

871642

Universidad Madero ³
Incorporada a la U.N.A.M. _{2e}



Escuela de Periodismo y Comunicación Colectiva

LAS TELENÓVELAS Y LAS FORMAS DE VIDA

Tesis Profesional

Que para obtener el Título de:

*Licenciado en Periodismo y
Comunicación Colectiva*

Presenta:

Minerva Angélica Hernández Morales

Puebla, Pue.

1995

FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está 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

Antes que a nadie, a Dios... porque él me muestra a cada instante su presencia y amor.

A mis Padres Roberto y Gloria, por su incomparable deseo de brindarme todo el bienestar que ellos, en su momento, no disfrutaron.

Y si ellos deciden ver en este esfuerzo, la culminación de todos los que ellos realizaron... es un honor para mí, hacer realidad sus sueños.

A mi hermano "Tobe", por su presencia.

A mis tíos Javier, Márgara y Pepe, por su cariño, comprensión y constante apoyo.

A Miguel Ángel, porque él sabe que no requiere de explicaciones.

A la Maestra Alma Rosa Alva de la Selva, al Dr. Jorge González Sánchez, al Lic. Noé Castillo Alarcón, al Lic. Jose Gpe. Sánchez Aviña, al Lic. Miguel Rivera Lona... por su inigualable y sabio apoyo en la cristalización de este logro academico.

Al Dr. Saul Villa Treviño y sus colaboradores de la Academia de la Investigación Cientifica A.C., igualmente al CONACYT, por su ayuda y amistad.

Un especial y respetuoso agradecimiento al Lic. Carlos de la Madrid Virgen, Gobernador Constitucional del Estado de Colima al C.P. Ernesto Terriquez Sámano, al Lic. Rene González Chávez y al Lic. Francisco Adame Díaz por sus palabras de aliento, y por su confianza en mí, y en mi trabajo.

A todos los que no aparecen en este espacio, pero que de una manera u otra, me han impulsado a superarme con sus comentarios favorables, o bien con sus criticas.

ÍNDICE

- Introducción	3
CAPÍTULO I.- ANTECEDENTES GENERALES.	5
1.1 Justificación del Tema	6
1.2 Marco de Referencia	9
1.3 Antecedentes Generales	10
1.4 Evolución Histórica	11
CAPÍTULO II.- LAS TELENÓVELAS.	13
2.1 Su Realidad Social	14
2.1.1 Inicios de la Telenovela	19
2.2 Causas y Efectos de las Telenovelas	21
2.3 La Telenovela Mexicana	25
2.4 Las Telenovelas y el Consumismo	31
2.5 Evaluación para ver televisión	37
CAPÍTULO III.- LAS FORMAS DE VIDA	41
3.1 La Telenovela y la Familia	42
3.2 Las Relaciones Internacionales	50
3.3 La Sociedad Contemporánea	55
3.4 La Vida en Telenovela	59
CAPÍTULO IV.- INVESTIGACIÓN DE CAMPO.	63
4.1 Relación de Jóvenes encuestados	64
4.2 Características de la Muestra	67
4.3 Cuestionario Aplicado	69
4.4 Análisis e Interpretación de los Datos	70
- Conclusiones	80
- Recomendaciones	82
- Bibliografía	83
- Anexos	88

INTRODUCCIÓN.

El fenómeno televisivo ha impactado a toda la sociedad en general; su nivel de penetración ha sido sumamente amplio y ha tenido grandes repercusiones en la vida del hombre contemporáneo. La televisión es actualmente parte de la vida de las personas pertenecientes a todos los niveles socioeconómicos así como de diferentes razas y creencias, pero su impacto a través de los programas transmitidos en diferentes horarios no lo podemos dejar en duda.

En este trabajo hago un análisis sobre la interacción que existe entre las TELENOVELAS y las formas de vida, analizo el Impacto Social que ejercen y la generación de estereotipos que generan. En el Capítulo Uno se da un preámbulo general para asentar la hipótesis a demostrar. En el Capítulo Dos se analiza la realidad social de las TELENOVELAS, sus causas y sus efectos como producto, además de analizar el aspecto consumista junto con su etapa histórica y al final se brindan unos importantes consejos para ver las TELENOVELAS.

En forma General el Capítulo Tres habla sobre las formas de vida, analizando su influencia en la familia y en la sociedad contemporánea; abarcando diferentes aspectos sociales sin perder de vista la hipótesis central.

En el Capítulo Cuatro se realiza una Investigación de Campo enfocada, en su mayoría, a estudiantes poblanos que vierten sus opiniones acerca de un cuestionario enfocado a las Telenovelas de manera particular y a la Televisión de manera general, conociendo en parte los parámetros de opinión de la sociedad poblana.

En general se jerarquizan los temas identificados según su importancia relativa, para proporcionar elementos teóricos y prácticos sobre la temática de las TELENOVELAS, contribuyendo en parte al conocimiento y al estudio de la comunicación para que se tenga un mejor conocimiento y se brinde a los estudiantes interesados en el tema elementos prácticos de análisis.

ANTECEDENTES GENERALES

CAPÍTULO I

1.1 JUSTIFICACIÓN

Una de las principales causas que nos llevaron a elegir éste tema, se refiere al hecho de que las TELENOVELAS ejercen una gran influencia en la población. Además su estudio y análisis se origina y desarrolla dentro de la misma sociedad mediante su desenvolvimiento cotidiano. En donde los medios de comunicación masivos, en especial la televisión, tienen su importancia en el hecho de la penetración y alcance.

La Televisión comercial en nuestro país, de acuerdo al "Estudio de hábitos de exposición a los medios de comunicación", realizado en 1990 por la Asociación de Radiodifusoras del Distrito Federal, llega a tener un alcance que en términos de porcentaje llega a un 84% de penetración.¹

La mayor parte de la población conformada dentro de ése 84% son niños y adolescentes, quienes resultan ser los más afectados por el ejemplo de valores y acciones presentadas a través de programas manipuladores a través de la televisión.

En muchas ocasiones ellos, junto con las amas de casa, son los que dan las pautas a seguir para ver algún canal en especial, así tenemos que las horas de mayor demanda son de 18 a 21 horas, que es precisamente las horas en que se transmiten las Telenovelas.

Las novelas tienen una fuerte implicación de la realidad y en muchas ocasiones sobrepasan la ficción, arguyendo al melodrama como un modo para legitimar una serie de conductas, actitudes, gustos y preferencias que distorsionan la

¹ Asociación de Radiodifusoras del Distrito Federal. ESTUDIO DE HÁBITOS DE EXPOSICIÓN A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. México, D.F., Septiembre 1990, 39 p.p.

formación armónica de los individuos dentro de parámetros de juicio reflexión y crítica.

Es en este contexto en donde el contenido del material de las Telenovelas constituye una preocupación para profesionistas e intelectuales vinculados a la investigación de las ciencias sociales y la comunicación.

HIPÓTESIS DE TRABAJO.

Mientras se transmitan las telenovelas, incrementando incluso el número de horas, mayor será su Impacto Social; lo cual influye de manera directa en las formas de vida de la población a través de la creación de estereotipos en donde la sociedad ve reflejada su vida, sus costumbres y tradiciones; observando el papel de la familia como célula principal de la estructura social y como centro de nutrición de los guiones telenovelescos.

1.2 MARCO DE REFERENCIA.

El estudio se centró en la ciudad de PUEBLA, que tiene la capacidad de recibir en sus antenas comunes, la señal de seis canales comerciales (canal 3, 5, 6, 10, 12, 32) conocidos por toda la población y de donde se desprende que los ciudadanos tienen una fuerte intercomunicación para poder conocer incluso la programación de algún canal o para saber la línea que se sigue dentro de la empresa televisiva.

Actualmente, con los avances tecnológicos la televisión en su línea de telenovelas, proporciona una expresión de la vida humana; lo que se habla, lo que se actúa se puede interpretar de muy diversas maneras por el público. Sin embargo, existen estereotipos que influyen de manera importante en la manera en cómo un programa o personaje va a ser clasificado por los televidentes.

En muchas ocasiones la emisión del mensaje, sea cual fuere su contenido, es acogido de diferentes maneras por la gente; algunos toman ejemplos y los siguen otros los ignoran, pero lo que se trata de hacer en las novelas es llegar y comunicarse con el público en general que a su vez está compuesto por diferentes tipos de público y es ahí, precisamente, donde se centra el éxito o fracaso de las Telenovelas.

1.3 ANTECEDENTES GENERALES.

Actualmente la sociedad mexicana tiene una gran influencia con respecto a los programas televisados. Cualquier tipo de programa puede proporcionar ejemplos básicos para el diario vivir y el diario actuar, sin embargo, muy pocas personas del área de la comunicación se ha dado a la tarea de investigar las características y consecuencias de las telenovelas en las formas de vida dentro de un conjunto social representativo del pensamiento cultural mexicano.

Posiblemente las telenovelas han traspasado su frontera de simple actuación, ahora ya son un reflejo de la vida misma, donde muchas personas toman ejemplo o se sienten reflejadas en algún personaje, ya sea porque les pasó algo semejante en su vida personal o por simple aceptación y simpatía hacia el personaje.

Las telenovelas se pueden clasificar a través de la televisión como un medio de educación de masas, en donde uno como comunicador nunca deberá perderlo de vista, tratando siempre de actualizar los datos y el estudio continuo de su impacto social para poder tener así un mejor parámetro de medición social.

1.4 EVOLUCIÓN HISTÓRICA.

El desarrollo de los medios de comunicación ha provocado el interés de diversos sectores de la sociedad, desde perspectivas muy diferentes. Dentro de estos medios me avocaré con mayor énfasis a la televisión.

Su irrupción hace más de 30 años, dio lugar a una euforia que invadió por igual a los dueños de las nacientes empresas de televisión y al público mismo, en donde la amplitud de la difusión, la versatilidad de los mensajes y la facilidad de la recepción formaron los parámetros importantes para la vida moderna actual.

El gran alcance de la televisión hace que se amplíe su marco de acción y en donde la telenovela juega un papel muy importante.

En México, la telenovela aparece en los años cuarenta cuando la televisión comercial empezaba a ocupar un espacio que no podía ser cubierto con programas importados, ya que los melodramas norteamericanos resultaban muy caros debido a los costos agregados por concepto de doblaje y del pago que exigían los sindicatos cuando una obra en la que ellos habían intervenido era exportada.

En los primeros años de la industria televisiva, son los propietarios de las radioemisoras quienes conducen los canales de televisión; es, por lo tanto, fácil de suponer que ateniéndose a sus experiencias anteriores, buscaban en la radio el género que mejor se adecuara a la T.V. y que contara además con cierta garantía de aceptación por parte del público.

Así, la telenovela constituye en sus inicios la incorporación del radio teatro a la televisión, sobre una estructura básica similar: el carácter seriado de su emisión, la extensión que abarca varios meses, los capítulos abiertos que se suceden diariamente, el tratamiento temático sintetizado en su carácter melodramático. Las tramas se entrelazan alrededor de un secreto que se revela mucho después; el relato se organiza en situaciones que movilizan la afectividad y la emoción del público con elementos que recogen y recrean la vida cotidiana.

Su programación refleja una fuerte influencia cultural que une a diferentes países desde los llamados desarrollados hasta los no desarrollados, su contacto directo cultural ocasiona la interacción de la sociedad desde donde confluyen los empresarios hasta un público general destinado a ser el punto de apoyo televisivo. Es aquí donde se centra la importancia del melodrama en pantalla porque incluso recoge vivencias y experiencias de los mismos personajes cotidianos.

LAS TELENOVELAS

CAPÍTULO II

2.1 SU REALIDAD SOCIAL.

Actualmente los modernos medios técnicos de difusión procuran facilitar el acceso a más amplios objetivos culturales y patrocinan la formación de nuevas asociaciones de grupos e ideas en relación a la realidad mundial.

Siempre un programa televisivo se plantea sus objetivos en base o en relación a "una cultura de masas". En palabras de Edgar Morin esa "cultura de masas" no es un producto de las élites intelectuales, sino de la sociedad de masas, industrial y técnica.²

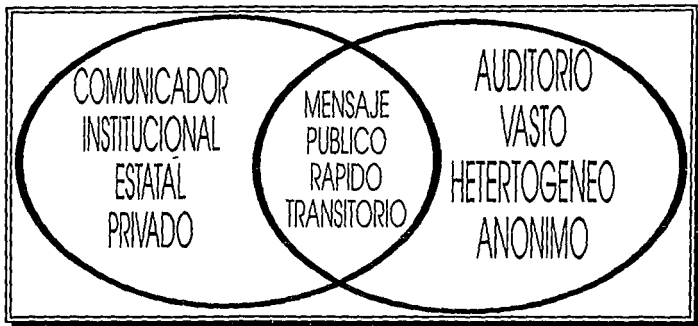
Incluso dice que todo programa incluyendo las historias narradas y actuadas por televisión contienen la siguiente temática:

- LA SIMPATÍA Y EL FINAL FELIZ. El espectador, tanto en el cine como en la televisión, tiende a identificarse con el héroe victorioso y supone de antemano que éste ganará.
- INTERCOMUNICACIÓN CONSTANTE. Entre lo informativo-real y lo imaginario-ficticio. La aventura y la fantasía de algunas superproducciones cinematográficas se mezclan con los temas de amor íntimo, de modo que en lo imaginario se busca en lo real de sus rasgos imaginarios.
- LA INFLUENCIA DE LOS "ÍDOLOS". Ya sean estrellas de cine, campeones deportivos, príncipes o "playboys" para muchos se trata de modelos de actuación que representan un estilo de vida basado en el bienestar y la comodidad.

² Salvat. GRANDES TOMOS. Tomo 14., pág. 78-79.

- LA VIOLENCIA. Un reflejo de la vida real en la masiva difusión de las crónicas de sucesos, incluso en la novela aparece con esa representatividad que caracteriza a la vida real.
- EL EROTISMO VISIBLE. Sobre todo en su uso publicitario que, en ciertos casos, presenta a la mujer como un objeto. Una de las consecuencias advertidas ya en algunas sociedades desarrolladas, es el debilitamiento de la diferenciación sexual.
- LA FELICIDAD. Idea central de todo el sistema y que involucra al individuo, el cual se logra básicamente a través del amor; no es trascendente, sino que es la felicidad del momento presente.
- EL AMOR. La culminación de la plena realización de la personalidad; es una especie de amor sintético que pretende reunir en sí sintético que pretende reunir en sí elementos físicos y espirituales.
- PROMOCIÓN DE VALORES FEMENINOS. A base de temas como el comercio, la comodidad, el hogar, que predominan generalmente sobre los temas proyectivos más propios del hombre (agresión, aventura y muerte). Un dato significativo es el extraordinario desarrollo que han tenido en los últimos años las revistas femeninas.
- VALORIZACIÓN DE LA JUVENTUD. En el sentido de que la sociedad desea quitarse años, el hombre no quiere envejecer y los límites de edad útil para el trabajo retroceden.

La anterior temática se hace bajo un concepto de comunicación de masas y en donde los elementos básicos de la comunicación se hacen presentes:



En su conjunto el anterior diagrama ejerce una gran influencia sobre el individuo, incluso algunos afirman que su influencia llega hasta la cimentación de valores en los niveles morales de la sociedad y es que una transmisión llega a comunidades culturales subdesarrolladas.³

Los programas novedosos de la televisión tratan de transmitir algún mensaje mediante diferentes medios, siendo un paliativo ante las demandas y realidades sociales. Para Steve W. Duck y otros autores mencionan que, resaltar la necesidad de ordenar y comprender el ambiente donde se desarrollan los programas televisivos en especial las novelas, es una tarea fundamental;

³ Duck, Steve W. ANÁLISIS DEL MENSAJE TELEVISIVO., pág. 84.

porque los televidentes tienen ciertas necesidades para conocer el contenido y la estructura de los programas.⁴

El público está ávido por conocer más sobre el contenido de los programas teatrales televisivos, porque hoy en día:

"...La televisión se ha convertido en un gran instrumento de la vida moderna. Gracias a ella se ha eliminado la distancia en la comunicación visual; se puede tener acceso fácil a todo tipo de información y participar con comodidad en actividades educativas, culturales y recreativas.... La Televisión con su variedad de programas y su atracción ocupa un lugar importante en la vida de muchas personas y en nuestra sociedad son hechos que no se pueden negar..."⁵

"...El televisor se ha convertido en un hijo adoptivo de las familias de América Latina y del resto del mundo; ocupa el mejor lugar en casa..."⁶

La dueña de la casa suspira, tal vez con lágrimas y sigue las alternativas de la telenovela de temporada, los padres escuchan atentamente los diálogos entre los protagonistas y los niños se entusiasman entre escena y escena sin perder detalle de la misma. Las telenovelas en poco tiempo han saltado del escenario teatral a cada una de las televisiones que hay en muchos millones de hogares mexicanos, latinoamericanos y de todo el mundo.

⁴ Duck. OP. CIT., pág. 84-85.

⁵ Molina, Alicia y Alcocer Mata. UNA NUEVA MANERA DE VER LA TELEVISIÓN., pág. 15.

⁶ Collins, Sergio V. LA SALUD EMOCIONAL DE LA FAMILIA., pág. 55.

Por lo anterior las novelas se han convertido en invasores del hogar, transmiten vivencias, creencias y actitudes que en muchas ocasiones no son buenos para el desarrollo armónico de la familia, pero que sin embargo queda en cada uno de nosotros el poder asimilar lo bueno y lo malo sin perder de vista los valores sociales e ideológicos de nuestra cultura mexicana.

2.1.1 INICIO DE LA TELENOVELA.

El melodrama ha ido buscando un medio diferente para seguir expresando sus argumentos narrativos fundamentados, la mayoría de las ocasiones, por emociones humanas y vivencias cotidianas. Las tarimas, los teatros populares, las improvisaciones callejeras, la prensa, la radio, habían sido un espacio valioso de expresión del sentido de conquista, de encuentro y escenificación. Después fue necesario cambiar de espacio y aprovechar la alternativa que brindaba la televisión. Con este medio, su colorido, su encanto visual, su variedad de movimientos y su fácil penetración a públicos cuantitativamente numerosos y cualitativamente heterogéneos, "...El melodrama encuentra la consagración de su espacio en la televisión..."⁷

Ahora la televisión es ya la portadora principal de las emociones a través de distintos formatos que muchos tienen en común con las primeras representaciones, logra conectar a los actores sociales con otros lugares, con otros momentos, con otras vivencias, con otros mundos.

Con la presencia de las escenificaciones en radio (radionovelas) y posteriormente ayudadas de la imagen visual, estelarizadas en televisión (inicialmente dramas teatrales), el mismo drama, las representaciones y acciones de los teatros fueron estructurados en el formato telenovela.

Poco a poco la telenovela va ganando amplio terreno dentro del espacio de programación televisiva y empieza a generar entre las audiencias del Continente Americano, un gusto expresado,

⁷ Enríquez, José Ramón. LA TELEVISIÓN Y EL FIN DEL MELODRAMA., pág. 17.

un goce sentido y un reconocimiento compartido con los nuevos teledramas.

Hoy en día la telenovela busca conquistar el gusto del público demandante de la sociedad para ver reflejada, de alguna manera, su sentir actual e histórico; y es precisamente aquí donde entra de manera activa la relación entre la cultura y su forma de transmisión.

La telenovela, desde sus inicios, también ha tratado de impartir nuestra cultura mexicana; actualmente se transmite en red nacional una telenovela de reelevancia histórica denominada "EL VUELO DEL ÁGUILA" que trata de recoger datos históricos a manera de análisis e información. Esto mismo se trató de plasmar en la telenovela "LA TORMENTA" cuyos guiones y escenarios trataron de vincular la cultura con la población, además fue la semilla para retomar los valores sociales para llevarlos a la pantalla.

Y ya que estamos hablando de la telenovela la tormenta, diremos que de ella surge una nueva visión con respecto a la función social que ejerce la televisión a través de las telenovelas. Durante su producción y transmisión se dieron cuenta que la educación podría generar otro tipo de programas para ayudar al rezago educativo en que se encontraba la población. Hubo diferencias con respecto a su aplicación pero se toma como antecedente para estudios posteriores.

2.2 CAUSAS Y EFECTOS DE LAS TELENÓVELAS

Las emociones y las puestas en escena de las novelas tienen su origen en el melodrama. El melodrama es "...un tejido de emociones, una combinación de recursos que del patetismo en una abrupta transición pueden virar y derivar en alivio, risa...".⁸ Esto, llevado a la pantalla desata pasiones y aflora afectos de corazones mexicanos, latinoamericanos, asiáticos y europeos.

El melodrama tiene sus antecedentes en el TEATRO MUSICAL de los siglos XVI y XVII. Surge como una clara reacción contra el uso de la música formal en el teatro y una búsqueda del sentimiento y expresión nueva en el texto cantado. "...Era un espectáculo musical, poético-literario que giraba alrededor de dramas sentimentales e individuales, rico en momentos de conflicto y sentimientos profundos (dolor, ira, placer, amor...) en el cual el texto y la música gozaban de la misma importancia y se reforzaban mutuamente en la búsqueda de la expresión perfecta, sentimiento y emotividad...".⁹

El melodrama se originó con la ÓPERA, inclusive el concepto en alemán y polaca eso significa. Este término fue introducido por Rousseau¹⁰ para referirse a un tipo de drama en el cual las palabras y la música en vez de caminar juntas se presentan sucesivamente y donde la frase hablada es de cierta manera enunciada y preparada por la frase musical.

A mediados del Siglo XIX, con las demandas populares y el desarrollo de los medios impresos, nace el FOLLETÍN, primer tipo de texto escrito de comunicación con el pueblo y para el

⁸ Mazzioni, Nora. LAS VOCES DE LA EMOCIÓN. Revista Crisis, pág. 70.

⁹ Medina, Cano Federico. ANÁLISIS TEXTUAL EN LA NOVELA: EL MILAGRO DEL AMOR... pág. 1.

¹⁰ Enríquez. OP. CIT., pág. 17.

pueblo de expresión de sus inquietudes y sentires. Éste medio influyó de modo determinante en la evolución del melodrama, permitió la libertad de expresión creativa, difundió contenidos característicos del teatro y creó un público heterogéneo.

El FOLLETÍN presenta en su evolución 3 fases cada una diferente en el sentido de la acción:

1ª Fase (función social).- El Folletín cumplió una función de difundir los problemas y necesidades de las clases subalternas, sus conflictos, luchas, fue un medio de denuncia.

2ª Fase (función ideológica).- Era una novela donde triunfaba el sentido común, los buenos pensamientos, el orden, la moral; la novela dejó de ser fiscal de la sociedad y le ofreció al lector sensaciones en la escenografía ficticia de una sociedad que no pasaba de ser pura ficción.

3ª Fase (creó gustos a través del mal).- No había respeto a las tradiciones, el personaje se reía de las leyes, levaba una búsqueda permanente de aventuras, no para buscar justicia sino poder.¹¹

Con el surgimiento de la Radio en los años veintes, el melodrama encuentra otro espacio más de aprobación social y de expresión emotiva. América Latina es pionera del origen del RADIOTEATRO; a través de él se cuentan dramas cotidianos donde la víctima busca alcanzar un objetivo, los buenos triunfan y los malos son castigados, se presentan cuentos con la misma estructura narrativa de Folletín se adaptan las historias de las novelas clásicas.

¹¹ Medina. OP. CIT., pág. 80.

Con la presencia del medio donde se goza el drama a través del sentido auditivo, La radio escucha tiene ya la maravillosa oportunidad de tener un encuentro personal con la historia y desarrollar su capacidad creativa para imaginar las escenas narradas por las voces de los locutores, compartir con los personajes --que aunque son producto de ficción, siguen siendo reales-- sus triunfos y derrotas, dejándose llevar por el sentir. De ésta manera el teledrama sigue su curso, mientras las emociones continúan en escena.

Entre los años 1920 y 1930, las "Soap Óperas" estadounidenses transmitidas primero en radio y después en televisión son el antecedente inmediato de las telenovelas en el corazón de la región latina, aunque los dos son teledramas es notoria la diferencia entre las representaciones gringas y las telenovelas desde la constitución narrativa, el tiempo de duración, el horario etc.¹²

Por lo regular las telenovelas constan de una estructura, de una secuencia y de una distribución general que se da más ó menos de la siguiente manera:

I. ESTRUCTURA.

Manejo del lenguaje.- Calidad de los textos: cortos, generales, claros y amenos.

Función Sintáctica.- Cumple con el orden sintáctico (sujeto, verbo, predicado) sin abusar de oraciones coordinadas ni subordinadas.

¹² Communication Research Trend. A QUATERLLY INFORMATION SERVICE FROM THE CENTRE FOR THE STUDY OF COMMUNICATION AND CULTURE., pág. 3.

Tipos y nivel de lenguaje.- La obra emplea un lenguaje coloquial, aunque de vez en cuando se manejan vocablos poco comunes. El tipo de redacción facilita la comprensión de la información.

II SECUENCIA.

Cronología.- Como cualquier obra artística, debe seguir un orden cronológico específico manifestado a lo largo del relato. Por ejemplo en las novelas de la Historia de México se sigue una cronología clara y específica (Senda de Gloria).

III DISTRIBUCIÓN DE LOS TEMAS DE LAS NOVELAS.

Temas que abarcan las ciencias sociales; va uno seguido de otro y se trata de hacer una distinción entre lo económico, histórico, político y lo social.

Las novelas tienen sus efectos en la misma sociedad, se ligan a las demandas sociales a las dinámicas culturales y a las lógicas del mercado que constituyen parte de la vida cotidiana y a fin de cuentas encuentran su máxima expresión en una industria cultural que para muchos investigadores pertenece a una cultura de masas de la cual hablaré más adelante.

2.3 LA TELENOVELA MEXICANA.

En México como en otros países de América Latina ...el melodrama vive su propio proceso de desarrollo, tiene una presencia activa desde el inicio del siglo hasta la llegada del medio audiovisual; a través de variadas representaciones el melodrama toca susceptibilidades de su público, sus experiencias de vida inmediatas que se relacionan con el contexto social de un país que al inicio de la década de los noventas en este caso se encuentra prácticamente en proceso de inestabilidad, crisis y cambio....¹³

En septiembre de 1950 con la transmisión del informe de Gobierno del Presidente Miguel Alemán entra oficialmente en funciones la televisión mexicana. Prácticamente durante los primeros años de la década se transmitía en la televisión mexicana por lo menos un teleteatro que eran historias cortas de principio a fin transmitidas semanalmente pero con la llegada de las primeras telenovelas el éxito de los teleteatros concluyó.

El primer teleteatro transmitido fue el "Teatro de la fantasía" presentado el 2 de septiembre de 1950. Destacan también los teleteatros de "FERNANDO SOLER Y SUS COMEDIANTES", "TEATRO MANOLO FÁBREGAS", "TEATRO COLGATE DE LOS VIERNES", "TELECOMEDIA".¹⁴

Los primeros intentos de telenovela se transmiten a inicios de 1951, la primera telenovela regular que se presentó en México con un formato más estándar -de lunes a viernes en un horario vespertino con 50 capítulos- fue el teleteatro de 1957 "SENDA

¹³ Gutiérrez, José Luis. LAS REDES DE TELEVISIÓN. pág. 90.

¹⁴ Idem.

PROHIBIDA", historia original de Fernando Villeli, patrocinada por la compañía Colgate-Palmolive.

Después de ella surgieron tres producciones más: En 1958, "GUTIERRITOS" que constaba de entre 60 y 140 capítulos de media hora cada uno, en ese mismo año se realizan las producciones de "TERESA" Y "UN PASO DEL ABISMO". Básicamente, el contenido y tratamiento de estos teledramas eran los mismos que los de las redionovelas, sólo variaban un poco las condiciones técnicas de producción.

Con el paso del tiempo, la estructura empresarial mexicana, por las propias necesidades organizativas modificó la mecánica de producción de las telenovelas. Para finales de la década de los cincuentas, por ejemplo; se empezó a utilizar el apuntador electrónico y se trabajó con video tape.

En los años sesentas, se introdujeron nuevas temáticas (históricas y de contenido social) y se vieron nuevas posibilidades de exportación. Actualmente se producen historias para todo tipo de público (infantiles, juveniles y adultos). También ya no sólo se graba al interior del foro, se invierten grandes recursos materiales y económicos para incluir escenarios naturales y lograr con ello una escenografía de calidad.

Definitivamente, el género de las telenovelas se ha transformado en todos los sentidos; desde horarios, rutinas de trabajo, estructura narrativa, políticas industriales y de trabajo hasta las estrategias de producción; sin embargo, todo este proceso de cambio de forma, no ha modificado la esencia fundamental de la telenovela que es precisamente su sensibilidad para conquistar a los públicos e involucrarlos cotidianamente en sus relatos;

"...seguimos viendo y gozando de todo un drama puesto en escena...".¹⁵

En México, ya tenemos más de 40 años de producción telenovelesca; actualmente es uno de los géneros de mayor éxito, de mayor preferencia dentro de la barra de programación; somos un país con un gusto declarado por las telenovelas.¹⁶

Las telenovelas mexicanas basan su éxito en el proceso, eligen las narraciones escritas por trabajadores especialistas, se basan en la realidad social y toman de ella estereotipos sociales para ejemplificar la vida cotidiana; pasan a un guión que trata de objetivar palabras; se forma todo un equipo completo de profesionales auxiliados con infraestructura técnica que sirve de apoyo a la producción.

En las telenovelas, como en todo proceso de elaboración de un programa televisivo, se consideran necesariamente tres etapas:

- A) PREPRODUCCIÓN.
- B) PRODUCCIÓN.
- C) POSTPRODUCCIÓN.

La primera etapa es una fase de planeación y de diseño, donde la industria televisiva, con sus propios criterios corporativos, define los roles específicos de las principales personas involucradas en el proceso (productores, realizadores, directores, adaptadores etc.).

¹⁵ López Romo, Heriberto. ESTUDIO BASE DE LAS TELENOVELAS EN MÉXICO., pág. 25

¹⁶ Idem.

La segunda etapa es la puesta en marcha del proyecto, es la más importante porque es un largo trabajo de ensayo y error, de grabar, repetir y volver a grabar cuantas veces sea necesario, todos los que participan en la telenovela tienen definidas ya sus funciones específicas, ésta es ya la puesta en escena, el hacer de la historia.

La tercera etapa es de edición de video, es la conclusión del producto en una cinta grabada en la que concluye visualmente el producto, se realiza mediante un sistema electrónico de registro y reproducción. Con el video es posible grabar la imagen y el sonido al mismo tiempo en una cinta magnética, sin el proceso necesario en la película super 8 de 16 mm. Las producciones en video han evolucionado en la calidad de la imagen, porque se han vuelto más profesionales, deben tomarse más en serio y no deben olvidarse, sino tenerlas en cuenta, incluso para introducirlos en el cine y en otras áreas artísticas. Además, el video puede servir de apoyo a las nuevas formas de comunicación y cultura que impliquen creatividad y crítica.¹⁷

Podría seguir escribiendo más líneas sobre las etapas de elaboración y en especial sobre la producción en telenovelas, pero considero que sería objeto de análisis de otra tesis, sin embargo sigo reiterando el gran impacto social que tienen las telenovelas en la sociedad mexicana.

En México la principal empresa que se dedica a producir melodramas constantemente es, TELEVISA. Mientras se graban en los foros seis telenovelas, simultáneamente se transmiten al aire, cinco; la producción de telenovelas es también una

¹⁷ Dribl, P. ARBEITSENDER UND VOLKSEMPFÄNGER. ESTUDIO DE COMUNICACIÓN EN FRANCFORT 1978., pág. 5.

actividad permanente y constante. No hay que olvidar que la inversión económica de las corporaciones televisivas es sumamente alta. Por ejemplo producir un capítulo en red nacional cuesta alrededor de 15 mil dólares. En este sentido la telenovela es un excelente producto para negociar, pues se trata de un texto fabril de gran inversión.¹⁸

A pesar de las altas sumas que se invierten en el trabajo de un teledrama, la inversión es redituable; por un lado por el pago de los espacios publicitarios y por otro, por la exportación del producto final de las telenovelas a otros países de diferentes continentes y también esta inversión alcanza para: "...Preparar anualmente en el Centro de Capacitación Artística a 90 actores: 30 niños, 30 adolescentes y 30 adultos no mayores de 25 años. Estos nuevos actores son incorporados a la empresa. Antes de iniciar el curso, los productores ya han decidido qué personas les interesan. Televisa, de esta manera, crea sus propios cuadros artísticos, así como ha hecho con sus reporteros y comentaristas..."¹⁹

En esta línea, Televisa ocupa un lugar muy importante porque ha usufructuado privilegios y disfrutado de una expansión incontrolada, manteniéndose en la discreción, debido a la virtual ignorancia de la sociedad.²⁰ Precisamente a la empresa Televisa no se le ha investigado con el profesionalismo necesario; con nuestro trabajo y con nuestra labor tratamos de fomentar la investigación académica para que se le estudie dentro de su contexto de influencia y por supuesto conocer su indudable y creciente influencia.

¹⁸ González, OP. CIT., pág. 2.

¹⁹ Tejo, Raúl, LAS REDES DE TELEVISIÓN, pág. 175.

²⁰ Idem. Pág. 17.

Televisa a través del género novelesco trata de penetrar en la sociedad para conocerla como fuente de inspiración; pero a su vez la sociedad no hace el intento por tratar de conocer a la empresa, debido a diferentes situaciones y circunstancias. La orientación que sigue la sociedad es muy bien estudiada por la empresa, mientras que la orientación que sigue esta última no es estudiada por la sociedad.

Por eso a Televisa se le ha caracterizado como una forjadora y distorsionadora de conciencias "...conocidísima y extendida en todo el continente..."²¹ que tiene gran influencia en la sociedad mexicana y hoy en día ya forma conciencia política y social en diferentes países del mundo.

Todo esto se une para que el impacto social de la telenovela sea mayor y ocupe un lugar importante dentro de la sociedad moderna de masas. Antonio Gramsci decía que: "...En la política de masas, decir la verdad es una necesidad histórica..."²² Esta verdad se realza aún más cuando la imágenes y prototipos sociales se manifiestan cotidianamente.

²¹ Tejo, Raúl. OP. CIT., pág. 9.

²² Gramsci, Antonio. POLÍTICA DE MASAS. (Citado por: Raúl Tejo. OP. CIT., pág. 17).

2.4 LAS TELENÓVELAS Y EL CONSUMISMO.

El consumismo se entiendo como "...un proyecto publicitario e ideológico cuyo objetivo no es tan sólo la venta de productos sino también la promoción de modelos de vida que impliquen la adquisición de los mismos..."²³

El consumismo se sustenta en enredadas evoluciones comerciales y políticas. La publicidad es el recurso supuestamente despolitizado mediante el cual se legitima un principio de realidad dominante.²⁴

En la mayoría de las ocasiones la publicidad se basa en la prensa sensacionalista la cual brinda a los publicistas la posibilidad de conocer las preferencias del público consumidor quien en promedio es una construcción imaginaria, es un lector implícito cuyo horizonte de expectativas ha de templar la manera de enunciar lo publicitado. Las experiencias de venta que resultaban del entramado de la publicidad con los diarios, las revistas, los programas de radio y por supuesto la prensa sensacionalista indicaban que el principal consumidor es la MUJER. La mujer realiza entre un 80 y un 85% de todas las compras realizadas en el mundo, por eso la televisión se orienta hacia una constante apelación a la mujer.

La publicidad en televisión, además de tomar a la mujer como el principal consumidor, tiene un parámetro basado en lo que ya mencionaba anteriormente; en la CULTURA DE MASAS, es precisamente aquí donde el hombre común y corriente se convierte en un hombre de masas.

²³ López - Pumarero, Tomás. APROXIMACIÓN A LA TELENÓVELA. . pág. 29

²⁴ Furió, Colombo. TELEVISIÓN: LA REALIDAD COMO ESPECTÁCULO., pág. 80.

La Cultura de Masas tiene a su hombre de masas que es el destinatario de la publicidad, de acuerdo a los criterios de los COPYWRITERS (redactores de textos publicitarios), dicen que el principal motivador de la actitud del ciudadano promedio se basa en las preferencias en materia de entretenimiento específicamente por el gusto por la prensa sensacionalista. Si a esto le agregamos la preferencia que la mujer manifiesta por los productos culturales tenemos por resultado que los programas televisivos son manifestantes de una cultura de masas, en donde el melodrama conforma un parte de esa cultura de masas.²⁵

La aceptación de una telenovela por parte del público consumidor depende del sensacionalismo y del conformismo. Se parte del no cuestionamiento de un orden universal de cosas cuya alteración será el motivo de lo conflictivo y cuya restauración debe coronar el final. Se trata de hacer arreglos partiendo de una realidad social cambiante.

Una novela toma casos reales para llevarlos a la pantalla aludiendo al reflejo de la vida, pero creo que si realmente se llevara la realidad a las pantallas televisivas, ésta no reflejaría la crueldad o dificultad de la vida real misma.

La realidad social es la fuente de alimentación de las telenovelas, incluso puede tener tanta repercusión social que hasta el Estado interviene de alguna manera par evitar o fomentar el estereotipo de algún personaje. A continuación mencionaré un caso del género de "Telenovela Histórica", en donde se llevó a la pantalla chica pasajes de la historia patria.

²⁵ López - Punarejo. OP. CIT., pág. 42.

En 1965 a raíz del enorme éxito de la telenovela MAXIMILIANO Y CARLOTA producida por Ernesto Alonso, a petición expresa de la secretaría de Gobernación pidió que "reparara" la mala imagen que había dejado la figura de Don Benito Juárez que quedaba de manera involuntaria e inesperada como villano al destruir el romántico amor de Maximiliano y Carlota dentro de la estructura melodramática de la telenovela. Ante la queja oficial, el productor pidió disculpas y en producciones posteriores enmendó el perjuicio.²⁶

Otro ejemplo de cómo la realidad social puede ser la fuente de alimentación de las telenovelas, es cuando se transmitió la "edición especial" que se hizo de la telenovela sobre la Revolución Mexicana "SENDA DE GLORIA" que fue una costosa coproducción de la empresa Televisa con el IMSS transmitida originalmente con 60 capítulos en 1987. En esta producción, ante la sorpresa de los televidentes que seguían la telenovela, desapareció de la pantalla el General Lázaro Cárdenas del Río, padre de uno de los candidatos más importantes de la oposición que contendió para las elecciones presidenciales del julio de 1988 y que contendrá para las elecciones de agosto de 1994. Esto fue parte de una campaña anti-oposición para poder menguar las fuerzas políticas de los partidos de la oposición. Lo anterior demuestra la gran fuerza que puede producir una novela en base a la realidad social.²⁷

Las anteriores novelas tuvieron un costo muy elevado, pero debido a la gran aceptación del público consumidor, se pudieron sufragar los gastos vía patrocinio y ventas, incluso se exportó a

²⁶ González, Jorge A. NAVEGAR, NAUFRAGAR, RESCATAR... ENTRE DOS CONTINENTES PERDIDOS.. pág. 22.

²⁷ Navarro B., Raúl. Y ...TELEVISIÓN...¿QUIEN ERES?.. pág. 5.

Latinoamérica poniendo de manifiesto la importancia que tienen las telenovelas para el público y por supuesto para la empresa que ubica su producto en el mercado mundial a través de la lógica y estructura de mercadotecnia.

Para su venta una novela debe competir en primera instancia con novelas latinoamericanas y en menor medida contra otras producciones en un mercado segmentado y dominado por compañías y corporaciones estadounidenses como podrían ser las series, los filmes, las noticias etc. En segunda instancia con los japoneses con sus interesantes documentales y filmes, además de sus historias cortas que reflejan parte de la vida europea y mundial y que tratan de colocarse en la programación cotidiana de la enorme infraestructura televisiva de todo el mundo.²⁸

Actualmente existe una tendencia a la segmentación regional de los mercados latinoamericanos de televisión que de una dependencia muy marcada están pasando, mediante el reforzamiento relativo de la capacidad de producción local, a una selección de programas más ligados a los gustos de sus audiencias bajo una cultura de masas.²⁹

La principal empresa televisiva mexicana (TELEVISA) exportó entre 1980 y 1990 más de 1000 horas de telenovelas a todo el mundo, lo que le dio una supremacía sobre otras empresas competidoras como:

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| 1.- Red Globo (Sao Paulo) | 4.- Capitalvisión(Miami) |
| 2.- Venevisión (Caracas) | 5.- Caracol (Colombia) |
| 3.- Coral Pictures (Miami) | 6.- Reytal (Buenos Aires). |

²⁸ Straubhaar, Joseph. BEYOND MEDIA IMPERIALISMO. pág. 35-59.

²⁹ Idem.

La telenovela parece ser un producto bastante rentable para las compañías televisoras, porque cuesta muy poco en relación a la propia producción de ficción y debido a sus elevados índices de preferencias es fácilmente comercializable.³⁰

Para que una telenovela cuente con los elementos necesarios y sea aceptada por el público consumidor por lo regular sigue un modelo de texto, que si bien no es la clave del éxito de una trama, sí nos ayuda a dimensionar los pasos requeridos. Tal es el caso del modelo de análisis del texto del comunicador Jesús Galindo.³¹

A continuación se presenta un modelo donde se toma a la novela como un relato relativamente complejo que pone distintas clases de actores y roles románticos en movimiento mediante la transformación secuencial de enunciados de estado. Es el análisis semiótico la herramienta que nos va a formalizar las estructuras superficiales y profundas de la narración.

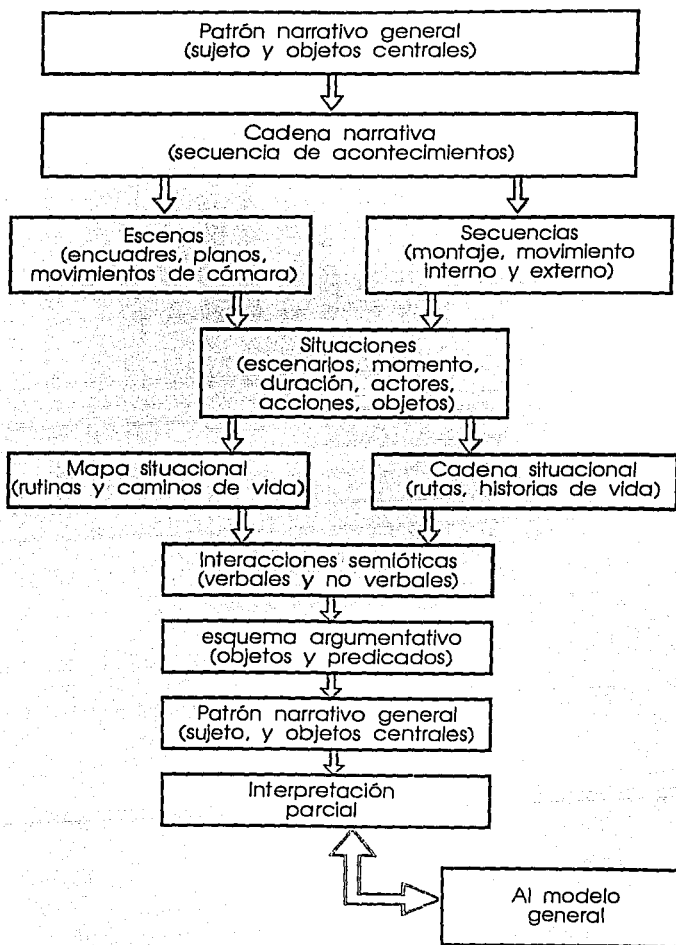
En éste caso la telenovela selecciona y dramatiza algunos aspectos y situaciones de la vida social analizando y construyendo textos que ayuden o reflejen esa vida social y que trata de objetivar la estructura de los valores e ideas-fuerza presentes en el relato. Si bien la Telenovela cuenta la vida, no todo lo que pasa dentro de ella tiene el mismo peso ni el mismo valor. La explicación, formalización y análisis de los argumentos ayudan a la especificidad del texto de la novela quien en última instancia le dará la pauta de aceptación del público consumidor.³²

³⁰ González. OP. CIT., pág. 45.

³¹ Idem., pág. 47.

³² Idem., pág. 48.

MODELO DE ANÁLISIS DEL TEXTO



2.5 EVALUACIÓN PARA VER TELEVISIÓN.

Desde la etapa de la niñez debemos enseñarnos a ver televisión. Durante la etapa de la niñez, las personas mayores debemos establecer muchos conceptos y conocimientos en los niños porque están en la etapa de aprendizaje y lo que ellos asimilen lo conservarán para toda su vida.

La niñez marca una línea definitiva en el desarrollo de la mente y conocimientos de los niños, ya que es en esta etapa de la vida donde se encuentran más inquietos por los conocimientos para su formación tanto personal, como social y cultural, así también para, posteriormente, formar parte de lo que hoy constituye nuestra sociedad.

Es de suma importancia crear en el niño confianza en sí mismo, porque ellos a la vez se tornarán responsables ante la vida y sus actos. Forjando su personalidad y carácter, ésta no cambiará tan fácilmente, sólo si se presentan cuestiones que la puedan afectar como los mensajes falsos en televisión.

El aprendizaje de un niño puede ser apoyado por la televisión; por lo regular, el niño, cuando está viendo la televisión está relajado y sereno; pone toda la atención al televisor, por eso es muy importante que los mensajes emitidos por ésta sean sanos y por positivos para el proceso del desarrollo intelectual del niño.

Las dudas que se presentan a lo largo del crecimiento de la persona, incluyendo la pubertad y adolescencia, necesitan de una guía, principalmente de los padres, para poder interpretar y asimilar la información brindada a través de la televisión y cualquier medio de comunicación para que puedan entender los problemas y las situaciones de la vida social tratando de

fomentar una actitud madura ante las situaciones que se le presenten.³³

El problema es cuando de los programas televisivos, principalmente las telenovelas, se convierten en una forma de manipulación tanto de necesidades como de estereotipos que tratan de penetrar en la consciencia de la sociedad.³⁴

Incluso mucha gente se deja manipular tanto por lo que se dice como por lo que se publica, esto manifestado en los productos o personas comerciales, tal es el caso del popular cantante Rigo Tovar donde la multitud quiere tocarlo "...sentir por unos instantes el roce de su piel o por lo menos de su ropa";³⁵ no tan sólo eso sino que la gente llega a tal grado de imitar a los artistas de telenovela tal es el caso de Thalís (Thalía) que "...se empotró una argolla en el ombligo;"³⁶ y que ahora muchas muchachas tratan de imitar.

Las telenovelas ofrecen modelos a imitar, ésta es su forma de comunicación. No podemos dejar de lado el prototipo de la actriz protagonista guapa, esbelta que merece ser admirada o cuando el amor se demuestra dando objetos o gastando dinero o tal vez la imagen de que la mujer casada debe ocuparse de las labores del hogar mientras el hombre resuelve los problemas del mundo.

Las telenovelas con sus modelos de hombre y mujer, con sus intrigas y falsedades, con su moralidad e inmoralidad, con sus costumbres imitadas e imitables, con sus hombres y mujeres que alcanzan el éxito económico y son felices comprando y gastando

³³ Healy, Jane. M. EL DESARROLLO MENTAL DE SU HIJO., pág. 70-80.

³⁴ Foro Nacional sobre Televisión. Educación y familia. INTOXICACIÓN O COMUNICACIÓN., pág. 69.

³⁵ Caba Bazán, Tito. YO FUI GUARDAESPALDAS DE RIGO TOVAR., pág. 123.

³⁶ Mejía Ceballos, Mircyn. REVISTA T.V. Y NOVELAS., Año XVI Núm.10., pág. 85.

dinero, pueden convertirse en un mal hábito o afición con consecuencias de gravedad sobre todo para los niños y jóvenes.³⁷

Lo anterior es tan sólo un ejemplo que debe ser tomado en cuenta para observar con criterio amplio y definido los programas de televisión, para ello se ofrecen paliativos importantes tales como:

- Que los mensajes de los medios puedan y deban ser cuestionados.
- Que los modelos de sexualidad y de vida que se nos imponen deben contrarrestarse, presentándole al público modelos que vayan en concordancia con nuestros valores.
- Que el receptor se reeduce como telespectador; estimulándolo a pensar y evaluar lo que ha visto.
- Juzgar si lo que nos presentan como bueno, valioso y útil, de veras sea así.
- Al terminar la novela o cualquier otro tipo de programa, podemos preguntarnos si valió la pena emplear nuestro tiempo en verlo y por qué.
- Se debe acompañar a los niños a ver la televisión para que aprenda a verla activamente en el futuro.
- Se debe tener presente que los comerciales intentan convencernos, sin que nos demos cuenta muchas veces, para que compremos productos y artículos que quizá no necesitemos.
- Se debe estimular al niño para que se interese en el problema de la televisión y ayudarlo a verla críticamente.
- Que la televisión sea retirada del centro de la sala, del centro de la casa, del núcleo de la conversación y que nadie deje de conversar por su causa.

³⁷ Molina, Alicia. LA TELEVISIÓN Y LOS NIÑOS., pág. 20-29. Cuadernos de comunicación Vol. VII Sep-Dic. UPAEP.

- Reglamentar el uso de la televisión con horarios y programación, para lograr una mejor convivencia entre los miembros de la familia.
- No se debe olvidar que la comunicación en la familia es mucho más importante para todos que cualquier programa de televisión.³⁸

Los anteriores son consejos prácticos y corresponde a cada uno de nosotros el adaptarlos para que ésa gran maravilla no se convierta en un estorbo o en un huésped inoportuno o indeseable, sino por el contrario se convierta en un agente educativo y en una fuente valiosa de información.

³⁸ Molina, Alicia. LA TELEVISIÓN Y LOS NIÑOS., pág. 20-29.

LAS FORMAS DE VIDA

CAPÍTULO III

3.1 LA TELENÓVELA Y LA FAMILIA.

Una cuestión muy importante a considerar es que el orden básico que define el flujo televisual, es **LA FAMILIA**. La mujer es definida a partir de su ubicación en el núcleo familiar y apelada como agente de compras de tal grupo. El flujo estable, una continuidad que abarca lo publicitario, y se basa en una cosmovisión melodramática del mundo. Melodramática porque tiene como punto de partida una concepción de oposiciones pedagógicas entre el bien el mal.³⁹

La vida familiar tiene suma importancia dentro de nuestra sociedad contemporánea, supone un desarrollo armónico de valores y la formación digna de la vida humana, por eso, cuando se compra un televisor se está asumiendo la importancia del entretenimiento dentro de lo social. Se le coloca para ser visto por todos los integrantes de la familia y por la visitas, incluso hoy en día ya existen pantallas gigantes de entretenimiento compartido.

Refleja una expresión de participación social, asegura inclusive temas de conversación entre vecinas, parientes y amistades. Pero cuando la colonia es muy pobre, la casa donde hay una televisión se convierte en espacio compartido, donde se admiten visitas a veces cotidianas de otros vecinos lo cual de cierta fuerza moral a los dueños de la casa.⁴⁰

La armonía de la vida familiar se ve trastocada cuando existen problemas de comunicación. En el caso de las telenovelas, las amas de casa, al no contar con un espacio propio y familiar, le dan una sobrevaloración a la telenovela para tratar de reconstruir

³⁹ López-Pumarejo. OP.CIT., pág. 42-43.

⁴⁰ Universidad de Colima. CULTURAS CONTEMPORÁNEAS, pág. 230-238.

un espacio imaginario autoexclusivo y familiar. Una mujer joven que vive conflictos comunicacionales con el cuñado, asume de diferente manera el espacio familiar cuando éste se encuentra en casa. Entonces se recluye en el dormitorio y ve las telenovelas en otro televisor. Luego, en la cama, ella cuenta que sueña con telenovelas, espacios y vivencias de afecto familiar.

Las rutinas familiares que se viven a partir de seguir las telenovelas son completamente heterogéneas. Pero se puede decir que una constante es que las amas de casa ven las novelas en las tardes y en las noches la mayor parte de la familia se reúne para, si no observar y seguirlas, sí para verlas un rato o reconocer los personajes de la novela. Muchas ocasiones el momento de ver las telenovelas coincide con el de verse entre los miembros de la casa, donde se recompone la imagen familiar perdida.

A continuación se observará un cuadro en donde se hace una descripción general de la televisión y la vida general. Tomando como base la audición de 5 a 7 de la tarde y de 7 a 10 de la noche pasando por la audiencia que se refleja en la T.V. y que la familia lo asimila o no para sus usos y apropiaciones.

TELEVISIÓN	HORAS	FAMILIA	PROGRAMA
PRIVADA	19-23	NO ASIMILA	NOTICIAS
ESTATAL	19-23	NO ASIMILA	NOTICIAS
PRIVADA	17-22	ASIMILA	NOVELAS
ESTATAL	17-22	ASIMILA	NOVELAS

Para lograr una función educativa acorde a las necesidades de nuestro tiempo con una representación cultural y social como un medio preventivo que incluso puede tener un uso catártico, o sea un efecto de limpieza en las mismas emociones humanas, que influye realmente de manera directa en la familia y sus costumbres.

En muchas ocasiones la posición familiar, la edad y el sexo son factores a considerar en el uso diario de la televisión, en muchas ocasiones la mujer da la pauta a seguir para analizar los programas televisivos que en el caso de las telenovelas son muy representativos.

Lo que nunca debemos perder de vista es la deformación que se pueda dar de los valores sociales, desde el respeto a la integridad de la persona humana hasta su derecho a la crítica constructiva. Ésto es muy importante porque hoy en día vemos escenas y diálogos que no van de acuerdo a una moral ni a unos principios bien fundamentados.

La telenovela forma estereotipos, muchas familias tratan de seguir su ejemplo tal es el caso de un niño que atacó a otro porque lo vió en la novela ó aquella mujer que sueña con el príncipe azul y nunca descubre el amor porque siempre tiene en mente un sueño irrealizable, pero la verdad el amor, la tragedia, los sentimientos y las pasiones sacuden a los televidentes provocando una emoción muy particular en cada uno de los episodios de las telenovelas.

Así mismo, la telenovela se convierte en un instrumento educativo con características muy diferentes a otros instrumentos que nos pueden ayudar a establecer un marco de

referencia para conocer la sociedad y el tipo de familias que la componen. En ocasiones, dependiendo de los programas que ven las familias, se desprende el nivel intelectual de los individuos; los programas se convierten en una extensión de la enseñanza escolar en donde su uso y aprovechamiento depende de cada uno de los integrantes de la familia.

La fisonomía cultural de la sociedad podría cambiar si se aprovecharan al 100% los medios de comunicación disponibles para cada área y cada grupo social. Si la S.E.P. (Secretaría de Educación Pública) pusiera a disposición de cada área y cada grupo social los medios indispensables para apoyar los programas educativos tendríamos un buen aprovechamiento de las estrategias de Gobierno para tratar de abolir el analfabetismo, y así poder hablar de una nación más fuerte y mejor educada. Pero por lo regular, a los que menos les interesa la educación de la población es a los mismos dirigentes políticos quienes incluso dicen: "...El mejor pueblo es el pueblo ignorante..."⁴¹

Si pudiéramos mejorar la situación de la enseñanza dentro de las familias, sería precisamente a través de la formación de estereotipos cuyas características fueran en pro de la superación humana y no a favor de la denigración de la misma. Ojalá lográramos fomentar un buen reajuste del sistema educativo mediante la integración de los individuos a un buen ordenamiento social sin perder de vista los valores tan pisoteados de la misma.

El problema del hombre es que siempre que parte de una verdad objetiva, ésta pasa por el terreno teórico y en el momento de convertirse en práctico no llega a entenderse y siempre se queda

⁴¹ Catón. DE POLÍTICA Y COSAS PEORES. Sol de Puebla 22 de marzo 1989., pág. 3.

en el pensamiento. Después de que ya se pensaron bien las cosas las debemos de concretizar en nuestra vida para que nuestra realidad social sea mucho mejor de lo imaginable.

La familia en su calidad de educadora establece las normas desde el punto de vista social y cultural para cada uno de sus miembros, por lo que es importantes establecer que los jóvenes son el primer grupo social que tienen contacto con la moda y su forma de vida, pero está sujeta a los criterios de la idiosincrasia de sus padres.

Las familias consideradas como mediaciones de la vida social, son estructuras relativamente flexibles que permiten establecer una infinita red de relaciones exógenas que repercuten de una u otra forma en las relaciones al interior y exterior de los grupos. Ambos procesos de relación definen y redefinen en los sujetos concepciones del mundo, esquemas de interpretación y acción de la realidad, estilos de vida, formas de organización familiar, afectos y sentires reflejados en la televisión.⁴²

La televisión es productora y reproductora de sentidos sociales. El mundo presentado a partir de la pantalla chica sugiere la posibilidad de conocer mundos lejanos, interpretaciones acerca de lo acontecido en otros espacios y hasta conclusiones lejanas a nuestra realidad inmediata. A pesar de que la televisión es manipuladora de la sociedad, queda en cada uno de los espectadores el otorgamiento de reconocimiento, la legitimidad de lo que ve y elige. a través de su lectura social conformada por sus hábitos culturales, la relación con los contenidos de los programas.

⁴² Galindo, Jesús. NUEVA ANTROPOLOGÍA E INVESTIGACIÓN DE LA CULTURA., pág. 20-35. CUIS 3-5 Sep. 1990.

Las familias experimentan con las telenovelas diferentes niveles de involucramiento con sus acontecimientos y personajes, en la que se comparten emociones, significados y experiencias que se viven como reales, aunque sepan que la trama está hecha a base de historias inventadas. Se sienten implicadas en ella, ésta situación se hace primero en forma individual y luego en colectivo.

La telenovela es un pretexto para sentir y para reconocerse en situaciones presentadas durante el desarrollo de la trama. Además, es el pretexto para apropiarse de acciones y valoraciones de otros mundos sociales, similares al propio o totalmente ajenos. Cuenta con historias cotidianas, cercanas a nuestra vida y en ellas expone las experiencias de vida de "otros" que pueden ser las nuestras.

La telenovela cuenta a sus seguidores lo que han visto muchas veces (sistemas de repetición de los acontecimientos) y que él ya conoce por referencia a otras telenovelas, similares a la que está viendo, pero espera presenciar los desenlaces de cada situación. En este sentido, la telenovela produce tensiones emotivas durante el desarrollo de su historia; tensión que el tele espectador mantiene constantemente para atenuarla sin falta.

Esto último excita la curiosidad de la gente, pues los acontecimientos llegan al punto límite y se detienen para resolverse un día después. El público participa de un juego del que conoce las reglas y disfruta aún de sus estados de tensión siguiendo la anacronía del relato, los climas y las situaciones en calma.

El entramado de relaciones complejas del melodrama, es una de sus características fundamentales que asegura la presencia fiel del teleauditorio. En la novela se abordan situaciones concretas con variadas situaciones entre los personajes, ésta complejidad asegura la emoción.

El gusto por la telenovela no sólo está en lo complejo de sus relaciones, ni en sus temáticas, ni en sus ritmos de contar, está también en las representaciones culturales, en las que los sujetos reconocen sus propias acciones y valoraciones entre los personajes. Hablamos de una IDENTIDAD CULTURAL que va desde la manera de contar los acontecimientos hasta los acontecimientos mismos.

Las historias son manejadas a través de un lenguaje amoroso, siempre hay romances, seducciones, felicidad, infidelidades, expresión de sensibilidades y de sentimientos; hay pasiones, engaños y hasta divorcios. En la historia de la telenovela está en juego todo lo que tiene que ver con el amor del ser humano.

La telenovela es todo un melodrama que cuenta una historia que cada día se complica más por la diversidad de las relaciones entre los personajes que participan en ella, aborda ciertos aspectos de la vida social que producen tensión, éxtasis y emoción en distintos públicos. Y por ello es un formato exitoso, porque conjuga diversidad de sentidos sociales bajo una forma cotidiana de entendimiento.

La telenovela pone en contacto físico y comunicacional a todos los miembros de la familia, los reúne en el momento de su exposición y bajo esta situación surgen los contactos afectivos (que en algunas familias casi no se dan por los tiempos y

actividades distintas de cada miembro del grupo). Además, la telenovela ciertamente proporciona tópicos de conversación. Entonces, es un género que por su riqueza cultural está hecha para verse en grupo, para compartir con los de al lado, la experiencia de los actores.

Su formato permite conversar, tocar, acariciar y disfrutar de la presencia de nuestros familiares y amigos. La telenovela hace que a determinada hora del día los miembros de la familia se encuentren juntos principalmente por las noches que es cuando la mayoría de los integrantes se encuentra.

Por lo anteriormente expuesto podemos concluir que la telenovela es un producto fabril, hecho para significar; por el drama, la gente organiza sus significados en sentidos y contrasentidos de vida. El estudiar las telenovelas en un medio social tan complejo nos brinda la posibilidad de conocer más los parámetros por los que se guía la sociedad contemporánea; lo que nos motiva a seguir investigando sus repercusiones sociales y ver hasta donde la telenovela es capaz de producir diferentes reacciones dentro de los telespectadores.

3.2 LAS RELACIONES INTERNACIONALES.

La sociedad contemporánea ha pasado de lo Internacional a lo Global. Global y globalización son términos que han nacido a la sombra de la geoeconomía y la geopolítica mundial. marcan la nueva fase de expansión de la economía mundial. Una fase donde el espacio de la organización de la producción y de la comercialización se han extendido al espacio del mercado-mundo.

Pensar en términos globales supone creer en la homogeneización de las necesidades bajo la presión de las nuevas tecnologías, de los mercados y de la estandarización de los productos. Esto no prohíbe que haya una gama de posiciones en cuanto al ritmo y a las modalidades de esta unificación por vías de mercado.⁴³

El proceso que vive la sociedad contemporánea actual, obedece a un "...reacomodo internacional cuyo objetivo último es el aumento constante del bienestar de la población, sobre la base de su participación plena en el proceso de desarrollo y de una distribución justa de los beneficios derivados de éste..."⁴⁴ Dentro de este reacomodo la forma de vida humana, ha cambiado. Desde la relación interpersonal hasta la relación intergrupal.

En el contexto internacional el sector de la comunicación se ha convertido en el principal unificador de las redes planetarias, las cuales están constituidos por agencias de publicidad, empresas transnacionales, franquicias de todo tipo incluyendo alimentos,

⁴³ Maitelart, Armand. NUEVOS HORIZONTES DE LA COMUNICACIÓN: EL RETO DE LA CULTURA., pág. 2.

⁴⁴ Anguiano Roch, Eugenio. COOPERACIÓN ECONÓMICA INTERNACIONAL: DIÁLOGO O CONFRONTACIÓN., pág. 143.

comunicación y redes de comunicación entre los que destacan las empresas televisivas como Televisa, Multivisión, Cablevisión y Televisión Azteca etc.

El crecimiento de los medios de comunicación ha acompañado a la búsqueda de modalidades de auto-organización en donde el ESTADO PROVIDENCIAL se queda a un lado para dar paso a nuevos actores sociales que tratan de asumir la nueva gestión mundial a través de nuevas formas de expresión como la comunicación corporal vía satélite; de cierta manera pasa a formar parte de una cultura de masas.⁴⁵

Se han realizado diferentes investigaciones para demostrar que sí existe una cultura de masas en donde los programas televisivos, incluyendo las telenovelas, dan origen a estereotipos ó géneros de origen nacional o regional, provocando así un impacto social de consecuencias en la sociedad tanto de una nación como de otra. Con ésto se forman nexos entre las llamadas culturas nacionales y los flujos transnacionales de cultura para formar una cultura de masas, en la cual no podrá sobrevivir sin una industria altamente competitiva y moderna como la televisión.

La cultura de masas pertenece a un modelo de desarrollo mundial que fomenta una nueva jerarquización del planeta entre países y grupos sociales, provoca un despegue progresivo de segmentos de economías, de culturas y de sociedades que dejan de tener un interés funcional y económico para el sistema en su conjunto.⁴⁶

⁴⁵ Mattelart. OP. CIT., pág. 14-15.

⁴⁶ Idem., pág. 17.

El problema de la cultura de masas entre otras cosas es que ha fomentado indirectamente la concentración de la riqueza en pocas manos, tal es el caso de la afirmación de Antonio Pasqualli, investigador venezolano, "... son los mismos amos de la comunicación vencedores de la guerra fría, los que están poniendo sus armas y estrategias al servicio de la nueva causa de la globalización..."⁴⁷

Actualmente ya no hay tierras incógnitas mas que las que rodean los medios de comunicación y sus líderes; se trata de una estructura impuesta por una minoría de la comunidad mundial (La quinta parte: la pudiente). La ciencia, la tecnología y las comunicaciones se están dirigiendo hacia el apoyo del nuevo proyecto político económico de la globalización.⁴⁸

Un problema implícito en la globalización es que entiende a la vida social de acuerdo a categorías económicas, en donde el valor de las cosas depende de su peso económico, lo cual está causando estragos en el campo cultural porque ya no se tienen los mismos parámetros para valorar las cosas artísticas y ahora una superproducción en donde la derrama económica es muy superior a otras, tiene mayor aceptación por parte del público crítico.

Esperemos que no siga en aumento esta manera de ver la realidad social; queda en nosotros, los estudiantes del periodismo y la comunicación, reafirmar y remarcar los valores implícitos de las relaciones humanas.

⁴⁷ Periódico El Financiero. DE LA SEMIÓTICA Y LA GLOBALIZACIÓN., 30 junio 1993., pág. 53.

⁴⁸ Idcm.

El lenguaje global de la televisión tiene que verse a través de la contextualización del propio programa y la contextualización de la publicidad que es el principal foco de interés de los emisores. La evaluación de su lenguaje se da por un lado en lo que se narra en el programa en el caso de la novela de su texto y el diálogo de los personajes y por otro lado los productos que los patrocinan.

La televisión es el mejor medio tanto para anunciarse como para crear conciencia de masas. En muchas ocasiones la reacción que tiene el público ante la novela es un indicador del grado de aceptación. El problema al que se enfrentan los emisores de comunicaciones de masas es el conocer bien a sus audiencias, por lo general grandes y diversas. El procedimiento institucionalizado más habitual, la investigación de lector, cumple el importante objetivo de orientar y establecer una relación entre los medio de comunicación y el sistema político-económico.⁴⁹

A primera vista parecería que la televisión une fronteras y establece contacto entre los pobladores del planeta tierra, pero si analizamos el caso del continente Africano, esto no es así. La televisión en África enfrenta tres limitantes: Las características geográficas que limitan la expansión de las señales; el nivel de formación de la población que limita la flexibilización de los programas y el nivel de vida de los habitantes que antes de contar con dinero para comprarse un aparato receptor, necesitan dinero para comer. El número de televisores es muy inferior al promedio que hay en otros continentes. En Europa se llega prácticamente a un televisor por cada tres personas y en África se llega al promedio de un televisor por cada 100 habitantes.⁵⁰

⁴⁹ Instituciones y Organización. *TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS*, pág. 146.

⁵⁰ Enciclopedia Salvat. *OP. CIT.*, pág. 129.

...La comunidad internacional, impulsada por los países en desarrollo, realiza esfuerzos considerables para lograr transformaciones en lo político y en lo económico que obedezcan a los cambios que se han producido en las relaciones entre los estados...Como parte de estos esfuerzos se destaca el establecimiento de un nuevo orden económico en donde lo global se hace una necesidad entre los Estados....⁵¹

En el caso del continente americano se ha gestado un nuevo orden económico internacional en donde la asociación económica (TLC) estará en posibilidades de generar importantes inversiones en toda la región impulsando el empleo y en general el crecimiento económico, por ello el área televisiva de las novelas tiene un gran campo de acción y desarrollo. Recibirá un fuerte impulso al producirse un aumento en la competencia, en donde únicamente sobrevivirán las empresas televisivas más aptas que tengan como premisa la excelencia en la prestación de servicios y que sepan vincular bien la industria del entretenimiento con la realidad social.

⁵¹ Comisión de Asuntos Internacionales PRI. DE LA POLÍTICA EXTERIOR, MÉXICO Y EL SISTEMA INTERNACIONAL CONTEMPORÁNEO., pág. 2.

3.3 LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA.

La sociedad es una red de relaciones entre individuos, entre grupos sociales y entre instituciones. La sociedad se analiza a un nivel de relaciones entre individuos en su vida cotidiana como a nivel de la forma o estructura de tales relaciones, puesto que éstas aparecen encarnadas en los conceptos, normas y reglas que regular la conducta social.⁵²

Las relaciones entre individuos se han ido modificando y hoy en día ya no tan sólo es la relación por la vía oral sino también a través de monitores de larga distancia, que es una representación de los medios de comunicación masivos.

Los medios de comunicación masiva ocupan como objeto de análisis a muchos estudiosos de la cultura de nuestros días, cada medio en particular tiene su propio campo de composición organización y discursiva que mostrar; cada medio ha perfilado a especialistas en su comprensión sociológica.

En el caso de la televisión es uno de los medios con mayor impacto social entre la población y dentro de la presencia en los ámbitos cotidianos. Dentro de la televisión, el área de difusión más fascinante es el área de la novela, en parte porque representa la vida social que puesta en escena y preparada en forma especial logra captar la atención de un auditorio cuantificado en miles.

Lo que sucede en la vida diaria es seleccionado y presentado con un tinte de dramaticidad y alegría que aunado a los efectos y

⁵² Bottomore, Thomas B. SOCIOLOGY: A GUIDE TO PROBLEMS AND LITERATURE., pág. 1.

avances tecnológicos nos brindan la oportunidad de gozar en su máximo esplendor las redacciones novelescas.

...El discurso televisivo propone y promueve objetos y guías de unión y desunión. Uno de sus recursos más eficientes es el de la representación melodramática de la vida social... no es una ociosidad averiguar lo que sucede en este fenómeno, empezar a entender la composición del propio discurso televisivo melodramático. El formato más eficaz de esta área, de lo televisivo, es la telenovela, la pasión y la decepción diaria de millones de teleespectadores.⁵³

La telenovela y su texto se basa en representar la vida cotidiana de la sociedad. Al presentarse propone objetos y guías de acción las cuales son muy importantes para la formación de estereotipos sociales.

La vida social no tiene una forma desordenada de composición, por el contrario, se presenta en patrones de regularidad de diversa índole. De esta manera se hace consistente el comportamiento social, que si bien es variado también es previsible.

una posible unidad de análisis de la composición de la organización social es LA SITUACIÓN. Los actores sociales transitan por el mundo participando de diferentes maneras, promoviendo su acción cotidiana. En las situaciones concretas es donde se escenifica la vida social, es hacia donde dirigen sus esfuerzos tanto empresarios como trabajadores del ramo televisivo, para poner a prueba la capacidad de los actores y del mismo sistema productivo.

⁵³ Universidad de Colima. OP. CIT., pág. 99.

La telenovela representa la vida social, pero no cualquier parte de ella. La selección de la situación es el centro de su composición textual, la vida es representada según ésta secuencia es peculiar y propia del formato narrativo. La Telenovela se construye afectivamente en el montaje de situaciones límite.

Los personajes se enfrentan todo el tiempo a fenómenos de unión y desunión drástica de objetos importantes. En la vida diaria de los actores sociales comunes, las situaciones límite se presentan como finales y principios de ciclos vitales, entre situación y situación límite se encuentra una variedad grande de situaciones cotidianas propias de la composición social ordinaria.⁵⁴

El impacto de las telenovelas se ha hecho sentir en el campo político social, cultural y económico. Es patente que la telenovela, a nivel mundial, es una de las ramas de la industria televisiva más importante guiada por la orientación de los negocios; está en su apogeo y tiene un gran campo por descubrir y manifestar además de tratar de incrementar su expresión, porque representa un medio rentable y digno de inversión.

El receptor siempre espera de las novelas un mensaje, una información que se entremezclan dentro de una trama digna de admirar. El grado de importancia de las telenovelas ha sido reconocido por los mismos auditorios, ha brindado al mundo nuevas posibilidades de comunicación y nuevas formas de vida. Se considera como parte de una cultura que trata de reflejar la vida social lo mejor posible.⁵⁵

⁵⁴ Universidad de Colima. OP. CIT., pág. 103.

⁵⁵ Instrumento Pastoral. COMUNIO ET PROGRESSIO., pág. 2.

La televisión no nos puede instruir del todo, pues necesitamos otras maneras y medios para lograr ser íntegros, pero sí nos muestra estilos de vida y entretenimiento. Por lo cual, los interesados en los medios de comunicación se deberán formar una clara conciencia sobre su uso, en especial a lo que se refiere nuestro modo de vida actual.⁵⁶

Las telenovelas son parte de la sociedad contemporánea, forman parte de la vida diaria, en algunos en mayor proporción a otros. Para algunos es como un elemento primordial para sustituir cualquier estado de ánimo y para saber qué es lo que se tiene, quién lo puede tener y quién no y para otros es una simple distracción que no tiene el mayor interés.⁵⁷ Ante la sociedad contemporánea, la telenovela juega un aspecto importantísimo que no puede renunciarse y darle vuelta de hoja, tiene que enfrentarse de muchas maneras y dar a la sociedad un sentido amplia y positivo capaz de conformar una sociedad mejor.

La responsabilidad que tienen las telenovelas en la sociedad contemporánea cada vez es mayor. Por lo que debemos de promover la reorientación de los guiones así como el renunciar a la vocación mercantilista que tiene en estos momentos; la tarea no es fácil pero a través del estudio y la investigación podemos lograrlo o aminorarlo.

⁵⁶ Zannatta Serrano, María Guadalupe. LA TELEVISIÓN COMERCIAL Y EL DESARROLLO MENTAL DEL NIÑO. TESIS, PROFESIONAL., pág. 25.

⁵⁷ Romero Freites, Pedro. LA PORNOGRAFÍA Y LA VIOLENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN., pág. 50.

3.4 LA VIDA EN TELENOVELA.

Finalmente, no podemos poner en tela de juicio el impacto social y la gran influencia que tienen las telenovelas dentro de la sociedad. Su impacto social abarca desde la persona senecta del hogar hasta los menores de la misma. El manejo y uso de diferentes medios de comunicación nos brindan la oportunidad de releer la vida y de conocernos un poco más tanto como individuos como seres humanos.

Los medios de comunicación son una extensión de las facultades físico-mentales del hombre que trata de abarcar más allá de lo que sus posibilidades le brindan para conocer el mundo que le rodea.

Los medios de comunicación son y han sido factores importantes de intercambio de información entre los hombres y contribuyen a la investigación de los grupos humanos, así como a la expansión de la cultura y sobre todo aumenta las posibilidades de desarrollo de una nación debido a la alta penetración que tienen.⁵⁸

La televisión en especial le brinda al hombre la oportunidad de reflejarse y extender sus potencialidades que hacen posible su desarrollo y engrandecimiento, su utilización hace posible que la gente reaccione ante diferentes manifestaciones en pantalla y tome diferentes actitudes ante ella.

La televisión no deja de causar admiración por su gran versatilidad y su alto nivel de tecnología; existen muchos mecanismos detrás de la pantalla para que la imagen pueda

⁵⁸ Prieto, Javier. CATEQUESIS PARA ADOLESCENTES., pág. 224.

llegar hasta nuestro hogar al encender la televisión, lo que vemos es una imagen luminosa formada por señales eléctricas.

Cuando conoce el niño este tipo de tecnología, experimenta un interés por el vocabulario y el lenguaje; en esta etapa su capacidad de captar se refleja en la estructura de sus frases que dice o escribe con claridad y soltura por el uso apropiado de las diferentes formas verbales.⁵⁹

El niño comienza a tomar conciencia y a ser más formal en su manera de pensar y de interpretar las situaciones que debe enfrentarse y ayuda a dar conclusiones lógicas, por eso es importante que la televisión sea manejada de una manera clara, apegada a los principios que rigen toda sociedad y que emita mensajes positivos para la formación de los niños y de los adultos. No es aconsejable que el niño vea la televisión por pasar un rato, como tampoco dejarlo que vea la tele por no hacer otra cosa; desde luego se debe tener muy presente que no se relacione el medio de comunicación con bebidas alcohólicas, con productos perjudiciales a la salud o mercancía promocional que no aporta nada, ya que esto traería un fuerte acondicionamiento en las acciones futuras de los menores cuando sean adultos.⁶⁰

El ser humano debe aprender a separar la vida real de la vida de los personajes reflejados en una novela. Hay ocasiones en que la persona no sabe diferenciar o distinguir el papel del actor como persona, como actor, como compañero, como líder y piensa que es la misma persona siempre y que nunca cambia de rol.

⁵⁹ Cánova, Francisco. PSICOLOGÍA EVOLUTIVA DEL NIÑO., pág. 10.

⁶⁰ Reyes Pérez, R. T. V. ¿AMIGA Ó ENEGIMA EN SU CASA?. TELEVIDENTES RESPONSABLES, pág. 27.

Una cifra conservadora indica que los niños ven televisión un promedio de 5 horas al día lo que representa, que el niño al terminar su secundaria pasa ante el televisor de 18,975 horas. De esta forma, el niño va formando en su conciencia, que el televisor es parte esencial suya.⁶¹ En muchos otros casos se ha comprobado que los niños de esas 5 horas mínimo, una es de telenovelas, lo cual nos da una idea del impacto social de éstas.

En el caso de los jóvenes, las cifras son similares e incluso se incrementan porque tienen interés en ver algún tipo de programas en especial. Y dependiendo de la magnitud de la familia y su estructura pueden variar las aficiones por los programas.

La Televisión durante esta etapa de la vida tiene su importancia en cuanto a que es una etapa en donde se redefine la identidad propia del joven en relación con los demás y trata de restablecer a sí mismo dentro de la vida social en forma estable.⁶²

La Televisión a través de sus programas transmitidos por las diferentes empresas televisivas puede llegar a tal grado de influencia que puede llegar a asignarle a la juventud determinadas funciones y delimitar su conducta dentro de una dimensión de edad y de sexo. Los valores, en cuanto a lo que es apropiado y "bueno" pueden cambiar en la medida que los programas transmitidos lo promuevan.

Si se refleja en una telenovela un papel de un joven con determinado carácter y forma de ser, éste puede manifestar o promover un cambio de conducta de los jóvenes ante la vida y

⁶¹ Reyes Pérez. OP. CIT., pág. 27.

⁶² Sherif, Muzafer. PROBLEMAS DE LA JUVENTUD., pág. 17-19.

existen muchos casos en donde es aceptado y promovido dentro de un determinado núcleo social. De ahí la responsabilidad de las personas en manejar a los medios de comunicación de manera profesional para llevar a cabo: "La Vida en Telenovela".

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

CAPÍTULO IV

4.1 RELACIÓN DE JÓVENES ENCUESTADOS.

NOMBRE	EDAD	SEXO	GRADO DE ESTUDIOS
Acevedo Díaz, Pedro	28	M	LICENCIATURA
Abud L., Patricia	19	F	TECNICA
Aguilar Pacheco, Gustavo	22	M	BACHILLER
Aguilar Ramírez, Xóchitl	18	F	CENTRO DE LENGUAS
Arellano Vergara, Víctor A.	19	M	CENTRO DE LENGUAS
Asseff Bolaños, Yuli M.	21	F	CENTRO DE LENGUAS
Balaquier A., Yolanda	10	F	PRIMARIA
Barradas, José de Jesús	10	M	PRIMARIA
Bejar Quiróz, Genaro	11	M	PRIMARIA
Benítez, Francisco F.	27	M	LICENCIATURA
Benítez, José	29	M	PREPARATORIA
Besnier López, Tere	10	F	PRIMARIA
Bustamante Díaz, Patricia	21	F	CENTRO DE LENGUAS
Cabrera Carmona, María	19	F	BACHILLER
Calderón Olimán, Rafael	25	M	CENTRO DE LENGUAS
Calderón Sánchez, David	20	M	PREPARATORIA
Campos García, David	12	M	SECUNDARIA
Corro S., Ma. Luisa	15	F	PRIMARIA
David Hernández, José	20	M	SECUNDARIA
David Hernández, Jorge	24	M	SECUNDARIA
Domínguez, Estéban	25	M	LICENCIATURA
Domínguez H., Rutilo	25	M	LICENCIATURA
Elizondo, Fernando	27	M	SECUNDARIA
Esquer M., Mercedes	16	F	SECUNDARIA
Esquivel Romo, Dolores	15	F	SECUNDARIA
Escobar Díaz, Josefina	16	F	PREPARATORIA
Fernández López, Agustín	18	M	SECUNDARIA
Fierro Aguilar, Laura	17	F	SECUNDARIA
Finado López, Ana	17	F	PREPARATORIA
Fragoso Calderón, Miguel A.	19	M	LICENCIATURA
García, Luis	25	M	PRIMARIA
Garza Ugalde, Rodrigo	11	M	LICENCIATURA
Gómez C., José Manuel	25	M	PRIMARIA
Gutiérrez, José Luis	11	M	PRIMARIA
Gutiérrez Martínez, Fedra	11	F	SECUNDARIA
Hernández Reyes, Carlos	16	M	TECNICA
Hernández Romero, Lorena	18	F	TECNICA
Hernández Soto, Rubén	18	M	LICENCIATURA
Hidalgo Rodríguez, Inna	26	F	LICENCIATURA
Howden, Marcela	25	F	LICENCIATURA

Jiménez Jiménez, Rosalba	28	F	LICENCIATURA
Juárez Avasolo, Gerardo	26	M	LICENCIATURA
León L., Dinorah	28	F	LICENCIATURA
Letono M., Ana	20	F	CENTRO LENGUAS
Limón Gil, Augusto	23	M	PREPARATORIA
Lobato T., Gilberto	14	M	SECUNDARIA
López y López Julio César	15	M	SECUNDARIA
Lozada López, César	18	M	PREPARATORIA
Luna T., Alejandra	23	F	PREPARATORIA
Machado Sánchez, José	27	M	LICENCIATURA
Machorro F., Sofia	15	F	SECUNDARIA
Marroquín H., Zoila	11	F	PRIMARIA
Meza Rodríguez, Raúl	14	M	SECUNDARIA
Mijares O., Hugo	13	M	SECUNDARIA
Molina R., Mauricio	23	M	LICENCIATURA
Mústre, Héctor	23	M	LICENCIATURA
Narváez L., Ramira	23	F	LICENCIATURA
Niño P., Deborah	23	F	LICENCIATURA
Nolasco A., Ma. Luisa	24	F	LICENCIATURA
Núñez Avendaño, Aurora	21	F	TECNICO
Oropeza T., Leobardo	25	M	TECNICO
Ortega Peralta, Imelda	20	F	TECNICO
Ortiz Valdivieso, Verónica	22	F	TECNICO
Ortiz Valdivieso, J.	29	F	LICENCIATURA
Osorio Mijares, Javier	25	M	LICENCIATURA
Palacios R., Laura	27	F	LICENCIATURA
Palau García, Miguel	24	M	BACHILLER
Perea León, Itzelena	22	F	TECNICA
Proal Sánchez, Héctor	13	M	SECUNDARIA
Quiroz Corona, Rafael	28	M	LICENCIATURA
Quiroz Cruz, Leopoldo	22	M	PREPARATORIA
Quitl Meléndez, Francisco	14	M	SECUNDARIA
Ramírez R., Rafaela	15	F	SECUNDARIA
Rivaz Torres, Emigdio	17	M	BACHILLER
Rivera Pacheco, Rodolfo	28	M	LICENCIATURA
Rojó W., Víctor	18	M	PREPARATORIA
Rosas Moreno, Paola	19	F	TECNICO
Rugarcía M., Carmen	16	F	SECUNDARIA
Saldaña R., Esther	17	F	PREPARATORIA
Sánchez C., Camelia	20	F	PREPARATORIA
Serrano D., Adolfo	26	M	LICENCIATURA
Sinohui, David	27	M	LICENCIATURA
Solís, Arturo	22	M	PREPARATORIA

Tapia, Miguel	24	M	BACHILLER
Teherán Asseff, Fabiola	24	F	CENTRO LENGUAS
Tenorio Rosas, Silvina	17	F	SECUNDARIA
Tobón R., Aarón	18	M	BACHILLER
Torres G., Carlos	24	M	PREPARATORIA
Torís S., Rosario	21	F	SECUNDARIA
Toro E., Marilyn	28	F	PREPARATORIA
Ubi Inchaustegui, Leonora	29	F	TECNICA
Uriel Cano, Pedro	22	M	BACHILLER
Uriel P., Fabiola	23	F	TECNICA
Urvina, Antonio	27	M	TECNICA
Urvina, Mirna	19	F	PREPARATORIA
Valdés, Hugo	20	M	LICENCIATURA
Vélez Iglesias, Mayté	27	F	TECNICA
Vergara L., Angeles	26	F	SECRETARIA
Vizcaíno, Laura	25	F	LICENCIATURA
Zannata Benítez, Soledad	24	F	LICENCIATURA
Zepeda González, Uriel	15	M	SECUNDARIA
Zepeda González, Mary	25	F	PREPARATORIA
Zúñiga, Guisela	23	F	LICENCIATURA

4.2 CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA.

Para conocer el real impacto social que tienen las telenovelas y para comprobar la hipótesis del trabajo, se tomó una muestra de jóvenes estudiantes cuyas características describo más adelante. El estudio se enfocó a personas que tuvieran estudios para tener puntos de vista diferentes sobre el fenómeno televisivo. Para lo anterior fue necesario obtener una muestra que se calculó de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

Donde se tomaron los siguientes valores:

n= Número Proporcional

Z= 98% (Nivel de confianza)

p= .5 (Variabilidad del fenómeno)

q= .5 (Variabilidad del fenómeno)

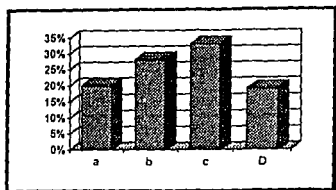
E= 10% (Precisión)

$$\frac{(2.02)^2 (.5)(.5)}{(.10)^2} = \frac{(4.0804)(0.25)}{0.01} = 102.01$$

Las características del grupo encuestado fueron las siguientes:

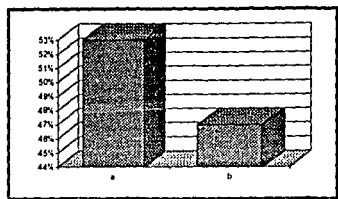
EDAD:

- | | |
|--------------------|-----|
| a) De 10 a 15 años | 20% |
| b) De 16 a 20 años | 28% |
| c) De 21 a 25 años | 33% |
| d) De 26 a 30 años | 19% |



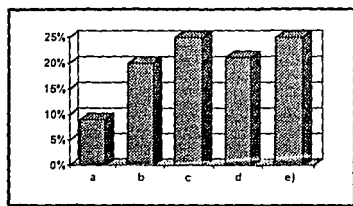
SEXO:

- | | |
|--------------|-----|
| a) Masculino | 53% |
| b) Femenino | 47% |



GRADO DE ESTUDIOS:

- | | |
|------------------|-----|
| a) Primaria | 9% |
| b) Secundaria | 20% |
| c) Preparatoria | 25% |
| d) Técnicos | 21% |
| e) Estudios Sup. | 25% |



4.3 CUESTIONARIO APLICADO.

1.- ¿ Cual es el tipo de programas televisivos que ve su familia?

- Culturales
- Entretenimiento
- Deportivos
- Otros.

EXPLIQUE: _____

2.- ¿ Cuál es el canal de su preferencia?

EXPLIQUE: _____

3.- ¿ Con quién ve usted la T.V.?

EXPLIQUE: _____

4.- ¿ Considera que influye la T.V. en su modo de vida?

EXPLIQUE: _____

5.- ¿ Considera que es indispensable la T.V. en casa?

EXPLIQUE: _____

6.- ¿ Ha adquirido algún producto que se anuncie en T.V.?

EXPLIQUE: _____

7.- ¿ Usted ve telenovelas?

EXPLIQUE: _____

8.- ¿ Por qué cree usted que gusten tanto las telenovelas?

EXPLIQUE: _____

9.- ¿ Qué telenovelas considera usted que son las favoritas?

EXPLIQUE: _____

10.- ¿ Cree que todas las telenovelas tienen la misma trama?

EXPLIQUE: _____

4.4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS.

Pregunta No. 1.

¿Cuál es el tipo de programas televisivos que ve su familia?

- a) Culturales
b) Deportivos

- c) Entretenimiento
d) Otros.



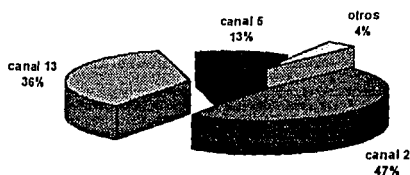
ANÁLISIS:

La presente gráfica nos brinda una idea sobre la preferencia de los jóvenes encuestados, tenemos con un mayor porcentaje los programas de entretenimiento y deportivos porque pueden relajarse y son los que más gustan porque los distraen de sus rutinas diarias.

Por lo regular expresaban la unidad familiar que se daba en torno a un programa de deportivo o de entretenimiento e incluso en muchas ocasiones giraba su horario en torno a los programas. Con respecto a los culturales se referían a la aportación de cosas importantes respecto a las relaciones humanas y a la vida en sociedad por lo que siempre se manifestaron a favor del incremento de programas que fomentaran los valores humanos.

Pregunta No. 2

¿Cuál es el canal de su preferencia?

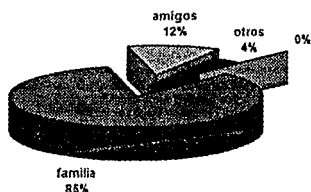


ANÁLISIS:

La mayoría se inclina por canales donde se transmitan programas especiales e interesantes, si nos referimos a la veracidad de la información la mayoría lo obtuvo el Canal 13 de televisión Azteca, si nos referimos a programas deportivos como el béisbol, fútbol, lucha libre, automovilismo, tenis etc. la gente se inclina por televisa principalmente el canal 5, ocurre también que muchas series transmitidas en este canal son igualmente seguidas por los telespectadores.

Pregunta No. 3

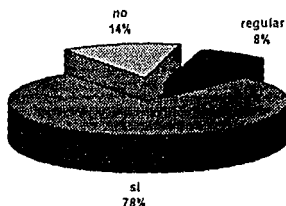
¿Con quién ve usted la televisión?

**ANÁLISIS:**

La gran mayoría explicó que la mejor manera de ver la televisión es con la familia, casi siempre ven la televisión en compañía de sus hermanos, hermanas, papás o familiares cercanos, porque se sienten en confianza y comparten en muchas ocasiones los mismos gustos, aunque también existen puntos de controversia con respecto a la programación. Por lo regular comparten mucho tiempo con la familia y el televisor.

Pregunta No. 4

¿Considera que influye la televisión en su modo de vida?

**ANÁLISIS:**

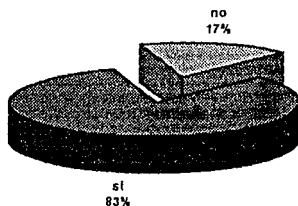
Aquí se demuestra el gran impacto que ejerce la televisión, ya que la mayoría opinó que sí influye en su modo de vida porque al verla se conocen otros tipos de desenvolvimiento, otras costumbres etc. y toman como ejemplo muchos personajes de la pantalla para tomar las cosas positivas de él.

Para otros no influye porque cada uno tiene su propia personalidad y cada uno asimila lo que quiere, además de que muchos tienen estudios, incluso universitarios y tienen un amplio criterio sobre la gran variedad de los programas televisivos.

Para otros en algunas ocasiones se toman ideas de ella pero no influye en su personalidad por completo. Por ejemplo con la moda, mucha gente trata de imitarla y sólo se toma lo que le quede bien. O las ideas de hacer alguna actividad diferente tomando en cuenta las condiciones y los instrumentos con los que se cuentan.

Pregunta No. 5

¿Considera que es indispensable la televisión en casa?

**ANÁLISIS:**

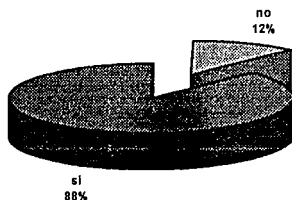
De acuerdo a la encuesta la mayoría opina que es indispensable, principalmente para obtener más información del mundo que nos rodea. La información fue una cuestión reiterativa en la encuesta porque declaran que vivimos en un mundo de constante flujo informativo que va desde casos concretos hasta casos donde se tiene una interrelación entre países.

Otros argumentan que es otra forma de entender la situación mundial y al ser un medio de comunicación y de entretenimiento tiene implícita la función de servir a la sociedad no para su perjuicio sino para su beneficio.

Actualmente las familias poblanas en su mayoría cuentan con un aparato receptor y en torno a él giran muchas anécdotas de la vida social y de la vida familiar.

Pregunta No. 6

¿Ha adquirido algún producto que se anuncie en televisión?



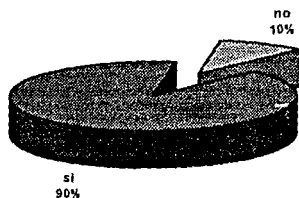
ANÁLISIS:

La mayoría sí ha comprado productos que se anuncien en televisión principalmente productos alimenticios, aparatos para el hogar o de arreglo personal, argumentando que si los ven en televisión pueden conocer mejor las características del mismo para poderlo adquirir con todas las ventajas que representa para el consumidor.

Otros opinan que no compran productos anunciados en televisión, porque nos obligan a incrementar el consumismo en la familia y en la sociedad; a veces sólo se compra por comprar, se deja uno llevar por la publicidad y no compra uno lo necesario para satisfacer los requerimientos familiares.

Pregunta No. 7

¿Usted ve telenovelas?



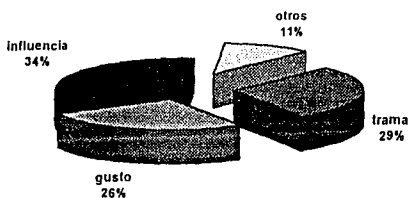
ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados opinaron que si bien no siguen la trama de las telenovelas, sí ven algunos capítulos ya sea por simple afición o por que las circunstancias se dan principalmente en las noches cuando llegan de trabajar y se dispone a descargar junto con la familia.

Al preguntarle si veían las telenovelas, la pregunta se abocó si tan sólo habían visto algunas escenas o conocían algunos artistas y por la influencia que ejerce la televisión en nuestro medio sí existe conocimiento de las telenovelas y por supuesto la gran mayoría ha visto algunas telenovelas.

Pregunta No. 8

¿Por qué cree usted que gusten tanto las telenovelas?



ANÁLISIS:

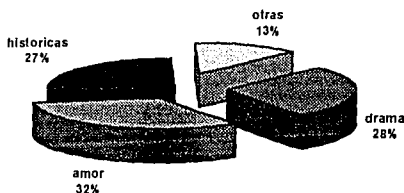
La mayoría de los encuestados opinan que gustan las telenovelas porque mucha gente se siente identificada con los personajes que reflejan gran parte de la vida cotidiana y logran tener una gran influencia en las costumbres humanas.

La telenovela refleja una manera de como la gente quiere solucionar los problemas para tener una mejor experiencia a través del seguimiento de la historia para que a fin de cuentas tenga una conclusión feliz que satisfaga sus expectativas y tengan conocimiento de cómo poder solucionar los problemas. Además de la atracción que representa ver un audaz actor o una bella actriz no se hecha de menos.

El éxito de la novela se va a reflejar en el gusto por la misma a través de la aceptación de la trama y las historias pueden ser otro factor importante siempre y cuando cumplan con las expectativas del público demandante.

Pregunta No. 9

¿Qué telenovelas considera usted que son las favoritas?

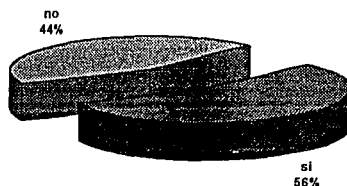


ANÁLISIS:

Mucha gente prefiere las telenovelas de romance que contengan un sabor especial, en donde la historia melodramática sea enredada y goce con las siguientes características: amor, pasión, poder, engaños, intrigas, drama, aventura, humor, variedad e identificación. Dentro de las novelas actuales podemos mencionar "dos mujeres un camino", "Marimar" "Corazón salvaje" y "Marielena" y de las antiguas: "Cuna de Lobos", "Los ricos también lloran", "Gabriel y Gabriela", "Rina" y "Senda de Gloria". Se trataron de englobar en cuatro áreas principales. Drama, Amor, Históricas y otras.

Pregunta No. 10

¿Cree que todas las telenovelas tienen la misma trama?



ANÁLISIS:

Aquí existió una ecuanimidad de opinión, para muchos las telenovelas sí tienen la misma trama y para otros no. Los que argumentaron que sí dicen que siempre existe la pareja romántica, un bueno un malo o un final feliz, que siempre se repite en los capítulos posteriores de la novela o es copiado por las ediciones de las demás, por lo que siempre se da una repetición en las historias.

Para los que no dicen que cada una tiene sus características muy particulares, no se puede comparar una novela de carácter informativo con una de carácter romántico porque cada una tiene sus atractivos desde la selección del tema hasta la participación de los artistas que casi siempre se llevan el crédito de la producción.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

CONCLUSIONES

La Televisión ha tenido desde su origen una gran repercusión social. En nuestros días ha alcanzado un gran auge que se demuestra desde un nivel municipal hasta un nivel mundial, en donde los acontecimientos de un país pueden ser conocidos en momento mismo de su realización en otro país que esté en el otro extremo del mundo y sin embargo siempre existirá el conocimiento mismo de los hechos y siempre tendrá que prevalecer el valor de la verdad por encima de cualquier otra cosa.

La Televisión es sin duda un medio que mueve al ser humano en su modo de vida, crea en él valores, enseñanzas, patrones de conducta etc. que en un momento determinado puede influir en su conducta para cambiarlo o para transformarlo hasta en su propio núcleo familiar.

Con el trabajo realizado, los estudios desarrollados y por lo analizado en éste trabajo se reitera por última ocasión la hipótesis planteada desde el principio del trabajo recepcional y es que nadie puede negar el gran impacto que tiene la televisión en nuestra vida social y en nuestra forma de vida.

En el caso específico de las telenovelas éstas siempre van a tener una gran repercusión social debido a los mensajes que transmiten, a la gran publicidad que se maneja y a la gran cantidad de dinero que se destina para el desarrollo de los proyectos televisivos que tratan de adecuarse a la idiosincrasia del pueblo mexicano.

Las inversiones en materia televisiva son cuantiosas pero como reiteraré a lo largo del trabajo, son autofinanciables porque en muchas ocasiones el dinero ya está presente desde la formación de nuevas figuras hasta los proyectos de producción; pasando por diferentes fases hasta llegar a influir de manera importante en la consciencia de las masas.

No quiero propiciar la confusión respecto a que las telenovelas son una forma de vida; manifiestan formas de vida y se basan en la realidad para retomar sus historias, por eso quiero manifestar mi inquietud para que se siga investigando y analizando de manera profesional y equanime a la principal empresa productora de telenovelas así como el tema general de las telenovelas y las formas de vida.

En un país con necesidades y carencias, como el nuestro, es necesario emprender tareas nobles y prósperas que brinden la ayuda necesaria a los individuos y a la sociedad en su conjunto.

RECOMENDACIONES.

De acuerdo a lo estudiado, de acuerdo a lo analizado y sin dejar de lado la reiteración de la hipótesis, se puede recomendar una legislación más explícita y rigurosa con los programas de la Televisión. No se debe perder de vista que desde la misma legislación, pasando por todas las instancias, se siga la línea del fomento y el respeto a nuestros valores y a la dignidad de la persona humana.

Así mismo, es importante que las compañías encargadas de la producción de Telenovelas tomen en cuenta la gran repercusión social que tienen y traten de seguir la línea de la enseñanza y de la educación, transmitida desde un punto de vista positivo y apegado a los valores y tradiciones del público receptor. Que se guíen en dirección correcta hacia las nuevas pautas de conocimiento y aprehensión.

Es esencial buscar el aprovechamiento de los medios de comunicación, tratando de diferenciar lo que es bueno de lo que es malo, de lo que será fructífero en para la vida y lo que no será, de lo que sirve y no sirve, pero por encima de todo está su adecuada explotación y aprovechamiento.

Es recomendable dar una reorientación a todo tipo de público en la nueva manera de ver Televisión, desde el maestro que está en un aula hasta el alumno que asimila sus conocimientos para desarrollar un mejor lenguaje y una nueva manera de pensar de acuerdo a parámetros claros específicos y éticos.

BIBLIOGRAFÍA.

Anguiano Roch, Eugenio. COOPERACIÓN ECONÓMICA INTERNACIONAL: DIÁLOGO Ó CONFRONTACIÓN. Editorial Nueva Imágen, México 1981.

Asociación de Rediodifusores del Distrito Federal. ESTUDIO DE HÁBITOS DE EXPOSICIÓN A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. México D.F., septiembre 1990.

Bottomore, Thomas B. SOCIOLOGY: A GUIDE TO PROBLEMS AND LITERATURE. Gran Bretaña 1962.

Caba Bazán, Tito. YO FUÍ GUARDAESPALDAS DE RIGO TOVAR. Editorial Edamex. México 1982.

Cánova, Francisco. PSICOLOGÍA EVOLUTIVA DEL NIÑO. Ediciones Paulinas, Bogotá, Colombia 1988.

Catón. DE POLÍTICA Y COSAS PEORES. Sol de Puebla 22 de marzo de 1989.

Collins, Sergio V. LA SALUD EMOCIONAL DE LA FAMILIA. Ediciones Interamericanas 1979.

Comisión de Asuntos Internacionales P.R.I.. DE LA POLÍTICA EXTERIOR, MÉXICO Y EL SISTEMA INTERNACIONAL CONTEMPORÁNEO. 1982.

Communication Research Trend. A QUATERLLY INFORMATION SERVICE FROM THE CENTRE FOR THE STUDY OF COMMUNICATION AND CULTURE. Vol. 10 No. 1 1990.

Dahl P. ARBEITERSENDER UND VOLKSEMPFANGER. Estudio de comunicación publicado en Francfort, 1978.

Duck, Steve W. ANÁLISIS DEL MENSAJE TELEVISIVO. Editorial Uno. México 1978.

Enriquez, José Ramón. LA TELEVISIÓN Y EL FIN DEL MELODRAMA. FELAFACS, Lima Perú 1990.

Foro Nacional sobre Televisión, Educación y Familia. INTOXICACIÓN O COMUNICACIÓN. Ediciones Paulinas. Bogotá Colombia, 1987.

Furió, Colombo. TELEVISIÓN: LA REALIDAD COMO ESPECTÁCULO. Editorial Gustavo Gill, Barcelona 1976, Brasil 1987.

Galindo, Jesús. NUEVA ANTROPOLOGÍA E INVESTIGACIÓN DE LA CULTURA. CUIS 3-5 Septiembre 1990.

González, Jorge A.. NAVEGAR, NAUFRAGAR, RESCATAR...ENTRE DOS CONTINENTES PERDIDOS. Ensayo Metodológico sobre las culturas de hoy. Programa cultural de la Universidad de Colima 1991.

Gutiérrez, José Luis. LAS REDES DE TELEVISIÓN. Editorial Siglo XXI. México 1988.

Healy, Jane M. EL DESARROLLO MENTAL DE SU HIJO. Editorial Vergara, Buenos Aires Argentina 1989.

Instituciones y Organización. TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS. I.O., Madrid 1989.

Instrumento Pastoral. COMUNIO ET PROGRESSIO. Ediciones Paulinas, México 1980.

López -Pumarejo, Tomás. APROXIMACIÓN A LA TELENOVELA. Editorial Cátedra.

López Romo, Heriberto. ESTUDIO BASE DE LAS TELENOVELAS EN MÉXICO. Universidad de Colima 1992.

Mattelart, Armand. NUEVOS HORIZONTES DE LA COMUNICACIÓN: EL RETO DE LA CULTURA. I.C. México 1990.

Mazzioti, Nora. LAS VOCES DE LA EMOCIÓN. Revista Crisis 1/70.

Medina Cano, Federico. ANÁLISIS TEXTUAL EN LA NOVELA: EL MILAGRO DEL AMOR. Colección Mensajes, facultad de comunicación social, Universidad Pontificia Bolivariana. 1989 Bogotá Colombia.

Mejía Ceballos, Mireya. REVISTA T.V. Y NOVELAS, Año XVI Núm. 10.

Molina, Alicia. LA TELEVISIÓN Y LOS NIÑOS. Cuadernos de Comunicación Vol. VII Sep.-Dic. UPAEP.

Molina, Alicia y Alcocer Mata. UNA NUEVA MANERA DE VER LA TELEVISIÓN. Cuadernos de Comunicación, No. 74, México, octubre, 1990.

Navarro B., Raúl. Y...TELEVISIÓN...¿QUIEN ERES?. Editado por la Universidad Autónoma Metropolitana, 1991.

Periódico El Financiero. DE LA SEMIÓTICA Y LA GLOBALIZACIÓN. 30 de junio de 1993.

Prieto, Javier P. CATEQUESIS PARA ADOLESCENTES. Ediciones Paulinas, España 1991.

Reyes Pérez, R. T.V. ¿AMIGA Ó ENEMIGA EN SU CASA?. Televidentes Responsables. Editorial Libra, México 1989.

Romero Freites, Pedro. LA PORNOGRAFÍA Y LA VIOLENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Ediciones Paulinas, México 1980.

Salvat. GRANDES TOMOS, LA TELEVISIÓN. Tomo 14.

Sherif, Muzafer. PROBLEMAS DE LA JUVENTUD. Editorial Trillas, México 1970.

Straubhaar, Joseph. BEYOND MEDIA IMPERIALISM. Critical studies in mass communication, 1991.

Universidad de Colima. CULTURAS CONTEMPORÁNEAS. Revista de investigación y análisis, programa cultural. Volúmen II, febrero 1988, Núm. 4-5.

Zanatta Serrano, María Guadalupe. LA TELEVISIÓN COMERCIAL Y EL DESARROLLO MENTAL DEL NIÑO. Tesis Profesional. U.P.A.E.P. (Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla).

ANEXOS



Las telenovelas venden imágenes que siempre van a tratar de influir al público televidente.

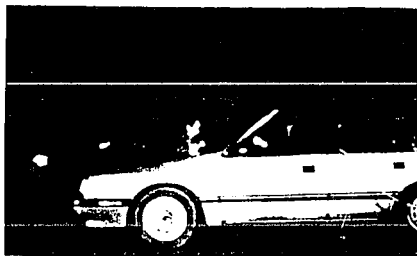
En muchas ocasiones la Telenovela basa su éxito en la producción y la creación de nuevos escenarios para que tengan una buena aceptación por parte del público.



El amor, la pasión y la entrega juegan un papel importante a lo largo de la historia televisada.

FALLA DE ORIGEN

Nadie puede dudar del gran impacto social que ejercen las telenovelas en la sociedad actual y mucho menos de los finales inesperados que pueden dar.



Los valores sociales se deberán fomentar para que su reestructuración deje a un lado los valores negativos que puedan afectar el buen desarrollo de la sociedad.

FALLA DE ORIGEN