas se dividen y cada una tiene características diferentes entre ellas se destaca, la estructura clásica, la cual se define por tener un principal conflicto y todo lo que llega a pasar a lo largo de la historia gira alrededor de esta misma, los personajes nunca cambian, aquellos que son buenos y malos se mantienen así en un largo lapso de tiempo, el trama puede llegar a cambiar en los últimos capítulos, esto provoca que el televidente pueda dejar de ver la telenovela durante una semana y no perder el hilo de los sucesos.

La estructura de atar y desatar se caracteriza por crear conflictos diferentes cada ocho o diez capítulos<sup>82</sup>. Es decir, cada vez que un problema se resuelve surgen nuevos con más intensidad a causa de las consecuencias que desató el anterior. Esta estructura tiene una desventaja, debido a que si el espectador deja de ver la telenovela puede perder la secuencia de la historia, ya que al terminar una dificultad los personajes se reorganizan y los dramas comienzan de nuevo.

Las estructuras por etapas o fases los personajes son jóvenes al principio, padres después y hasta abuelos si hay una tercera generación<sup>83</sup>. Está determinada por grandes lapsos de tiempo dentro del melodrama, es decir los personajes crecen junto con la historia. Y por último existe una estructura errática, la cual no tiene un estilo determinado, esta puede adoptar características de las antes mencionadas.

---

<sup>81</sup> VALENZUELA, José Ignacio. Taller práctico de escritura de telenovela. Ed. Punto de lectura. México. 2012. Pág. 29

<sup>82</sup> Ídem

<sup>83</sup> Ídem

### 3.8 LAS FAMILIAS Y LAS TELENOVELAS

El contacto de este género se presenta en distintas maneras<sup>84</sup>, es decir, cada integrante de la familia hace diversas actividades, desde hacer la tarea hasta cocinar mientras ven telenovelas debido al formato flexible que esta representa, con tan solo escuchar el individuo puede suponer si la escena tiene gran relevancia para prestarle atención.

En el momento en que las familias encienden el televisor para ver las diferentes telenovelas que se presentan en la programación dependiendo del horario, les da cabida para realizar trabajos en el hogar, como lo son: lavar, planchar, realizar tareas escolares, tejer, cocinar entre otras actividades como vestirse, arreglarse o ver la televisión en familia.

En los horarios determinados de la ingesta de alimentos es cuando se presenta un cambio en el comportamiento de los individuos, es decir hacen un espacio específico para comer frente al televisor, ya sea poniendo una pequeña mesa improvisada o adaptando sus alimentos para poder comer en la sala y lograr ver la telenovela de su mayor interés.

La telenovela actúa como un elemento ambientador, generador de una atmósfera familiar, es un referente de conversación temática y toma de distancia<sup>85</sup>. Esto se puede explicar en el acto de conversación que inician los integrantes al preguntar sobre avances de capítulos, así como hablar con los personajes e identifican algunas situaciones como reales o posibles.

---

<sup>84</sup> COVARRUBIAS, Karla Yolanda y otros. Cuéntame en qué se quedó la telenovela como fenómeno social. Ed. Trillas. México. 1994. Pág. 197.

<sup>85</sup> Ídem.



### 3.9 TELENÓVELA Y EDAD

Cada telenovela tiene un género que a su vez para lograr más espectadores o llegar a más audiencia se dividen en subgéneros y cada uno de ellos tiene un público en específico, que se dividen en niños, jóvenes y adultos, cada grupo representa las características y relación particular con el género tele novelesco, así como las estrategias de consumo que se imponen entre un grupo y otro.

#### A) LOS NIÑOS Y LA TELENÓVELA

Sus estrategias son muy particulares ya que los niños solo reconocen aquellas telenovelas donde exista una interacción con los personajes, es decir, va desde cómo se juntan los protagonistas para realizar sus actividades hasta la música que escuchan, como visten o hablan. Algo que les gusta del mismo modo es el género juvenil, debido al desarrollo y crecimiento que ellos llevan, que los motiva a conocer más.

En el resto de las telenovelas que no son de su agrado, ellos están inquietos, receptivos a cualquier señal, esperando algún descuido para cambiar de canal<sup>86</sup>. Este grupo de espectadores es de los más fieles, una vez que la historia es aceptada y en cada escena demuestran su gusto con los personajes.

#### B) LOS JÓVENES Y LA TELENÓVELA

Los jóvenes suelen ser más emotivos y expresivos, este grupo maneja una serie de mecanismos que le ayuda a legitimar su gusto tele novelesco<sup>87</sup>. Suelen ser así por el momento de cambio y transformaciones por las que se someten debido a su edad, por ello establecen niveles de exposición y se dividen en tres.

---

<sup>86</sup> COVARRUBIAS, Karla Yolanda y otros. Cuéntame en qué se quedó la telenovela como fenómeno social. Ed. Trillas. México. 1994. Pág. 218.

<sup>87</sup> *Ibíd*em, Pág. 219

El primero es el nivel técnico, los jóvenes son un grupo visualmente exigente, que le ponen mucha atención a los detalles a comparación de los niños y los adultos, disfrutan de las grandes escenografías y de las buenas actuaciones. El segundo es el nivel de involucramiento, los jóvenes toman a uno o varios actores y se reconocen con ellos por varios factores, es decir ellos tienden a identificarse con los actores y los problemas que le siguen como lo es: una amistad terminada, un engaño amoroso, un amor imposible o conflictos con los padres.

El último nivel es el de distanciamiento, esto surge cuando se presentan malas actuaciones, baja calidad o escenas exageradas que provocan que los jóvenes pierdan el interés. La verosimilitud es otra característica que buscan y un ejemplo de la falta de ello fue la telenovela *Teresa* por ser la joven que vive en una vecindad pero siempre tiene el cabello intacto y ropa hermosa, cosas que no van con la vida real.

### C) LOS ADULTOS Y LA TELENOVELA

Esta categoría reflexiona más sobre el contenido del texto, aunque también se involucran más, retoman sus experiencias de vida y la comparan con la que el melodrama les presenta<sup>88</sup>. Los adultos son los que establecen una entregada relación, es decir son lo más sensibles cuando detectan escenas fuera de su realidad inmediata, algunos ejemplos que se presentan son: el amor frenético, la recuperación de un hijo después de muchos años y el personaje pobre que se transforma en rico.

Son un público más abierto, algunas escenas les permiten recordar sus experiencias de vida, otras los hacen posicionarse en un mundo de lo inalcanzable y en algunos surge el sentimiento catártico, esto significa que consolidan y manifiestan sus sueños en los triunfos de los personajes. La edad es muy importante factor para la aceptación o rechazo de las historias.

---

<sup>88</sup> Ibídem, Pág. 221

### **3.10 TELENOVELAS Y SEXO**

A lo largo de los años las telenovelas fueron consideradas como un género meramente femenino, en la cual los hombres no entraban porque se la pasaban trabajando además que el drama no era de gusto para ellos. En la actualidad eso ha cambiado ya que ambos sexos tienen diversos niveles de involucramientos de consumo.

#### **3.10.1 El lado femenino en relación a las telenovelas**

Establece una relación de compañerismo, de identificación y de pretexto para la convivencia familiar<sup>89</sup>. En el momento que las mujeres se exponen a las telenovelas se considera como su espacio, como estrategias de consumo para generar tiempos de descanso y al momento de ver estos dramas surge el sentido catártico, es decir, los sueños imposibles de sus vidas que solo pueden ver en televisión y reflejarse en ellos.

La telenovela es la fuente de entretenimiento de millones de mujeres, y una de las principales características es que este grupo se identifica con las escenas o con alguna situación y se reconoce ante ella, es decir se involucra con el drama y los personajes y eso es una mezcla de un alto nivel de emotividad, lo que provoca que el sexo femenino sea abierto a la susceptibilidad de las historias presentadas.

#### **3.10.2 El lado masculino**

De pronto el sector se vio ligado al suspenso de las telenovelas, sus horarios de llegada a la casa cambiaron y con ello también su relación despectiva hacia los melodramas<sup>90</sup>. Esto marcó el inicio de un nuevo grupo de audiencia, provocando un cambio a la redacción de las historias.

---

<sup>89</sup> *Ibíd*em, Pág. 222.

<sup>90</sup> *Ibíd*em, Pág. 224.

Las historias cambiaron al igual que las temáticas, ya no eran el simple amor ahora eso se combinaba con narcotráfico, drogadicción, pandillerismo, poder, intriga, contrabando, etc. Y eso despertó la curiosidad del lado masculino, lo que caracteriza a dicho grupo, es que a pesar de ver y disfrutar las escenas son más reservados en sus expresiones y emociones ante los demás.

Es muy común que los hombres den opiniones como: las telenovelas son una pérdida de tiempo, pero en muchas ocasiones comparten el gusto y desarrollo de la historia, aunque de diferentes maneras. Un ejemplo es que este grupo al ver los dramas toman posturas específicas, como estar acostados, disfrutar de un antojo, entre otros.

Tener el lado masculino y femenino viendo telenovelas deja en claro que la expansión de estas mismas ha crecido exponencialmente. Los cambios y definiciones (técnicos y de contenido) en el formato melodramático han originado la ampliación del público tele novelesca, ahora se puede hablar de un público infantil, juvenil, adulto y senil<sup>91</sup>.

---

<sup>91</sup> COVARRUBIAS, Karla Yolanda y otros. Cuéntame en qué se quedó la telenovela como fenómeno social. Ed. Trillas. México. 1994. Pág. 218.

### 3.11 LAS TELENÓVELAS PERMANECEN

Las telenovelas son tan atractivas para el público, que actúa como un imán que lo representa mes con mes o día con día al ser los programas con mayor rating de lunes a viernes. Días en los que capta el interés de al menos uno de cada diez televidentes<sup>92</sup>.

Este género televisivo tuvo una caída debido a la disminución del tiempo de emisión. Eso pasó desde el año 2000 hasta el 2001, cuando se registró el menor nivel de horas de programación y recepción de telenovelas, que empezarían a recuperar su nivel al año siguiente<sup>93</sup>. Esta baja ocasionó notar la presencia de un público fanático que a pesar de una baja sigue viéndolas con la misma intensidad.

Este género lo representa en mayor extensión las mujeres a pesar de ello también se presenta el grupo de hombres que las ven, por cada dos espectadoras hay un hombre que ve telenovelas<sup>94</sup>. En cuanto a otro aspecto que es la edad, el perfil de mayor consumo se centra en individuos de 45 años de edad en adelante y si se trata de los niveles socioeconómicos bajos son los que más generan mayor cantidad de público.

Cuando el televidente está acostumbrado a ver televisión, en específico las telenovelas en un horario determinado, abarcando de lunes a viernes, se convierte en un buscador del género y eso provoca que este se enganche con la historia, convirtiéndose en un individuo fiel y al terminar el melodrama espera a que otro comience, repitiendo continuamente el ciclo y con esto varios fenómenos que están implícitos.

---

<sup>92</sup> JARA, Elías Rubén y otros. ¿Cómo la ves? La televisión mexicana y su público. Ed. Conjunción. México. 2007. Pág.86.

<sup>93</sup> *Ibíd*em, Pág. 87

<sup>94</sup> *Ibíd*em, Pág. 88.

Uno de ellos es, en primer lugar una telenovela siempre tendrá mayor rating en su última semana de transmisión que en la primera, cuando la historia comienza<sup>95</sup>. Esto se debe al enganche que el público tuvo con la narración de las historias y subhistorias y esto se refuerza en los últimos días de transmisión al concluir el desenlace de estas mismas.

Otro fenómeno es que la primera y última semana son las más populares, debido a que son la parte fundamental de la telenovela, la audiencia desea no perderse los detalles de cómo inicia la historia y de cómo terminan los problemas de los personajes, a pesar de que en la primera semana no hay tanto rating, los puntos menores se muestran en el transcurso del trama.

A lo largo de la telenovela siempre habrá un segmento que verá cada uno de los capítulos, es por ello que la telenovela sigue prevaleciendo y se ha convertido en un hábito que se mantiene ya que si un mayor porcentaje de audiencia ve el desarrollo de la historia esto concluye con un final exitoso.

---

<sup>95</sup> *Ibíd*em, Pág. 89

### 3.12 LAS TELENÓVELAS Y TELEVISIÓN

La telenovela “a la Televisión”, cuando cuenta una historia, remite a pasados conformados con esencias de clase, de género, de valores universales que se hacen perdurar aun en el presente<sup>96</sup>. Un ejemplo de ello es el amor imposible por las facciones, color de ojos o de piel, el estatus social, el sufrimiento y esfuerzo para salir delante de una persona pobre, las estrategias del rico, la virginidad, entre otros.

Una telenovela que denota mucho el amor imposible es la de “Corazón Salvaje”, en el cual el personaje “Juan Del Diablo” se enamora de la esposa de su patrón, esta producción fue de todo un éxito y gran aceptación por el público en la década de los 70’s. Televisión no deja de presentar estos temas muy característicos que se pueden denominar hasta tradicionales.

Otra particularidad que tiene Televisión con las telenovelas es que se encuentra en constante búsqueda de actrices y actores nuevos, para llegar a más público busca siempre tener rostros frescos, por ello esta corporación tiene en sus manos el CEA, una academia artística que enseña a jóvenes talentos.

Esto ayuda a generar nuevas historias que incluyen factores sociales actuales junto con el drama tradicional que les dio tanto éxito en décadas pasadas. Lo cual provoca que la televisora pueda mostrar telenovelas con una mezcla entre actores antiguos de gran trayectoria y estrellas nuevas. Por este motivo el canal 2, tiene el nombre de “el canal de las estrellas”.

---

<sup>96</sup> BARRON, Domínguez Leticia. la industria de la telenovela mexicana: procesos de comunicación, documentación y comercialización. Madrid. 2009. Pág. 112.

### 3.13 LA DESVALORACIÓN SOCIAL

A pesar que a lo largo de los años las telenovelas han sido exhibidas largamente y son acompañadas por una audiencia fiel y sobre todo masiva, este género nunca ha ocupado un lugar de prestigio, menos si se refiere a los títulos que se presentan en la actualidad.

Fue sistemáticamente despreciado por intelectuales, por los maestros, por los periodistas y por los políticos<sup>97</sup>. El teatro ocupa el nivel más alto de prestigio y el drama que se maneja en el escenario gusta al público, después le consigue el cine y la televisión se encuentra en un nivel muy inferior.

Sobre las telenovelas es muy común leer o escuchar que se tratan de historias repetitivas hasta el cansancio que provocan emociones con mucha facilidad utilizando elementos como los golpes bajos o los muy comunes finales felices. A pesar de que la telenovela ha sido el producto televisivo más producido y que más se ha internacionalizado.

Es un género contradictoriamente apreciado: disfrutado por millones de televidentes, pero estigmatizado por las elites culturales y políticas<sup>98</sup>. Es decir para ellos no es aceptable el drama presentado y es considerado como un contenido para una clase social distinta llamada comúnmente como popular.

---

<sup>97</sup> MAZZIOTI, Nora. La industria de la telenovela. Ed. Paidós. México. 1996. Pág.27

<sup>98</sup> *Ibíd*em, Pág. 28



## Capítulo IV

# **“El consumo de las telenovelas”**

## **CAPÍTULO 4. EL CONSUMO DE LAS TELENÓVELAS**

### **4.0 LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO**

El drama de las telenovelas proviene desde muchos años atrás, se podría decir que tuvo sus inicios en la ópera cuando esta presentaba puestas en escena llenas de dolor, felicidad, enojo, entre otras emociones, pero para ser más precisos la telenovela televisada surge después de que la radio se convirtiera en una herramienta para transmitir historias al público, conociéndolas actualmente como radionovelas.

Después de la radio aparece la televisión y con ello la avaricia de ganar otros segmentos en el público, es decir después de la popularidad de las radionovelas, se empezaron a crear adecuaciones para que se volvieran televisadas, en aquella época se trataba de un mercado nuevo y desconocido, pero obtuvo gran aceptación con la audiencia ya que estas telenovelas se podían ver y escuchar al mismo tiempo.

Las telenovelas televisadas aumentaron la compra de televisores, la sociedad quería ser parte del nuevo descubrimiento y de las historias. Cabe recalcar que en sus inicios el segmento al que estaban destinadas las telenovelas era al femenino, a las amas de casa que por su tiempo libre podrían verlas con gran facilidad.

Como los resultados fueron positivos y con gran aceptación comenzaron a surgir diferentes estilos y con ellos subgéneros de cómo desarrollar las historias, esto para poder abarcar un mayor porcentaje de audiencias, así que en la actualidad el segmento es tan amplio que existen historias para niños, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad, aunque siempre manejado la característica esencial del final feliz.

Con el surgimiento de las nuevas tecnologías se han presentado diferentes plataformas que varían la programación que el espectador puede ver, por ello las grandes televisoras como en este caso Televisa S.A. DE C.V. ha buscado estrategias

novedosas para no quedarse atrás, como lo es transmitir las telenovelas mediante su página oficial o poder ver los dramas antiguos en dichas aplicaciones (Netflix y Blim).

Los nuevos avances no han sido impedimento para que miles de familias mexicanas sigan reuniéndose en un momento u hora específica del día para ver las historias melodramáticas. Esto es gracias a una estrategia de Televisa por absorber a cada una las audiencias y se trata de la flexibilidad de los horarios, es decir, que la programación es tan amplia que abarca desde las 2 de la tarde hasta las 10:30 pm.

Esto permite que las telenovelas se apoderen de cada uno de los integrantes de la familia, el ama de casa, el hijo o hijos así como el esposo después de su jornada laboral, aun con todas las actividades que desempeña cada miembro tienen el espacio para ver una o dos telenovelas por día, es decir, que 61.5 millones de mexicanos consumen telenovelas, según el Instituto Federal de Telecomunicaciones.

Las telenovelas han tenido tanto éxito en México, debido a que Televisa se ha encargado de estudiar la construcción social, esto significa, que analiza los roles específicos que desempeñan hombres y mujeres, ya que estas funciones no se deben simplemente al sexo, sino a la sociedad que pertenecen los individuos inmiscuyendo experiencias, costumbres, tradiciones entre otros y cada una de estas características los sitúan en distintos espacios (doméstico, laboral, religioso, político, etc.).

Si se analiza el párrafo anterior con más detalle se puede explicar que estos roles son muy marcados, ejemplos claros es que los hombres son asociados con rasgos de independencia, ambición, objetividad y poder, mientras que los rasgos femeninos son de dulzura, interés por la apariencia, subjetividad o la necesidad de seguridad.

Este último es una característica muy señalada en las telenovelas ya que las historias presentan la obligación de las mujeres por conseguir un hombre que las

proteja que les brinde seguridad y por consecuente poder casarse, cosa que en la actualidad se presenta con menor frecuencia en la población femenina.

Esto no constituye que las telenovelas sean el problema de todo, sino que para Televisa solo se trata de un negocio rentable, haciendo que sus contenidos sean dañinos para la sociedad, debido a que pueden presentar historias diferentes a las masas en las cuales se haga reflexionar sobre los roles sociales, el machismo, las agresiones entre otros problemas pero hasta ahora no los transmiten.

La sociedad ha cambiado a lo largo de los años, han sido tantas las transformaciones que ahora se pide una igualdad de género, lo mismo para los hombres como para las mujeres, la aceptación de la comunidad LGTB para poder casarse o tener trabajos, pero con estos cambios se ha mostrado una modificación en el comportamiento de los individuos con más odio, rencor, agresiones psicológicas y violencia.

Los productores de las telenovelas han apostado por temas de interés social, como el embarazo adolescente, la homosexualidad, drogas, etc. Pero a pesar de ello sigue vendiendo el “Happy Ends” finales felices, en las tramas no existen las consecuencias a largo plazo, no hay castigo y sus líneas se basan en que con amor todo se puede lograr y todo se puede perdonar, en una sociedad donde día a día las agresiones crecen para las mujeres, es importante mandar el mensaje que estas acciones deben tener un castigo, el cual no se transmite ya que en su mayoría la víctima termina perdonando al victimario.

Esto recae en que las telenovelas representan un amor romántico como un ideal, la narrativa de estas repite los estereotipos sociales que identifican a los hombres y mujeres con ciertas cualidades, un ejemplo de ello son las características que se le atribuyen al segmento femenino, las cuales en las diversas tramas son las únicas que deben soportarlo todo por amor.

Los estereotipos de género van más allá de una simple separación social, se relaciona con la discriminación y el prejuicio, es decir, las telenovelas presentan a las mujeres dóciles en espacios domésticos, mientras que las antagonistas se les observa en espacios públicos pero carecen de moral o poder.

Desde el 2016 Televisa en colaboración con investigadores del Banco Mundial idearon una campaña para lanzar telenovelas con tramas que ayudaran a las audiencias a cambiar normas sociales, la inclusión de la mujer, sexualidad responsable entre otras, cosa que hasta la actualidad no ha llegado, es verdad que los temas tabú ya son incluidos en las historias pero esto no marca ninguna diferencia, han pasado tres años en los cuales no se ve ningún cambio, esto debido a que si presentan historias con desenlaces diferentes el rating bajaría y las ganancias multimillonarias no serían las mismas.

## 4.1 EL CONSUMO DE TELENÓVELAS

Según la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales en Radio, Televisión e Internet, elaborada por el Instituto de Telecomunicaciones en 2016 se encontró que a nivel nacional los géneros televisivos de televisión abierta más vistos por los mexicanos son: los noticieros con 49%, las películas 47%, las telenovelas 42%, series 32% y deportes 30%. Las telenovelas ocupan el tercer lugar, siendo el canal de las estrellas manejado por Televisa el más visto con un 55%.

### A) Horarios de la televisión abierta

La programación de las telenovelas es amplio y lo dividen por tarde y noche, siendo este horario en las que se presentan las telenovelas estelares o de mayor rating, y comparando esa información con los datos obtenidos en figura 8. Se puede corroborar que tanto en la zona urbana como rural el porcentaje más alto se maneja en la tarde y en las noches.

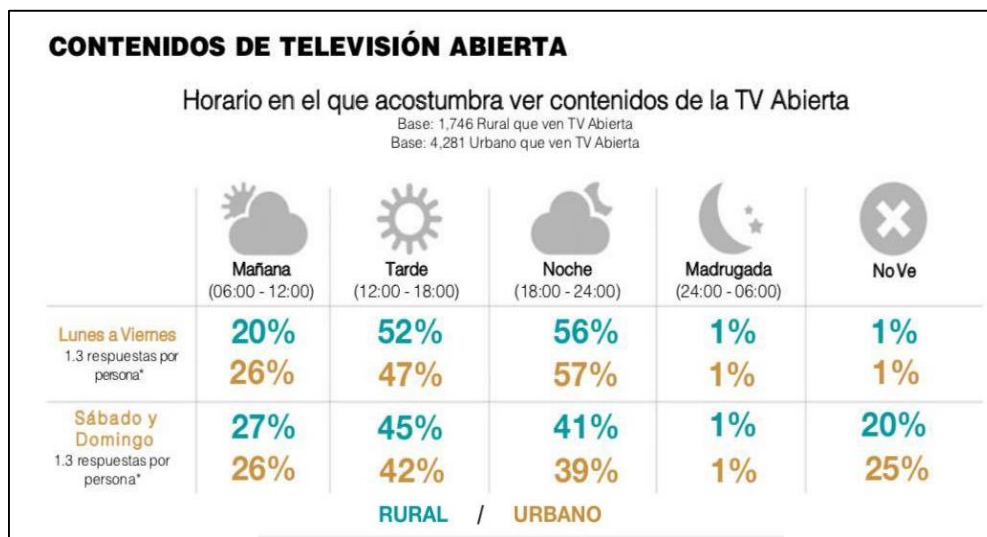


FIGURA 8. Contenidos de televisión abierta. Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales en Radio, Televisión e Internet.

[http://www.ift.org.mx/sites/default/files/encca2016\\_vf-compressed.pdf](http://www.ift.org.mx/sites/default/files/encca2016_vf-compressed.pdf)

No solo se puede demostrar a nivel nacional que las telenovelas abarcan un gran porcentaje de tiempo en los hogares mexicanos sino que también al dividir a la población en zonas rurales y urbanas, el melodrama sigue estando dentro de los tres géneros más vistos, como se puede observar en la figura 9.



FIGURA 9. Géneros televisivos de TV abierta más vistos. Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales en Radio, Televisión e Internet. [http://www.ift.org.mx/sites/default/files/encca2016\\_vf-compressed.pdf](http://www.ift.org.mx/sites/default/files/encca2016_vf-compressed.pdf)

## 4.2 EL MANEJO DE TELEVISA CON LAS TELENÓVELAS

Durante años los productores han intentado cambiar la estructura de las telenóvelas, asociando sus historias con las problemáticas que se generan en una sociedad real, por ello en la programación presentada a los individuos se pueden encontrar diversos títulos llamativos, en los cuales se encuentran una variedad de dramas, algunos ejemplos mencionables son: la mujer que después de años de sufrimiento triunfa en el amor, mujeres liderando grandes empresas, la solución a problemas con drogadicción, alcohol o tabaco, así como embarazos prematuros, abortos, racismo entre otros.

Pero este intento de adaptaciones y de modernizar o hasta cambiar las estructuras terminan fallando, el desenlace reflexivo no es bueno, esto es dado al final feliz que siempre se tiene, las consecuencias de los malos actos son a medias, es decir, no conllevan a un castigo y cuando se logra este no es tan grave como lo sería en la sociedad actual en la que se vive.

La empresa Televisa es un gigante que actúa como un monopolio, utilizando como estrategia el control que tiene en cada uno de los espacios mediáticos, abarcando desde la radio hasta las revistas, los cuales en sus lapsos de tiempo hablan o tocan temas sobre las telenóvelas, desde aquellas que estén próximas a estrenarse o sobre cual está teniendo más popularidad.

Esto a simple vista podría significar un porcentaje bajo de toda la programación que se presenta, pero el día tiene 24 horas y si este se divide en tres partes, el resultado es 8 horas para dormir, 8 para trabajar y 8 para la diversión, entonces si se pone más detalle en la situación se puede notar que las telenóvelas están exactamente puestas desde que la familia está comiendo hasta que se van a dormir.

Televisa trata de inmiscuir en sus telenóvelas a todo tipo de audiencia, por ello tienen telenóvelas infantiles, la causa de esto es poder entrenar a este segmento



sumergiendo a niños a la programación y que el ciclo de adquirir el gusto por los melodramas se vaya reforzando conforme van creciendo. Este monopolio ha logrado sumergir a toda la sociedad mexicana debido a su amplio contenido para la clase media, media baja y baja.

Sus estrategias han funcionado a lo largo de varias décadas debido a que distraen y entretienen a las clases bajas, adaptándose a sus necesidades o aspiraciones, una muestra de ello es que los días sábados y domingos las telenovelas mostradas son casi nulas, esto es a consecuencia de que México es un país donde la cultura es sumamente religiosa y familiar, por ello los fines de semana son destinados a eso.

Televisa maneja a las telenovelas para ser parte de la vida diaria, en la cual los individuos se puedan identificar con la historia o bien con los actores, esto se logra brindándole al receptor toda la información necesaria para crear vínculos, un ejemplo es que el pensamiento de los personas, los mensajes o cartas escritas se mencionan en voz alta, para que la audiencia no se pierda ningún detalle de la trama.

Estos melodramas logran un efecto de masas inyectándoles sus valores, moral, necesidades y deseos, esta productora de historias no mide la responsabilidad que tienen, porque en vez de sugerir un ambiente reflexivo en donde no intenten presentar una realidad diferente a la que se vive hacen todo lo contrario. Cuando las personas se exponen a las telenovelas de lunes a viernes, se crea un círculo de consumo masivo en el cual se está en espera de lo que pasará en la trama y si a esto se le suma el vínculo con los personajes junto con la adherencia de los sentimientos provocados se crea una distracción.

Esta distracción logra ser muy dañina para los televidentes y para la sociedad en general, desgraciadamente es un efecto que las audiencias no entienden. Erwin Höllinger, catedrático y neurólogo de la Universidad de Salsburgo, Austria, comprobó que las telenovelas tienen un efecto negativo en el cerebro, él dice: "*Las telenovelas*

*pueden llegar a ser tan dañinas para el cerebro humano como lo son el consumo excesivo de ciertas drogas, produciendo síntomas tales como apatía generalizada, irritabilidad, trastornos de la personalidad e incluso demencia”<sup>99</sup>.*

Cabe recalcar que las novelas no son las culpables, el responsable es quien las maneja y las produce, añadiendo a esta problemática el gran porcentaje de analfabetismo en la población, la disposición de la audiencia (horas) para ver los melodramas, la amplia programación, los diferentes subgéneros y la complicidad con el gobierno logran distraer y distorsionar la visión de la realidad.

Agregando a esto, Televisa desde sus inicios logró su expansión gracias al apoyo gubernamental, abarcando desde el periodo de Miguel Alemán Valdez, quien fue el primer presidente de México en transmitir su cuarto informe de gobierno desde el Palacio de Bellas Artes por televisión en el canal 4, hasta la actualidad.

El gobierno siempre ha estado implicado en los medios de comunicación ya que para este sector es una estrategia que rinde frutos el mantener distraído a las masas de la realidad, es decir, en este caso ha utilizado a las telenovelas como el medio para distraer al hombre entreteniéndolo con un mundo de fantasía.

#### **4.2.1 Las telenovelas logran su objetivo**

Las telenovelas se absorben con facilidad debido a las neuronas llamadas espejo, al ver a otras personas hablar y emitir sentimientos llega un momento en que los individuos ya no distinguen que es una actuación, el cerebro comienza a engancharse con las emociones que ve día con día en la pantalla y simplemente se sumerge en ese mundo de manera inmediata.

---

<sup>99</sup> <https://usahispanicpress.com/adicion-las-telenovelas/>

El cerebro es como el estómago, necesita alimento (las emociones), así que cuando una persona se expone a escuchar y ver información que trae drama, chismes o estrés, el cuerpo lo absorbe y no distingue si es real o no, solo reacciona en consecuencia segregando adrenalina y un sinnúmero de hormonas que en exceso dañan el cuerpo, logrando a la larga generar ansiedad, y si a esta explicación se le suma el gran contenido dramático lleno de cargas emocionales que traen consigo las telenovelas, las horas en que se expone el cerebro a dicho género y lo atractivo de los protagonistas, crean el famoso “enganche”.

Al exponerse tanto tiempo a las telenovelas, figurativamente es como si se tuviera un cable invisible el cual se conectara con los personajes y se dejara de distinguir que es una actuación y comenzaras a vivir la historia haciéndola propia, desconectándote de la realidad.

### **A) El mundo de fantasía**

En las telenovelas, a lo largo de sus historias siempre se presentan una serie de acciones o situaciones inverosímiles pero que son aceptadas por el público, la más destacada es la belleza, la mujer siempre se presenta arreglada aun cuando se acaba de levantar y la más fea siempre se transforma en la más guapa, la gente que pertenece a la clase baja siempre comete crímenes, los protagonistas basan sus decisiones siempre en el amor y el alcohol es parte esencial de la trama.

En los guiones están escritas algunas frases que son muy comunes en la vida real, los accidentes así sea una caída por las escaleras termina en algo trágico, pero sobretodo no puede quedar atrás la religión, por ello en la historia lo mejor que le puede pasar a una pareja es casarse frente a un altar por haber superado las adversidades.

### 4.3 LA FEA MÁS BELLA, LA MEJOR TELENVELA DE 2006.

Como se mencionó anteriormente, la telenovela tienen un gran impacto en las masas debido al gran porcentaje de población tanto rural como urbana que las ven, y es por ello que la compañía Televisa sigue retransmitiendo aquellas telenovelas que tuvieron gran éxito años atrás, esto es para volver a juntar a los diferentes segmentos de la audiencia y seguir acaparándolos.



FIGURA 10. “La fea más bella” Imagen de presentación de la telenovela.

[https://www.google.com/search?q=la+fea+mas+bella+portada&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjwrOHahfPeAhXSylMKHWamDMgQ\\_AUIDigB&biw=1366&bih=659#imgsrc=yB-mkwuNu-Lf4M:](https://www.google.com/search?q=la+fea+mas+bella+portada&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjwrOHahfPeAhXSylMKHWamDMgQ_AUIDigB&biw=1366&bih=659#imgsrc=yB-mkwuNu-Lf4M:)

Un claro ejemplo de ello es la telenovela: LA FEA MÁS BELLA, (Figura 10. Imagen de portada de la telenovela), la cual es una adaptación de una historia colombiana “Yo soy Betty, la fea” (1999-2001) y en México fue producida por Rosy Ocampo en el año 2006, teniendo a un elenco muy amplio, abarcando desde primeros actores con gran trayectoria, como: Angélica María, Julia Isabel Macedo, Carlos Bracho, Luz María Aguilar, así como a aquellos que se encontraban en ascenso de sus carreras: Agustín Arana, Jaime Camil, Angélica Vale, Juan Soler, Raúl Magaña, Nora Salinas, Patricia Navidad, entre otros.

La “fea más bella” fue interpretada por Angélica Vale y Jaime Camil como protagonistas y es considerada la mejor telenovela del 2006, debido al alto rating adquirido, la historia atrapó a todo tipo de audiencia, por ello es clave para realizar el análisis de como las telenovelas son una herramienta de distracción social, enviando mensajes subliminales, actuando bajo el esquema de la aguja hipodérmica.

Al entrañarse en la historia de La fea más bella, trata sobre una joven llamada “Leticia Padilla Solís” la cual era una chica con valores, apegada a sus padres, muy inteligente, dominaba varios idiomas pero para para la gran mayoría de personas no era atractiva, le decían fea por usar frenillos, no vestir a la moda, no depilarse las cejas ni el bigote y usar grandes lentes.

Desde el comienzo envía un mensaje de los estereotipos en los que se basa la belleza femenina, en la que si no eres atractiva o no cumples con los requisitos establecidos no encajas en ningún lado, además en la trama se demuestra que no se puede ser inteligente y bonita a la vez, ya que los personajes que presentan como bellos carecen de esta característica.

Al seguir con la historia, trata de que la protagonista a pesar de graduarse con honores y tener un currículum, impecable no puede conseguir trabajo por su aspecto y por ello accede a que la contraten por debajo de su nivel como secretaria de la empresa “Conceptos”, una casa productora de videos, la cual fue fundada por dos grandes amigos y desgraciadamente uno de ellos falleció en un accidente, provocando que se quedara a cargo de todo “Don Humberto Mendiola”, protagonizado por el primer actor Carlos Bracho.

Como toda telenovela aparece el varonil protagonista “Fernando Mendiola”, el cual es el hijo del dueño de la empresa, un ejecutivo muy atractivo, joven, con dinero, soltero y todo un don juan con las mujeres a las cuales solo utiliza para saciar sus pasiones, pero sus estándares abarcan solo las más bellas (modelos, actrices, etc.) y por supuesto todas caen a sus pies.

Él gana la presidencia ante la junta del comité, después de presentar un codicioso y peligroso proyecto frente a su rival “Ariel Villaroel” (hijo del fallecido socio) y quien lo odia, la historia comienza destacando que solo los hombres pueden tomar grandes puestos y que las mujeres solo son las acompañantes que toman parte de una mínima participación.

La protagonista, tuvo que competir por el puesto de secretaria con “Alicia Ferreira” (Patricia Navidad), cómo olvidar ese personaje, se trataba de una mujer muy bella pero frívola y sin experiencia laboral pero a la cual se le daban ventajas por sus atributos y por ser amiga de “Marcia Villaroel” (Elizabeth Álvarez), novia del protagonista.

“Marcia”, sabía de que “Fernando” era todo un galán con las mujeres y que siempre buscaba la manera de salirse con la suya y de que ella lo perdonara, por eso necesitaba con urgencia que alguien de su confianza cuidara a su novio de todas las mujeres que lo rodeaban. Y se sigue repitiendo el estereotipo de la mujer sumisa, que tiene que vigilar a su novio y soportar cualquier infidelidad solo para lograr casarse y ser felices.

“Fernando Mendiola” al no querer mantenerse vigilado por la amiga de su novia decide junto a su mejor amigo y compañero de trabajo “Omar Carvajal” (Agustín Arana), quien es un soltero codiciado y don juan con todas las mujeres, en contratar a “Leticia”, a pesar de que nadie la quería por su físico y no tomaban en cuenta sus habilidades, solo fue contratada por “Fernando” para lograr escapar del problema y poder seguir dándole rienda a sus amoríos sin que su novia se enterara de ellos.

“Leticia” al ver a su jefe quedó enamorada por su atractivo, a pesar de eso, tuvo que atravesar por muchos maltratos, desprecios, humillaciones, groserías, insultos, un bajo sueldo y por si fuera poco su oficina era el cubículo donde se guardaban los instrumentos de limpieza y se vuelve a lo mismo, porque es la mujer la que debe ser la mártir, esta es una ideología que Televisa sigue metiendo en sus historias desde

sus inicios hasta la actualidad y desgraciadamente un gran porcentaje de mujeres en estos días siguen tolerando maltratos y faltas de respeto en el trabajo o en el hogar.

Al pasar de los días el talento y simpatía de “Lety” la hacen ganar la amistad de las secretarías conocidas como “El Cuartel de las Feas”, el cual constituía de mujeres divorciadas, madres solteras o sin pareja amorosa, las cuales eran excluidas y no tomadas en cuenta por no cumplir los requisitos con los estándares de belleza y por tener conflictos con sus cuerpos, una de ellas “Martha” (Maribel Fernández) no podía parar de comer, a pesar de haberse hecho una liposucción volvió a ganar peso y era llamada la “gorda” de la empresa.

Otra integrante “Sara” (Raquel Garza), por su altura era llamada “jirafona” y sufría de burlas por ser la eterna solterona ya que nunca se le había visto con ningún hombre, la tercera “Dolores” (Rosita Pelayo) se encontraba en conflicto de pensión alimenticia con su ex marido por haberle sido infiel y el cual la dejó por una mujer mucho más joven y sensual.

La cuarta integrante era la señora de la limpieza “Juana” (Gloria Izaguirre) que por su trabajo y su aspecto recibía burlas y su participación era mínima en la trama, no podía faltar la señora de mayor edad “Irmitta” (Luz María Aguilar) consejera de todas, querida y respetada, por último, “Paula María” (Niurka Marcos) una mujer muy sensual pero que es madre soltera y está enamorada del mensajero de la empresa.

Cada una de ellas destacaba los rasgos que no son aceptados hablando de belleza y que esas mismas les generan muchos problemas en sus vidas, así como la mínima participación que tienen tratándose de asuntos laborales o puestos de importancia en la empresa. En la figura 10, tendrán mejor visualización de las características de las integrantes antes mencionadas.



FIGURA 11. “Elenco que integraba el cuartel de las feas”

<https://www.lasestrellas.tv/espectaculos-1/tus-estrellas-1/la-fea-mas-bella-telenovela-protagonistas-angelica-vale-jaime-camil>

Estas mujeres representan, las características que no son aceptables en una sociedad y más allá de su apariencia trata de madres solteras, mujeres que pasan por una infidelidad o divorciadas, las cuales nadie quiere, como si tener un hijo o divorciarse fuera motivo de vergüenza o impedimento para tener una vida plena.

La telenovela muestra que hay una línea divisoria, en la cual los hombres denigran a las mujeres por ciertos aspectos, eso es machismo y gracias a este tipo de historias la sociedad parece ir en retroceso, es decir, cada vez se presentan más casos de machismo en diferentes ámbitos como en el trabajo, familia, amigos, escuela, entre otros.

Un segmento del público integrado por madres solteras con baja autoestima o que atraviesan por un divorcio, tenderán a generalizar sus sentimientos y a vincularse con mayor rapidez con los personajes, creando falsas y grandes expectativas,



asumiendo los parámetros que están establecidos en la historia, asumiéndolos como parte de su vida.

Es en ese momento cuando comienza el daño, cuando se deja de pensar que es una realidad ficticia y se pasa a creer que pedazos de cada escena o los problemas por los que están pasando los personajes son igual a los suyos y que el desenlace de ellos en la trama (los cuales siempre terminan en felicidad) serán los mismos que se presentaran en su entorno.

Al seguir con la historia, "Lety" también se gana la confianza de "Fernando", lo que provoca que le confié su más valiosa agenda, la cual está llena de números pertenecientes a sus romances, este fue un plan para que su novia no se enterara de sus aventuras y por mucho tiempo ella cubre todas sus citas y escapadas hasta que se enamora perdidamente, comienza a guardar fotos en su computadora, sueña y escribe sobre él todos los días en su diario.

La trama comienza cuando el ambicioso proyecto con el cual "Fernando" gana la presidencia de Conceptos falla, comenzando a generar deudas por todos lados sobre su desempeño en la empresa y con el afán de que su familia no se diera cuenta de la situación en la que estaba metido, planeó diversas estrategias que lo envolvieron en un lio financiero y amoroso.

Debido a todos los problemas en los que estaba sumergida la productora por el fallido proyecto, "Fernando" convence a "Lety" de crear una empresa fantasma llamada "Filmo Imagen" cuyo único propósito es prestarle dinero a "Conceptos", esta idea era la única salida para que los socios no se enteraran de que las deudas con los bancos aumentaban y no había dinero para liquidarlas.

"Leticia" por el amor que le tenía a "Fernando" se hace cargo del registro de "Filmo Imagen", convirtiéndose legalmente en la dueña de la empresa fantasma que tenía sede en su propia casa, y deja el cargo de gerente general a su (único) amigo de

la infancia “Tomás Mora” (Luis Manuel Ávila), un joven inteligente y muy simpático pero catalogado como feo, su parecido con “Lety” es muy destacable, ambos utilizan lentes, un peinado que se suele mencionar como cómico y una risa muy distintiva.

“Tomas”, es un personaje hábil e inteligente y al ser gerente general de la empresa ficticia comienza a invertir en la bolsa de valores generando muchas ganancias. Su amiga ya estaba perdidamente enamorada de su mujeriego jefe y un día estando con sus amigas del cuartel en una sesión de adivinación con “Juana” (la encargada de limpieza de la empresa) le anuncia que en su futuro "conocerá a un hombre que le cambiará la vida y ella se la cambiara a él", ella pensó inmediatamente en “Don Fernando”.

La telenovela trata de un grupo notable y un subgrupo, es decir, de un lado se encuentran las personas con facciones que para la sociedad son características de belleza, con dinero, poder, ropa bonita y un estilo de vida diferente y por otro lado individuos que son martirizados, que por su apariencia son discriminados pero terminan haciendo todo el trabajo que el otro grupo no puede.

La situación de la productora era tan mala que ni con el dinero que producía “Filmo Imagen” podía dar abasto todas las deudas, por lo que “Mendiola” decide embargar a su propia empresa antes que los bancos lo hagan para mantener protegido el patrimonio de sus padres, después de realizar los trámites necesarios ella se vuelve la dueña de ambas empresas, en las juntas con el comité “Fernando” durante varios meses presentó a los accionistas ganancias que no existían para ganar tiempo y tratar de mejorar las cosas.

Como toda telenovela debe de existir el punto de partida para dar hincapié al inicio del problema, en el cual surgirán los llantos, las desilusiones, peleas, golpes, accidentes, entre otros, es la parte que más llamará la atención del público, el cual procurará no perderse ningún capítulo, el inicio del verdadero drama en las historias

logra atrapar a los televidentes gracias a todo el globo de sentimientos y situaciones que explotan, es decir, es cuando ocurre el mayor involucramiento e identificación de los individuos con los personajes y su entorno.

En la “Fea más bella”, la trama comienza cuando “Omar Carvajal” empezando a sospechar sobre los actos de “Leticia” con las empresas, poniendo en duda su honestidad y fidelidad, esto provoca que “Fernando” inicie con las mismas interrogantes, así que para tener todo bajo su control arman un plan despiadado, el cual consiste en que “Fernando Mendiola” se aproveche del amor que ella siente por él y la enamore para que sus finanzas se mantengan a salvo.

Al analizar a detalle esta parte se puede corroborar la salida tan incongruente y la menos idónea en la cual piensan los personajes, existiendo miles de conclusiones para esas sospechas, los productores de Televisa deciden que la mejor idea es mostrarle al público que ofender, jugar y denigrar con los sentimientos de una mujer todo por el dinero, no es tan malo y no tiene graves consecuencias.

En un mundo cada vez más superficial, ¿Es necesario dar este tipo de soluciones? Muchos piensan que este tipo de información que se le otorga de lunes a viernes en diferentes horarios de una hora a una hora y media por cada telenovela a los diferentes segmentos del público no ocasiona ningún daño, que solo son historias que entretienen, pero eso es una mentira, debido que al transmitirlo con tanta frecuencia se absorben como actos normales que no son tan importantes como para tener represalias.

Siguiendo con la historia “Fernando” con sus dotes para enamorar comienza a mostrar interés por “Lety” y empiezan a salir, es un sueño hecho realidad para ella y no puede creer que él está dispuesto a engañar a su prometida, se deja llevar por los buenos tratos y dulces palabras hasta que surgen los besos, a pesar de que el plan era para salvar a su empresa, él se enamora y surge la noche de pasión, destacando que ella era virgen, es decir nunca había estado con ningún hombre.

La virginidad para la mayoría de la población mexicana sigue representando pureza y es como ganar un premio, algo nuevo que ningún hombre había tocado, esto es denigrar al segmento femenino como objeto, lo que se presenta al público es que una mujer es menos valiosa si ya no es virgen, es una condición que estipulan las telenovelas.

Tiempo después de la entrega amorosa, y de que “Lety” se encuentra perdidamente enamorada, descubre una carta que dejó “Omar carvaja” en donde la llamaba por el apodo de “gárgolita”, el cual era muy denigrante, en el escrito se exponía y detallaba todos los propósitos de la conquista, al leerla queda destrozada por el engaño y como consecuencia decide decir la verdad frente a la Junta de Comité y presenta su renuncia.

Al descubrirse todos los problemas, comienza el clímax de la historia, “Marcia” se entera de la relación entre su prometido y “Lety” por medio de las cartas que “Fernando” escribía y dejaba todos los días sobre el escritorio, las cuales se encontraban en bolsas negras para ser desechadas, en un arranque de honestidad él decide confesarle a su futura esposa que está enamorado de “Leticia”, lo cual la deja destrozada pero aun así lo sigue amando.

“Leticia” decide huir de todo y viaja a Acapulco junto a “Carolina Ángeles” una amiga de “Fernando” y “Marcia”, quien no tenía prejuicios sobre las apariencias, y se convierte en su asistente personal, es en esta parte de la trama donde aparece el segundo amor, ese amor inocente que está dispuesto a darlo todo por la mujer que ama, y es cuando surge el personaje de “Aldo Domensaín” (Juan Soler), un hombre muy atractivo que es pescador y un famoso chef.

Ellos se conocen cuando “Lety” devastada por el engaño de “Fernando” y cansada de las burlas y las ofensas de todos decide adentrarse en el mar, él se da cuenta y la rescata, al pasar de los días se convierten en grandes amigos y durante

varias semanas le enseña a respetarse, aceptarse, valorarse y quererse tal y como es, a raíz de eso comienza la atracción y “Aldo” cada vez se interesa más por ella.

“Aldo” comienza a sentir amor por la belleza interior de “Lety” y la besa en varias ocasiones, esto se inyecta en los televidentes como una esperanza de que en algún momento salga ese príncipe azul encantador que te salve de todas las desgracias, la telenovela presenta en todo momento que las mujeres necesitan siempre a un hombre para poder salir de las situaciones tormentosas, dejando a un lado el apoyo de la familia o amigos, son estereotipos que se siguen imponiendo a pesar de los años.

Después de todo el caos y los problemas, “Don Humberto Mendiola” deja su retiro y decide regresar a la empresa, “Fernando” busca a “Lety” desde que se fue a Acapulco sin lograr resultados, pero ella decide regresar y dar la cara debido a su papá “Don Erasmo”, quien era personificado por el cantante José José, esto representaba un prestigio al tener grandes artistas dentro de la telenovela, y es lo que logra Televisa con sus historias, es decir, que un actor pueda realizar diferentes profesiones y abarcar más publicidad.

Al regresar “Leticia” toma el puesto de la presidencia, pero con condiciones, el primero era que su papá fuera el contador de la empresa y su mejor amigo el vicepresidente financiero, además pidió que “Fernando” permaneciera como accionista y que “Marcia” no renunciara. Siempre tratando de mostrar a la protagonista como la mujer más buena, pensando siempre en los demás acostada de su propia felicidad.

Comienza la disputa entre los dos galanes, los cuales representaban una diversidad de sentimientos que eran transmitidos a los espectadores para ser enganchados con mayor facilidad, por eso en esta telenovela “Aldo” aprovecha un proyecto de la “Asociación de restauranteros” en el que es representante para producir comerciales en “Conceptos” sobre turismo gastronómico y estos generarían ganancias suficientes para liquidar la deuda dictada que tenía la productora.

“Fernando” al ver las intenciones de “Aldo” se convierte en su enemigo inmediatamente, y en varias ocasiones llegaron hasta los golpes, esta situación de combate por el amor de “Lety” duró meses, haciendo que el público se dividiera entre los dos, es decir algunos preferían el amor nuevo y los demás el amor de “Fernando” aunque la había lastimado. En consecuencia las opiniones que resultaron de este amorío logró el impacto buscado en los segmentos que veían la telenovela ya que se inmiscuyeron mucho más en la trama.

“Tomas” realiza las cuentas de las ganancias y se da cuenta que su meta no fue alcanzada debido a “Luigi Lombardi” (Sergio Mayer), quien es el director de los comerciales y su personaje trata de una persona homosexual que tiene estereotipos muy altos sobre la belleza, rodeándose de las modelos más hermosas y tratando mal a las personas que para él no lo son.

Este es un gran punto a favor de Televisa y destaca que todo lo que presenta no es al azar, todo es una estrategia para lograr su fines, al presentar un personaje homosexual que es muy bien aceptado, con dinero, amor y se desempeña en lo que le gusta gana otro porcentaje de audiencia perteneciente a LGTB que se identificarán con el personaje o querrán que su vida sea parecida a la que se presenta.

“Leticia” cansada de todos los malos tratos, presenta su renuncia de la presidencia pero debido a la mano dura de su padre ella se retracta a las pocas horas, después “Fernando” decide hacer lo mismo, reflejando que ya no tenía sentido seguir junto a “Lety” si ya no lo quería y lo odiaba, entonces decide viajar a Nueva York donde conoce a “Carla Santivañez”, una empresaria que lo ayudó en el proyecto de turismo gastronómico y que estaba enamorada de él.

“Marcia”, después de ser villana por un tiempo decide renunciar al amor que siente por “Fernando” y le confiesa a “Lety” que es verdad que él estaba enamorado de ella, todo esto con el fin de que no se fuera de la empresa, así que al escuchar todo decide viajar de inmediato y buscarlo en Nueva York. Ambos se encuentran y deciden

fugarse para aclarar sus sentimientos, ella lo perdona y acepta casarse con él, ya que fue su primer amor y nunca dejó de amarlo.

Después de tantos problemas en la historia ya comienza a notarse las soluciones de estos, en el cual el amor es el que triunfa, pero a pesar de ello la trama no se puede solucionar rápidamente sino perderían público, por lo cual hacen que “Aldo” los descubra besándose dándose cuenta que se habían reconciliado, al darse cuenta de todo queda totalmente decepcionado, le muestra a “Lety” que la deuda de conceptos fue comprada por él teniendo que vender su casa, su restaurante y lancha con el fin de vivir junto a ella en Acapulco.

En la etapa final todos los personajes se vuelven buenos y mártires, es decir prefieren la felicidad de otra persona, por ello en la historia “Fernando” se da cuenta que “Lety” esta triste y la deja para que decida con quien estar, así que ella elige a “Aldo” y comienzan una relación a pesar de las dudas que aún existen.

Semanas después se comprometen, pero él se da cuenta que ella sigue amando a “Fernando” y que no es feliz a su lado, así que decide alejarse para que sean felices. En este punto se destaca que la mujer es capaz de perdonar todo el dolor, la humillación y el desprecio por el que atravesó por el amor, cosa que en realidad es muy difícil de perdonar y que si en algún momento se logra lleva años de terapia de pareja, los televidentes al ya estar vinculados con los personajes y ver este tipo de desenlaces, minimiza los problemas de su entorno, pasando todo por alto un ejemplo de ello son la violencia física y psicológica.

Mario Diament, profesor y director del Programa de Maestría de la Escuela de Periodismo de la Universidad Internacional de la Florida, explicó que “lo peligroso de las telenovelas es que crean estereotipos. No es que estimulen la violencia pero, al presentar ciertas conductas como normales, las legitiman”. Este es uno de los principales problemas que rodean a las telenovelas, al presentar actos de violencia o ciertos comportamientos que se vuelven buenos.

En las últimas semanas “Fernando” y “Lety” regresan, se casan y logran vencer todos los obstáculos que se oponían a su amor, así mismo las demás sub historias desencadenadas en la trama tienen un final feliz, ya no existe la discriminación por la apariencia, todos se llevan bien y encuentran la felicidad. El final es el mismo en cada telenovela, siempre debe existir un amor que lo soporte todo y el último capítulo es en donde destaca la boda religiosa y un vivieron juntos para siempre.

Se debe hacer hincapié que durante la presentación del clímax al desenlace el personaje de “Leticia Padilla Solís” tuvo una transformación como se muestra en la figura 11. De ser una oruga pasó a una hermosa mariposa, desde los inicios de la telenovela, ella fue presentada como la fea y que ningún hombre quería, y la parte de querer dar el mensaje de aceptarse tal y como eres es totalmente una farsa.



FIGURA 12. “Transformación del personaje”

<https://www.eluniverso.com/2010/12/19/1/1379/boda-angelica-vale-twitter.html>

“Lety” tuvo que cambiar sus características para poder encajar en los estándares de belleza, se depiló las cejas, se quitó el bigote, cambió su forma de vestir así como los lentes, se quitó los frenillos y tiñó su cabello a rojizo, luciendo hermosa el día de su boda, al final de todo, si tuvo que cambiar radicalmente para ser aceptada, se demuestra una vez más que las telenovelas no tienen algún desenlace que haga



reflexionar a los televidentes sobre lo bueno y lo malo, al contrario acelera la angustia por no poder tener todo lo que presentan.

Y lo mismo pasa con el mejor amigo de “Lety” que se enamora de “Alicia Ferreira”, pero ella solo le hace caso para extorsionarlo económicamente ya que se encuentra en una situación financiera deplorable, lo humilla públicamente y utiliza, aun así decide pedirle matrimonio en varias ocasiones. Y para poder ser más atractivo para ella decidió cambiar su físico, su manera de vestir hasta su transporte.

Por último esta telenovela tuvo un final estupendo hablando de rating, y se mostró al público como todos los personajes encuentran la felicidad a pesar de haber sufrido tanto tiempo, todos encuentran el amor verdadero lo cual provoca que sus problemas quedan totalmente solucionados, es decir nadie sufre porque no hay represalias.

#### **4.4 LA ELECCIÓN DE LA TELENOVELA “LA FEA MÁS BELLA”**

La telenovela “La fea más bella” fue elegida como ejemplo de una herramienta de distracción, debido a que en el tiempo de su transmisión de 2006 al 2007 fue un total éxito logrando 48.3 puntos de audiencia en el país, posicionándola como la mejor telenovela mexicana del 2006 y fue exportada a varios países como España, Argentina, Venezuela, Brasil, Estados Unidos, entre otros.

El desenlace de la telenovela arrasó con el nivel de audiencia al obtener 43 puntos de rating a nivel nacional, cifra muy superior comparándola con la que se registró la edición número 79 de la entrega de los premios Oscar, que alcanzó 9.5 unidades en el mismo horario, en la cual estaban nominados varios cineastas mexicanos para ganar la estatuilla dorada.

En el final que se llevó a cabo en vivo en Monterrey, Nuevo León se dieron cita alrededor de 200 mil personas, según estimaciones de la producción y eso no fue todo, al terminar las grabaciones, se realizó un concierto en el cual participaron artistas como José Feliciano, Rey Ruiz, Ricardo Montaner, Jerry Rivera, Los Ángeles Azules, Camila, Los Reyes del Camino y Límite.

Gracias al éxito tan grande, el horario en que se presentaba la telenovela cambio varias veces y eso ayudó a que los actores que la integraban despegaran en sus carreras artísticas, así mismo las retransmisiones no se hicieron esperar apareciendo en el mes de julio los sábados y domingos con horarios de 14:00 a 16:00 horas por el canal de las estrellas en al año 2017.

Y en este año 2018 surge de nuevo la retransmisión de la misma, trasmitiéndose de lunes a viernes en el horario de 13:30. Cabe mencionar que esta trama duró más de año y en un inicio eso no estaba contemplado, pero al destacarse en la gran aceptación dentro del público los productores de Televisa decidieron extender la historia.

Esta telenovela tuvo gran influencia en los televidentes que la seguían a diario por diferentes motivos, uno de los principales fue la capacidad de empatía que establece el telespectador con la historia de los personajes, aunque dichas realidades estaban muy alejadas de la verdad, los televidentes las hicieron parte de su vida de manera muy rápida debido a las características tan peculiares de los personajes y los problemas en los que se encontraban.

La historia de esta telenovela abrazada a cada segmento de la población, esto es gracias a todas las sub historias que se mostraron, desde el personaje principal con la poca aceptación que tenía por su apariencia, el hombre “Don Juan” que encuentra al amor de su vida, la persona con carencia que al final se vuelve rica, la madre soltera que logra volver a enamorarse, entre otras, lograron que los televidentes se relacionaran con la trama.

Esto quiere decir que la estrategia de Televisa con buscar la identificación de la sociedad mexicana con la historia de esta telenovela abarcando desde la apariencia de los actores, el entorno laboral y el entorno familiar así como las carencias, los complejos de inferioridad y los sentimientos mostrados, dieron el resultado esperado.

De igual manera se optó por dicha telenovela debido a que es una adaptación de dos estilos, uno el cual es el humorístico ya que en muchas escenas las risas y la comedia estuvieron presentes, es decir, los actores se comportaban de manera graciosa, haciendo chistes o hablando en doble sentido y por otro lado se encontraba el clásico estilo de la telenovela rosa, la joven humilde que encuentra al amor de su vida en un hombre atractivo y con dinero.

Fue la unión de estos dos estilos la que la volvió mucho más interesante, ya que se trataban de romance con comedia. Es decir que los escritores tomaron partes del melodrama nato y los aumentaron tanto hasta llegar a la parodia, cosa que definitivamente elevó los tipos de segmentos de audiencia que lo veían, los cuales incluían hasta el público adolescente.

Además después de “La fea más bella” surge una telenovela muy parecida y la cual se llama “Por ella soy Eva” interpretada de la misma manera por Jaime camil, teniendo un dote para las mujeres y el cual encuentra al amor de su vida con una madre soltera, la historia principal no podrá ser la misma pero la trama, las locaciones y el contexto son totalmente parecidos, siempre poniendo a los ricos en una gran empresa junto a personas de la clase media baja que son denigrados pero al final todo esto cambia.

Aunado a todo esto y el motivo que puso el punto final para la elección de la “Fea más bella”, se debió a que fue una telenovela política, es decir, por el gran éxito que tenía y el elevado rating que presentaba, fue seleccionada por la propia empresa Televisa en relación con fines políticos para ser la herramienta que mandaría un mensaje de apoyo a una candidatura.

Para poder detallar más a fondo se debe mencionar que al final de una escena de esta trama un par de actores invitaron a toda la población mexicana a votar en las elecciones del 2 de julio en 2006 y además de ello aseguraron a nivel nacional e internacional que votarían por Felipe Calderón Hinojosa, en ese momento era el candidato del Partido Acción Nacional, al que describieron como el “presidente del empleo” frase con el cual lo reconocían, esta escena se dio exactamente el día en que concluyeron las campañas políticas.

Después, esa misma noche, minutos después de terminar un capítulo de la “Fea más bella”, el candidato en ese momento Felipe Calderón Hinojosa entró a cuadro emitiendo un mensaje en televisión abierta a todo el pueblo mexicano, cerrando con broche de oro su candidatura y días después a eso él fue nombrado Presidente electo de la República Mexicana.

Todo quedó ahí, nadie se preguntó quién había pagado tan costosa escena ni de dónde provenía dicho dinero, no fue un simple anuncio al azar, se trató de toda una estrategia elaborada para que ambas partes salieran beneficiadas, es decir, al ganar

Felipe Calderon, Televisa quedaba totalmente respaldada para los próximos seis años consecuentes, sería intocable y por ende este apoyo le traería muchos beneficios económicos, además tendría respaldo del gobierno.

Analizándolo en la actualidad, esta telenovela fue una herramienta utilizada por Televisa en conjunto con el gobierno y sus fines políticos para hacer decidir y persuadir al público que votaran por un candidato en particular, es decir, la telenovela más famosa y popular del año 2006 le había sugerido en un escena por quién votar a millones de espectadores mexicanos, y no bastaba con eso, al finalizar el candidato aparece dando su mensaje de cierre de campaña.

La psicóloga Fabiola Cuevas, creadora de una de las páginas webs más utilizadas en México, señala que los principales daños que generan las telenovelas son la privación de llegar a las propias conclusiones sobre lo que está pasando, simplemente lo que ves, ES, aumentan los estereotipos y juicios sobre ciertas conductas en los demás. Mientras las ves, tu cuerpo vive el estrés como si fuera suyo (y después te pasará la factura), aumenta el drama que puedas estar viviendo en tu vida, te hacen creer que tu presente no es tan importante, que lo que importa es qué va a pasar hoy en la telenovela y te desconectan de tu propia realidad, de tu propio cuerpo.

Entrelazando todos los efectos que provoca ver consecutivamente las telenovelas al cerebro humano y que el creador de estas mismas en un emporio llamado Televisa que no solo busca el rating más alto, sino beneficios estratégicos para su expansión y su fortuna, el gobierno la necesita para lograr sus fines que van desde lanzar a un candidato hasta persuadir a un gran porcentaje de la población mexicana para que no note o no le dé la importancia necesaria a los problemas que afectan a los sectores más vulnerables.

#### **4.5 LAS TELENÓVELAS DE TELEVISIÓN Y SUS FINES**

Desde sus inicios la familia Azcárraga ha tenido gran influencia en la toma de decisiones de los gobernantes, siempre viendo por el bienestar de su empresa y al darse cuenta que desde sus inicios las telenovelas llegaba a millones de mexicanos a través de la televisión la utilizó de inmediato para sus fines y durante muchos años su apoyo total fue para el Partido Revolucionario Institucional (PRI), hasta que las cosas cambiaron y comenzó a elegir al que le traía más beneficios, es decir al mejor postor.

En México por décadas las telenovelas han sido una válvula de escape, es decir una herramienta de distracción social sobre las grandes problemáticas que se han presentado en el país, otro ejemplo que se puede dar aparte del anteriormente mencionado se instala en los ochenta cuando la República Mexicana atravesó la catástrofe del terremoto y las constantes devaluaciones económicas, pero en ese momento la atención del público mexicano estaba centrada en la telenovela “Cuna de Lobos” y eso se hizo notar el día de su final ya que millones de televisores se encontraban encendidos para ver la última transmisión.

De igual manera Martha Sahagún, en el sexenio de Vicente Fox en alianza con Elba Esther Gordillo produjeron programas educativos que se trataban de una guía para padres, donde a través de pequeños melodramas querían dar un mensaje de reflexión de como poder ayudar a los hijos.

Lo gracioso de este plan es que en dichos melodramas se presentaban historias en las cuales se destacaba la importancia de la virginidad, el esfuerzo del pobre, la estrategia del rico y la sumisión de la mujer ante el esposo dando a entender que ello siempre traería alguna recompensa, este tipo de tramas nunca cambiaran, ya que son ellos los que atrapan al espectador, utilizándolos como marionetas manipulables a través de escenas que transmiten una realidad deseada.

Cada telenovela transmitida no está escrita al azar, cada una de ellas tienen una función específica, la cual es alejar al telespectador de la realidad en que la vive, pintando un mundo maravilloso donde los conflictos se pueden solucionar, donde los problemas no son tan grandes si existe amor.

Televisa no pudo encontrar mejor aliado que el gobierno para todos sus fines, son la mezcla perfecta para tener sumisos al pueblo mexicano, es decir al pueblo se les da pan y circo y con ello los mantiene contentos y desplazados de lo que en realidad pasa en su entorno, cada día se generan nuevas propuestas de telenovelas para poder hacer creerle a la población que viven en un lugar seguro y que sus problemas no son tan importantes. No por nada el fallecido actor Claudio Brook en 1973 declaró que las telenovelas son el opio del pueblo, a lo que Miguel Alemán Velasco (importante político priista y directivo de Televisa) respondió: "Si es opio, pero del bueno".

# **CONCLUSIÓN**



## CONCLUSIÓN

Los Azcárraga desde sus inicios tuvieron un nivel muy alto de influencia en las decisiones que se tomaban a través del gobierno mexicano, siempre ha existido un lazo estrecho entre estos dos, basado en estrategia y en resultados que son muy satisfactorios para las dos partes, el único que no se beneficia de esas tácticas y planes es el pueblo, es decir, la población suele ser como un perro que ve algo extraño que quiere entrar a su hogar y la dan un hueso para que deje de ladrar y se pueda distraer.

Con ese ejemplo, tal vez un poco fuera de tono se puede analizar lo que hace Televisa al público, cada que se trata de algún fenómeno que afectará a los sectores más frágiles y desprotegidos surgen telenovelas por doquier, las cuales atrapan a un porcentaje amplio de mexicanos y lo peor es que viéndolo globalmente, cada día pasan alrededor de cinco telenovelas, sin contar claro, las series más destacadas como la “Rosa de Guadalupe” o “Como dice el dicho”.

Entonces, esta exorbitante empresa exhibe una cantidad de historias, imágenes, y perfiles de vidas perfectas que son anheladas para los mexicanos, a través de varios experimentos y estudios antes mencionados en los capítulos tres y cuatro se demostró que las telenovelas influyen altamente en las personas que las ven, al estar tres de cinco días frente al televisor observando historias en las que dan por alto la violencia o qué situaciones de gravedad no son castigadas severamente, se van instalando en la mente como si fuese algo normal, haciéndolo parte de la sociedad que si es real.

Después de que muchos especialistas han demostrado el efecto negativo de las telenovelas hacia los diferentes segmentos de las audiencias, se debe enlazar con el otro lado de la balanza que ha hecho que Televisa se vuelva tan importante en América Latina y eso es, el trato íntimo que tiene con el gobierno, lo que ha logrado que su expansión sea eficaz y rápida.

Televisa y el gobierno son aliados desde hace muchas décadas y después de todo el éxito que han tenido estos melodramas, se puede decir con claridad que la telenovela es la herramienta utilizada para la distracción de las masas, no se trata de historias que transmiten al azar, se trata de todo una planificación y de acuerdos para fines políticos que alejan a la sociedad de lo que verdad pasa a su alrededor.

Por ello los noticieros se presentan antes o después de una telenovela y cuando se trata de una nueva historia se invitan a los actores a promocionarlas en todos lados. Televisa prácticamente definía lo que se veía en México y aun lo sigue haciendo aunque ese porcentaje ya bajó debido a las nuevas redes sociales que se han lanzado, pero un claro ejemplo de que las noticias las han manejado a su conveniencia han sido: el número aproximado de víctimas por el temblor, la denuncia de las mujeres cuyos hijos han desaparecido, las críticas a los modelos económicos o a las reformas y las posiciones distintas al partido revolucionario institucional.

El imperio de los Azcárraga ha moldeado al menos a tres generaciones de mexicanos, debido a que desde los años cincuenta cuando se incorporaron las actrices rubias a la televisión, aumentó la venta de tinte rubio para el cabello, esta influencia se puede notar también en los años setenta cuando en el Registro Nacional de Población aumentaron los nombres como Marimar, María Mercedes, Gabriel y Gabriela en los recién nacidos al salir estas telenovelas.

La población mexicana es la que más horas se la pasa frente al televisor rebasando las horas promedio de Estados Unidos y de los países europeos, por ello, Televisa ha podido manipular y tener una gran influencia en las actitudes culturales, políticas y económicas aunado a esto y con el apoyo gubernamental para lograr fines políticos el cambio es más amplio de lo que parece a simple vista.

Desde los inicios de la telenovela con “Senda Prohibida” México tuvo un gran auge debido a que estaba destinado a la clase trabajadora y fue utilizada como una

manera de mantenerlos estables, pero esta herramienta para controlar a las clases sociales bajas fue explotada en totalidad por Telesistema Mexicano y Televisa.

Si desde sus inicios la disposición era que las clases altas no veían estos melodramas y los de las clases bajas sí, es porque tenían una función que hacer y era la de distraer y controlar, hasta en la actualidad eso se sigue reflejando, las telenovelas cada vez tienen más críticas y estudios sobre lo negativo que son, por eso muchos padres de familia no dejan que sus hijos tengan interacción con estas historias, aun así un gran segmento de la población las sigue viendo, siguen siendo su compañía durante la comida o al momento de hacer actividades en el hogar, o se vuelven el tema de conversación con otras personas.

Esta manipulación de la realidad social se da con gran facilidad, debido a que las diferentes clases sociales hasta las más bajas y denigradas tienen un televisor en casa aunque eso implique endeudarse por varios meses, la necesidad de contar con este aparato es tan alto que a pesar de tener un techo de lámina, un piso de tierra o vivir en zonas desagradables, las familias prefieren una televisión que mejorar su calidad de vida.

Desde un inicio las telenovelas fueron generadas para el segmento femenino más para las amas de casa y a pesar que en la actualidad se cuenta con diferentes distractores que si pueden generar buenos valores como lo son el deporte, clases extracurriculares, etc. Muchas madres de familia prefieren sentarse a ver las historias de drama acompañadas de sus hijos, hasta ese grado ha decaído la interacción entre las familias, y si eso se sigue repitiendo por generación es un cuento de nunca acabar.

Entonces, si siempre ha existido un vínculo entre el gobierno priista los cuales han gobernado el país durante muchos años consecutivos y Televisa, la cual ha logrado que los gustos de un gran porcentaje de los diversos segmentos del público cambien y perciban las cosas de diferente manera a través de las telenovelas, es lógico que sea lo mismo al momento de persuadir al pueblo sobre los acontecimientos ya

sean políticos, económicos o sociales que afectan al país, solo basta con enlazar las cosas para darse cuenta del mega teatro que son las telenovelas, y lo ajena que están a la vida a pesar que desde el 2010 han intentado ingresar temas de gran problemática el final y la perfección de todo no cambian.

Las telenovelas se aplican en los televidentes basándose en la teoría de la aguja hipodérmica, es decir, al estar tanto tiempo frente al televisor viendo las mismas historias de siempre, con los repetitivos finales felices llenos de amor y alegría, y los problemas que tienen soluciones fáciles, se van quedando grabados en la mente con una gran facilidad, es como si se tratara de una esponja que absorbe todo lo que ve.

El cerebro humano es como una caja vacía la cual está en espera de llenarse de todo lo que acontece día a día, de nuevas historias, aprendizajes, acciones buenas, información relevante y de cultura general, pero si en vez de eso de lunes a viernes hacemos que nuestro cerebro se posicione frente a una televisión con los mismos canales y contenidos tan denigrantes para la mujer, con un drama parecido al cuento de hadas y con vidas perfectas que son un paraíso, qué se puede esperar obtener.

La única respuesta es que a través de esas imágenes coordinadas se busca la liberación de la vida a la que perteneces, deseando una diferente, queriendo tener la que se refleja en la pantalla, dejando aún lado todo lo que pasa alrededor, restándole importancia a noticias como las reformas que se instauraron el país, el aumento a los productos de la canasta básica, la violencia que crece día con día, las violaciones a mujeres y la respuesta que hay hacia ello, como decir que se lo merecen por la forma en que visten entre otras cosas.

Y esta efectividad de ser tan repetitivos para lograr el efecto deseado, se dio a conocer desde el surgimiento de las guerras mundiales cuando a través de carteles y de la radio se lograba persuadir a la población para dejarlo todo e ir a pelear por su país, así mismo estas telenovelas han logrado los efectos deseados, solo nos toma un minuto imaginar por cuantos años estas historias han sido parte de las actividades

cotidianas de los mexicanos, haciéndolos parte de sus vidas y tomando la vida de los personajes como parte de ellos, deseando cambiar la realidad en la que viven día a día.

El mensaje se inyecta gracias a su forma repetitiva, por ello las telenovelas no han sido cambiadas, es decir, han buscado modificaciones metiendo tramas más largas y con problemas de actualidad que sorprenden pero sigue estando inmiscuido siempre el estilo rosa clásico del final feliz y el amor que todo lo puede. Al ver en las telenovelas ciertos problemas que pasan en una sociedad y que no se les da el castigo justo o que al final se van resolviendo por arte de magia, para los televidentes se vuelve cotidiano y se pasa por alto.

Es en este punto donde comienza el problema de todo, estas historias cotidianas tienen efectos muy negativos, el cerebro es una base de información maravillosa que los seres humanos rellenan a conveniencia, y cuando cada día, cada semana durante diferentes horarios se le transmite mensajes erróneos y estos llegaran a ser parte de la vida, dejando aún lado los verdaderos problemas, limitando o disminuyendo la severidad de ellos.

Un ejemplo de ello son las clases bajas angustiadas por la falta de trabajo y de ingresos para sus familias que se ponen a ver estas tramas donde se marca el ejemplo de las mismas, solo que el desenlace es diferente y logran salir de pobres de una forma mágica, lo único que esto logrará es que dejen de restarle importancia a su realidad y que deseen con ansias la ficción, quitándole el verdadero valor a lo importante que los está rodeando tratando de generar un cambio significativo.

En el año de 1993, Emilio Azcárraga Milmo, conocido como “El tigre” dueño de la empresa con más ganancias y poder en la República Mexicana, Televisa dio un discurso improvisado antes sus súbditos por así decirlo. Su frase célebre fue “México es un país de una clase modesta muy jodida, que no va a salir de jodida. Para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad

y de su futuro difícil.” En esa ocasión se estaba festejando el éxito de la telenovela Los ricos también lloran, mucha gente ni siquiera lo recuerda o ni saben si este personaje llegó a decir una oración tan denigrante para los mexicanos.

En sus propias palabras destacó lo que la sociedad significa para Televisa, solo es una sección que le da ganancias multimillonarias, la cual no representa otra importancia más que eso, la gran diferencia entre la clase social alta y las demás es que ellos cuentan con el dinero pueden hacer muchas cosas que los diviertan o entretenga, entre ellos poder ir a los teatros, museos, musicales, etc.

Por el contrario los de la clase media y baja durante generaciones su única manera de divertirse ha sido la televisión, es la herramienta para su distracción combinándolo con las malas telenovelas que se presentan desde la mañana hasta el anochecer durante cinco días a la semana, el daño es muy grande.

Las telenovelas alejan al televidente de su realidad, con historias y personajes que nunca podrán ser alcanzados y se convierten en modelos a seguir, no pretende más que incorporar a los pobres a la sociedad de consumo, atrayéndolos a un mundo de fantasía. Y tampoco pretende sacarlos de esa condición. Mucho menos instruirlos.

Imaginemos por un momento, si durante décadas las telenovelas han insertado como una inyección en los televidentes que las mujeres deben tener ciertas características para ser hermosas o exitosas, que los hombres siempre son los que deben mantener a la familia y a los que se les debe servir primero en la mesa, a que la felicidad solo la obtienes cuando te casas por la iglesia y tienes hijos.

Así como también que un robo puede ser perdonado o un victimario puede enamorarse de su secuestrador, que las víctimas de violación se recuperan con facilidad y siguen sus vidas como si nada pasará, que las agresiones se pueden pasar por alto y que a pesar de vivir en condiciones precarias puede llegar el príncipe azul para sacarte de todo ello.

Todo esto llega a impactar al cerebro de tal manera que las neuronas espejo adoptan y adaptan esos mundos irreales al real. En la actualidad el tema de las violaciones hacia mujeres se está elevando, en la calle cada vez existen más faltas de respeto, miradas acosadoras, piropos ofensivos, entre otros ejemplos y leer o escuchar comentarios machistas respecto a esta grave problemática social es totalmente desagradable.

Estamos dejando de ser humanos y de sentir el dolor del prójimo, entonces si esto cada día está empeorando, porqué las telenovelas siguen mostrando historias donde el machismo prevalece, llegará el momento o tal vez ya llegó donde el mayor porcentaje de la población muestre desinterés de la realidad en la que se vive, y al percatarse que estas historias siguen generando ganancias multimillonarias, tal vez nunca llegue el momento en que se transmitan historias verdaderas que hagan que la sociedad despierte, que no se distraiga de lo que acontece y perjudica.

La respuesta es muy sencilla ya que prevalece el modelo de una televisión híper comercializada, orientada sólo al entretenimiento de baja calidad, bajo costo y alta ganancia, el espejismo del rating es sólo una justificación para la vulgaridad, pero los Azcárraga justifican la pésima calidad de la televisión mexicana, argumentando que eso es lo que “la gente quiere ver”. Al pueblo se le da pan y circo para mantenerlos entretenidos absorbiéndolos en una burbuja ficticia, a través de las telenovelas se les inyecta lo que está televisora en alianza con el gobierno quieren que se vea.

La República Mexicana está llena de recursos naturales a comparación de otros países, pero hablando de educación, trabajo y buenos salarios está muy por debajo. Esto ha sido lo que en sus inicios marcó el impulso de las telenovelas y el segmento femenino fue el principal impulsor, por ello en un principio estos dramas se transmitían específicamente para las amas de casa y solo basta ponernos a pensar en nuestras familias, si miramos hacia atrás nos daremos cuenta que todos tenemos una tía, una mamá, una abuela que lloraba con estas historias, que se ponía a discutir con los

actores como si fueran reales o que en las tardes nadie la debía molestar porque era la hora de la telenovela.

La telenovela clásica rosa fue la que más rating generaba a mitad de los años setenta y en la actualidad, por ello la televisora ha querido mezclar el humor, la comedia, la historia o temas de interés social pero siempre con el final de “Cenicienta” o finales felices. Este gusto por dichos tele dramas se debe a un sentido casi justificado de la audiencia, ya que la creencia en la justicia moral y divina está fuertemente arraigada en los sectores pobres de la sociedad y la justicia institucional está fuera de su alcance.

Entonces, al presentarse una historia que atrapa por el sufrimiento de la víctima que claro debe pertenecer a una clase social baja, que da indignación por las acciones tan crueles por parte de los villanos y que además al final se le da certeza a la audiencia que los malos se arrepentirán y que la mártir encontrará la felicidad, es el anzuelo perfecto para tener a las masas entretenidas. Es una fuente de entretenimiento inmediato y fácil de seguir.

Además con las telenovelas que se transmiten, hacen que la audiencia se identifique rápidamente con los sentimientos, estilo de vida, pensamiento o por las metas de los personajes presentados en la historia, eso se convierte en un lazo que provoca que la historia se adopte como propia, con la esperanza de un final feliz que es garantizado con la promesa y precedentes de las telenovelas pasadas.

Por un lapso de tres a seis meses aproximadamente dependiendo el gusto que tenga el público por la telenovela presentada, el televidente se preocupa menos por sus propios problemas, y más por los del personaje, y cuando este finalmente acababa con sus problemas y sus aflicciones se resolvían obviamente esto se acaba casándose con un hombre galante, al espectador le parece que el mundo real también se convierte en un lugar mejor.



A esto se le puede llamar un proceso de catarsis, ya que es como si la audiencia que se refleja ya sea con el trama o los personajes se purificara a través de ellos, es decir que todo lo malo que rodea a su entorno desapareciera al ver que ese personaje logra ser feliz, es un sentido de esperanza de querer salir de la vida en la que se encuentran por arte de magia, es a través de las telenovelas que las audiencias se alejan de su entorno, restándole la importancia que requiere soñando un mundo de fantasía que tanto daño hace.

Pareciera que para ser una sociedad intelectual, con gran información cultural, social o económica de los sucesos y problemas que acontecen se tuvieran que poner una venda en los ojos como la película de BirdBox para que todo lo relacionado a las telenovelas que se transmiten no sean vistas y no alejar a la sociedad de su realidad.

Otra forma de llamar a esto sería que las telenovelas son el opio del pueblo como en su momento Carlos Marx llamó a la religión. El opio es una mezcla que contiene una droga que relaja, eso es lo que hacen las telenovelas de Televisa a la sociedad mexicana que los consume, relajarlos, hipnotizarlos y alejarlos de los problemas sociales de su entorno, es decir, de su realidad queriendo obtener la que se transmite en los diferentes horarios.

Con esta explicación es como se llega a la conclusión que Televisa utiliza las telenovelas mexicanas a su conveniencia, logrando aparte de ganancias millonarias someter bajo sus ideas y normas a las masas obteniendo de ellas una sociedad de consumo, de deseos que están fuera de su alcance y de alejar a los televidentes de la realidad que los rodea atrapándolos en una ficticia.

## BIBLIOGRAFÍA

AGUADO, Cruz, Eduardo. Los géneros periodísticos de opinión en la televisión mexicana. Ed. Trillas. México. 2009. Pág.34-53.

AGUILAR, David y otros. El pequeño Larousse ilustrado. Ed. Larousse. México. 2003. Pág. 969.

ALSINA, Miguel Rodrigo. Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas. Ed. Aldea Global. Barcelona. 2011. Pág. 8

BARRON, Domínguez Leticia. La industria de la telenovela mexicana: procesos de comunicación, documentación y comercialización. Madrid. 2009. Pág. 112.

BAUCHE, Manuel y otros. La televisión mexicana II. Ed. Litofasesa. México. 1999. Pág.146-147.

COVARRUBIAS, Karla Yolanda y otros. Cuéntame en qué se quedó la telenovela como fenómeno social. Ed. Trillas. México. 1994. Pág. 120-133, 163,166, 168, 197-224.

DE LA MOTA, Ignacio. Enciclopedia de la Comunicación. Ed. Limusa. México. 1994. Pág. 297, 630.

FERNÁNDEZ Y GALGUERA. Teorías de la comunicación. Ed. McGraw-Hill. México. 2009. Pág. 102

GALEANO, Ernesto. Modelos de comunicación. Ed. Macchi. Buenos Aires. 1998. Pág. 33-39

GARCÍA, Rubio Claudia. Para entender la televisión en México. Ed. Fragua. México. 2008. Pág. 8, 25, 27,30, 81.

GONZALES, Alonso Carlos. Principios básicos de comunicación. Ed. Trillas. México. 1984. Pág. 11-21.

JARA, Elías Rubén y otros. ¿Cómo la ves? La televisión mexicana y su público. Ed. Conjunción. México. 2007. Pág.86-89

LÓPEZ, Valdez Daisy María. Preferencia de géneros televisivos, contexto familiar y valores, un estudio transcultural con adolescente. Universidad del país vasco. España. 2016. Pág. 12

MAZZIOTI, Nora. La industria de la telenovela. Ed. Paidós. México. 1996. Pág. 13, 14, 28-35,47-49

MONTERO, Baena. Ciencias de la comunicación 1. Ed. Patria. México. 2017. Pág. 5

MUÑOZ, Blanca. Cultura y comunicación Introducción a las teorías contemporáneas. Ed. Fundamentos. España. 2005. Pág. 44

NOVOA, Andrés Ricardo. Conceptos básicos sobre comunicación. Ed. Turrialba. Costa Rica. 1980. Pág. 16-21

ONGALLO, Oscar. Manual de comunicación. Ed. Dykinson. Madrid. 2007. Pág. 19-22

OSORIO, Casas Ricardo. Ciencias de la comunicación. Ed. Cobao. Oaxaca. 2013. Pág.50, 62, 73-77

QUIJADA, SOTO Miguel. La televisión análisis y prácticas de la producción de programas. Ed. Trillas. México. 1996. 11-13.

RESTREPO, Mesa María Consuelo. Producción de textos educativos. Ed. Magisterio. Colombia. 1996. Pág.22-23

ROMEU, Aldaya Vivian. El fenómeno comunicativo. Ed.Nómada. México. 2018. Pág. 97-102

SANTOYO, Alexander. Comunicación y sociedad. Ed. Chicome. Puebla. 2011. Pág.24

SERRANO, Manuel Martín y otros. Teoría de la comunicación. Ed. Acatlán. México. 1993. Pág. 13

SERRANO, Martín Manuel. La influencia social de la televisión: niveles de influencia I. CIS. España. 1982. Pág. 41

VALENZUELA, José Ignacio. Taller práctico de escritura de telenovela. Ed. Punto de lectura. México. 2012. Pág. 15, 21-29