

77
24.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
CAMPUS ARAGÓN

**LA EXPLOTACIÓN DEL AMOR EN LAS CANCIONES
ROMÁNTICAS DIFUNDIDAS POR LAS EMISORAS DE
DE LA CIUDAD DE MÉXICO**

**TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA**

**PRESENTA
GERARDO QUIROZ ALMARAZ**

**ASESOR
LIC. A. SALVADOR MENDIOLA MEJÍA
SAN JUAN DE ARAGÓN, EDO DE MÉXICO**

1997

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A mi madre .

ÍNDICE

Introducción	3
1. Antecedentes	12
1.1 La Radio en México	13
1.2 La Industria del Disco en México	16
2. Las canciones románticas y su influencia psicológica	28
2.1 Aspectos fisiológicos del amor	30
2.2 Los psicólogos y el amor	31
2.3 Conceptualización del amor	32
2.4 El amor no correspondido	36
2.5 Elementos musicales para el diseño de las canciones románticas	42
2.6 El campo musical	46
2.7 Audición de base y audición avanzada	47
2.8 Preparación para la audición	48
3. La explotación del amor en las canciones románticas	56
3.1 La teoría del amor de Robert J. Sternberg	57
3.1.1 Intimidad	57
3.1.2 Pasión	59
3.1.3 Decisión / Compromiso	61
3.1.4 Propiedades de los vértices del triángulo del amor	62
3.2 Tipos de amor	63
3.3 Geometría del triángulo del amor	64

4. Análisis y resultados	77
4.1 Selección de muestras	78
4.2 <i>La puerta</i>	81
4.3 <i>No sé tú</i>	84
4.4 Presentación del producto	89
4.4.1 Elementos psicoanalíticos del producto	91
4.4.2 Orientación para la audición del producto	95
Conclusiones	109
Fuentes de información	115
Anexos	127

Amore è palpito dell' universo intero misterioso, altero, croce e delizia al cor.

La Traviata
Giuseppe Verdi

L'amour est un oiseau rebelle que nul ne peut apprivoiser
est ces't bien en vain qu'on l'appelle
s' il lui convient de refuser.
Rien n'y fait menace ou prière
l'un parle bien, l'autre se tait
et c'est l'autre que je préfère
il n'a rien dit ,mais il me plaît.

Carmen
Georges Bizet

Quello ch' io provo vi ridirò
è per me nuovo, capir nol so.
Sento un affetto pien di desir
ch'ora è diletto, ch'ora è martir.
Gelo e poi sento l'alma avvampar
e in un momento torno a gelar.
Ricerco un bene fuori di me.
Non so ch'il tiene, non so cos'è.
Sospiro e gemo senza voler,
palpito e tremo senza saper
non trovo pace notte né di
ma pur mi piace languir così.

Le Nozze di Figaro
Wolfgang Amadeus Mozart

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los medios masivos de difusión han tomado un lugar importante dentro de la vida cotidiana; la televisión, los medios impresos, el cine y la radio se encuentran presentes en todo momento. En la presente investigación nos avocaremos a la radio que se ha mantenido firme dentro de la aceptación de las masas gracias a las ventajas propias de este medio: "Una de las ventajas más notables de la radiodifusión es su inmediatez. La rapidez con la que nos llega la información de acontecimientos relevantes a los pocos instantes de haberse registrado es extraordinaria, es una comunicación eficaz y oportuna a través de la que nos mantenemos al tanto del acontecer mundial. La utilización de este sistema hace posible que personas sin el menor grado de enseñanza se enteren de noticias o sucesos que no podrían leer en algún medio impreso, pero sí escucharlo por la radio. La impresión que causa al oyente el programa, reportaje o comentario radiofónico es más intensa que cualquier otra forma escrita, el efecto psicológico es impactante por la emoción que experimenta, porque lo hace *partícipe* con su imaginación transportándolo hasta el lugar mismo donde se originan los hechos".¹¹ Por otro lado, la radio no es un medio que exija toda la atención del receptor, lo que permite al radioescucha tener libertad de imaginar situaciones, lugares, personas y expresiones, lo que no permiten ni el cine ni la televisión, medios que imponen imágenes y que requieren de toda la atención del espectador: "Otra ventaja de la radio es que no requiere de concentración visual para estar informado o entretenido, permitiendo que quien escucha realice alguna actividad

¹¹ Aguilar Castillo, Jesús " La participación social de los grupos humanos" Participación Social: V México. Foro de consulta popular de comunicación social 1983 p22 (Comunicación social 5)

productiva, como es el caso de los conductores de vehículos, los trabajadores, las amas de casa y la comunidad en general".¹⁻²

Conforme la tecnología lo ha ido permitiendo, la calidad de la radiodifusión ha ido mejorando, paulatinamente, y la producción en masa de aparatos receptores de radio ha abaratado el costo de éstos, de tal forma que en nuestros días resulta muy accesible la adquisición de un radio. No sería aventurado asegurar que en cada hogar existe por lo menos un radio y que es sintonizado a menudo. "La radio revolucionó considerablemente el sistema mundial de comunicaciones, y tal es su importancia que actualmente no existen grupos humanos que por muy apartados que estén de otras vías de comunicación, no tengan contacto con un aparato radiofónico. La penetración que ha tenido la radiodifusión es excepcional pues el número de radioreceptores aumenta día a día, y se puede asegurar que no hay familia que no posea uno o dos. Nuestro pueblo considera a este medio como un compañero inseparable y en esa gran medida ha influido en su comportamiento cambiando usos o costumbres".^{1.3}

Hasta el momento, la mayor parte de las investigaciones que se han realizado en comunicación con respecto a este medio, se han centrado en el aspecto comercial manifiesto de la radio, es decir, al constante bombardeo de anuncios comerciales del que es objeto el receptor y las consecuencias psicológicas que esta publicidad acarrea al radioescucha. Pero, ¿Qué importancia se le ha dado a la parte de la programación de la mayoría de las estaciones radiodifusoras de la Ciudad de México que está, precisamente,

¹⁻²Idem p 22.

¹⁻³ Ibidem p 23.

constituida por música, y para ser más específico de canciones románticas? La carencia de investigación a este respecto hace imperativa una investigación sobre la radio y las canciones románticas y al mismo tiempo hace que surja una interrogante: ¿Es la explotación del amor en las canciones románticas rentable?

Durante una *entrevista* con la soprano japonesa Mitsuko Shirai, el reportero Benjamin Ivry de la revista *Newsweek*¹⁻⁴ cita que: "En Estados Unidos algunos padres de familia han demandado a grupos de rock después de que sus hijos se suicidaron argumentando que las letras de música suicida en canciones de rock podrían haberles dado la idea". inquietud que pone de manifiesto que, probablemente, haya una relación entre lo que se oye inconscientemente y la forma de actuar del individuo. Relacionando ambas situaciones llegamos a varias interrogantes: ¿A qué se debe la atracción de las canciones románticas en los jóvenes y, con respecto a la radio y a la industria del disco, por qué programan tantas canciones románticas, cuáles son los fines que persiguen cuando difunden esta música de qué medios se valen para llegar, o impactar, al oyente?

Para despejar las anteriores interrogantes el campo de la investigación de la comunicación se torna insuficiente así que echar mano de una propuesta psicológica se hace necesaria, y es la Teoría Triangular del Amor de Robert J. Sternberg (1986) en donde encontramos el marco teórico para dar respuesta a estas interrogantes. Dada la

¹⁻⁴ Ivry, Benjamin. "A soprano goes off." *Newsweek* Estados Unidos 28 de Agosto de 1992 p 32

reciente propuesta de Sternberg y la falta de estudios de comunicación con respecto al contenido de las canciones románticas, el contenido del presente trabajo se torna imperativo dada la carencia de investigaciones en el campo de la comunicación relacionadas con esta nueva teoría psicológica que se desarrollará de manera ecléctica dado el carácter interdisciplinario que la presente amerita.

En el primer capítulo se expondrán los antecedentes en relación a la industria de la radio y la industria del disco en nuestro país, de esta última se aportan datos de reciente recopilación dada las casi inexistentes fuentes de información con respecto a ésta. Cabe hacer notar que los datos cronológicamente hablando llegan hasta 1991, año en el que es lanzado el CD que es objeto de estudio de esta investigación.

Las canciones románticas y su influencia psicológica es el título del segundo apartado de este trabajo que incluye una descripción de las reacciones fisiológicas que se desencadenan al pasar el individuo por la experiencia amorosa; definiciones de varios psicólogos con respecto al amor; el intento por definir un concepto del sentimiento; la descripción del amor no correspondido; los elementos que se utilizan para la confección de una pieza musical y las situaciones que se dan durante la audición de una canción.

El tercer capítulo describe globalmente la teoría triangular del amor de Robert J. Sternberg, ésta propone que el amor está compuesto de tres elementos: (a) la intimidad, que encierra los sentimientos de cercanía, cohesión y unión que una persona experimenta en la relación; (b) la pasión, que incluye todo lo que lleva al romance: la atracción física y

la consumación sexual y c) la decisión compromiso, que trae consigo la decisión, a corto plazo, de que uno ama a alguien y, a largo plazo, el compromiso de mantener ese amor.

En el mismo apartado se establecen las propiedades de los vértices del triángulo y se enlistan los tipos de amor resultantes de las combinaciones de varios triángulos dentro de su geometría.

En el último capítulo se analizan dos canciones del CD que, de acuerdo al Anuario de la Industria Musical de México, obtuvo la mayor venta durante 1991; Romance de Luis Miguel, de la compañía Warner Music México, tomando en cuenta, asimismo, que este cantante dirige su producción a la población que oscila entre los quince y veinticinco años de edad, principalmente. La selección se hizo por medio de una encuesta tomando en cuenta el género de los encuestados y la canción más mencionada por las mujeres fue **La Puerta** de Luis Demetrio y por parte de los hombres resultó ser **No Sé Tú** de Armando Manzanero además de especificar los elementos psicoanalíticos que se emplean en la presentación del producto.

Por otro lado, para detectar a qué se debe la gran aceptación de las canciones románticas que se difunden a través de las estaciones de radio del Distrito Federal se procede a analizar por qué causas existe una marcada preferencia de parte de los receptores hacia las canciones románticas; indagar a qué se debe esta actitud dentro de los radioescuchas capitalinos; determinar cuál es el papel que juega el amor en la programación de la industria radiodifusora de la capital del país; explicar los fines que persigue la industria del

disco al incluir dentro del contenido de sus productos, al menos, una canción romántica y señalar los elementos afectivos que se explotan para llegar al oyente.

Se dio cuenta de la cantidad de elementos afectivos, contenidos en las canciones románticas, que dan pie a proyecciones del receptor propiciando, así, que este género musical resulte altamente rentable se partió del hecho de que las canciones románticas difundidas por las radiodifusoras citadinas abordan situaciones de alegría, soledad, frustración, abandono e insatisfacción dentro de la relación de pareja o que influye en forma determinante para que este género musical goce de gran aceptación y, por lo tanto, éxito en el mercado.

Para efectos de la presente investigación se denomina radio al conjunto de emisoras que difunden ya sea música, noticias o programas de interés general. La industria del disco envuelve a la totalidad de productores de fonogramas existentes en la actualidad. En lo que respecta a la definición del amor, aunque ha habido una gran cantidad de ellas, para este estudio la definición que se utiliza es la elaborada por Rubin en 1970: "Es la actitud que posee una persona hacia otra persona en comportarse de cierta manera con esa otra persona. Involucrando sentimientos de atracción física, dependencia, congenialidad, respeto y altruismo entre ellas"¹⁻⁵.

¹⁻⁵ Sternberg J., Robert "A Triangular Theory of Love" Psychological Review, Vol. 93 No. 2 p. 134, 1986.

En lo que respecta a canción romántica se entiende como una pieza de música ejecutada por una, o varias voces con o sin acompañamiento instrumental en cuya letra se incluyan frases relacionadas al amor. Por receptores se conjunta a la gente a la que la radio y la industria del disco dirigen sus producciones y se toma por explotación la manipulación inconsciente de la que es sujeto el receptor en el momento en que es expuesto a una determinada situación sentimental a la hora en que escucha una canción, lo que resulta para todos una experiencia muy común.

FUENTES

Bibliográfica:

- Aguilar Castillo, Jesús

" La participación social de los grupos humanos"

Participación Social: V 1 México, Foro de consulta popular de comunicación social

(Comunicación social 5)

1983

pp 22- 23

Hemerográfica

- Ivry, Benjamin

"A soprano gues off "

Newsweek

Estados Unidos

28 de Agosto de 1992

p 32

- Sternberg J., Robert

"A triangular theory of love "

Psychological Review

Vol. 93 N° 2 1986

pp 119 -135

1. ANTECEDENTES

Para poder entender la actual industria de la radio y del disco debemos remontarnos a los antecedentes históricos de estas industrias.

1.1 La radio en México

El capital industrial y bancario que dará origen a la actual industria de los medios de información electrónicos, se integra casi en su totalidad con capitales extranjeros. El estado tiene una participación secundaria, esta situación no se ha dado durante los últimos gobiernos sino que prevalece en México desde los años veinte.

Los grupos económicos que impulsarán al naciente invento de la radio a principios de los años veinte, no formarán su capital con la expansión del nuevo medio de difusión, sino que existen desde antes, éstos son grupos de relevancia económica en la primera década del siglo.

Durante el Porfiriato predomina la modernización del país y se hace notar el ferrocarril que dio gran impulso a la occidentalización del país. Es a través de este medio de transporte que florecen la industria de la minería y la explotación del subsuelo en nuestro país, así como la industria jabonera y la banca, industrias cuyos capitales son preponderantemente europeos.

Con el levantamiento revolucionario de 1910 las empresas se encuentran en liquidación y no es sino hasta fines de la revolución y durante la primera guerra mundial que el capital europeo es desplazado por el capital norteamericano.

Después de la Revolución la burguesía inicia una nueva etapa de capitalismo bajo las reglas del juego que impone la Constitución de 1917, mas en el proyecto del nuevo estado mexicano no queda contemplado el control de la radio.

A principios del gobierno de Alvaro Obregón algunos radioaficionados transmiten mensajes a través de ondas hertzianas. Es en 1921 cuando se da la primera emisión radiofónica en el país ,en la Ciudad de México el 27 de septiembre le confiere el honor de tal logro al Dr. Adolfo Enrique Gómez Hernández, aunque según los industriales de la radio la primera emisión la llevó a cabo el ingeniero Constantino de Tárnava Jr. en Monterrey, Nuevo León el 9 de octubre de 1921. Siguieron muchas y es en junio de 1922 cuando se da la constitución de la Liga Nacional de Radio cuyo objetivo era simplemente el de intercambiar experiencias. En el mismo año un agente de ventas norteamericano, el coronel Sandal S. Hodges, de la Ford Motor Co. convence a Raúl Azcárraga Vidaurreta para instalar una estación radiofónica; RAV, éste viaja a Texas para capacitarse y de regreso a nuestro país funda la Casa del Radio que tendrá vínculos directos con El Universal. También en 1922 Martín Luis Guzmán funda la JH CYB de la Compañía Cigarrera El Buen Tono que es lo que actualmente conocemos como XEB y otras radiodifusoras más.

En 1923, cuando Obregón se encuentra negociando el reconocimiento de su gobierno con los Estados Unidos, La Liga Nacional de Radio, El Club Central Mexicano de Radio y El Centro de Ingenieros se fusionan para dar lugar a la Liga Central Mexicana de Radio, ancestro de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión. La Liga Central Mexicana de Radio, en sus propuestas para la legislación hace patente el carácter comercial que las emisoras privadas deciden implantar en la industria. Un ejemplo de estas propuestas es el artículo 8 en donde se proponía no transmitir mensajes de servicio público o de gobierno durante un horario determinado, lo que actualmente conocemos como horario AAA de 19 a 22 horas.

En 1925 se funda la CYJ que la General Electric usaba para transmitir sus mensajes comerciales. Al final de los años veinte, 1930, cuando Plutarco Elías Calles trata de lograr la centralización política del país, se instala la infraestructura de la actual industria radiofónica del país. Se fundan ininidad de radiodifusoras en todo el país. Palavicini adquiere la CYJ y funda Radio Mundial, cuya programación consistía en un diario hablado y que en la actualidad conocemos como XEN. Se empiezan a dar las primeras radiodifusoras de provincia en el norte de la república y no es sino hasta el fin de los años veinte que el capital Azcárraga Milmo hace su aparición. Dentro de las radiodifusoras que se inauguraron en ese año en provincia se encuentran la XEFE de Nuevo Laredo, Tamaulipas, la XES de Tampico, la XEU de Ciudad Juárez, Chihuahua así como la XEH y XET de Monterrey, Nuevo León, es el mismo año que se funda la XEW en la Ciudad de México.

Por su parte, el gobierno también hizo algunos intentos por entrar a la radio. En 1923, el entonces Secretario de Relaciones Exteriores Alberto J. Pani funda una estación. La Secretaría de Educación Pública funda la CZE en 1924, que actualmente funciona como Radio Educación XEEP. En 1924 comienza a transmitir una emisora de la Secretaría de Industria, Comercio y Trabajo que en 1930 pasa a ser la estación del Partido Nacional Revolucionario, XEFO, esta misma estación transmite durante el mandato de Lázaro Cárdenas campañas y objetivos gubernamentales. En 1946 Miguel Alemán entrega a las empresas privadas la concesión de la radio.^{1 2}

1.2 La Industria del disco en México

El material documental con respecto a la historia del disco en México es prácticamente nulo, sin embargo Raúl Cervantes Ayala, de la RCA, en una carta con motivo del primer centenario del disco, menciona algunos aspectos que resultan de gran utilidad para la presente investigación.

En 1877 Thomas Alva Edison forjó la fonograbación, en las rudimentarias formas cilíndricas y es Emil Berliner quien creó el disco de superficie plana y a la tradicional velocidad de 78 RPM. Juan Arvizu es el artista mexicano que realizó la primera grabación en un equipo de la Víctor Talking Machine que capturó su voz y se procesó en disco en los Estados Unidos, un movimiento realizado por el señor Rogelio Azcárraga Vidaurreta. Al parecer los discos se traían originalmente de Estados Unidos y no fue sino hasta

¹ Rangel, Xavier "Apuntes para la historia de la radio en México" 1ª, 2ª y 3ª parte Antena 1981 - 1982

² Fernández, Christheb, Fatima Los medios de difusión masiva en México México, Juan Pablos Editor, 1982 pps 87-100.

cuando Eduardo Batista culminó, después de varios años, sus experimentos que se pudo iniciar en el país la industria de las grabaciones, desde 1924, y contó durante mucho tiempo con el apoyo de Tito Guízar, Guty Cárdenas, y el maestro Guillermo Posadas en sus múltiples grabaciones; superó todo en 1926 y un año después se hizo realidad el disco hecho en México.³

Para la industria del fonograma la radio es básica, más aún, es de imperiosa necesidad. La música entra por los oídos y para que un tema le agrade a las mayorías debe dejarse escuchar por lo menos tres ocasiones en las principales difusoras del D.F.

A continuación se enuncian las organizaciones radiofónicas actuales y cuales son sus estaciones más importantes para la industria del disco, de acuerdo a la información obtenida en el anuario de la industria musical de México 1991:

Organización Radio Centro

Uno de los pilares de esta organización, lo es sin lugar a dudas el señor Gabriel Hernández que haciendo gala de conocimientos y profesionalismo ha logrado que las estaciones que programa estén ubicadas en los primeros lugares de rating en todo 1991.

En F.M. la 97.7, que maneja el señor Hernández, marcó la pauta en todo el ejercicio. En el concepto A.M. el señor Hernández se distinguió con Radio Alegría y Radio Variedades fue de las radiodifusoras más escuchadas del D.F.

³ Carta: Raúl Cervantes Ayala México D.F. R.C.A. 1987.

Grupo Acir

Dos son las difusoras que para la industria del fonograma le son interesantes; Radio Capital a la que se le debe llevar la pauta de la música extranjera en México y Radio Felicidad que para algunos es pasiva y reviste en sus programaciones una tibieza, pero para otros es la difusora en la que se deben programar sus novedades.

Núcleo Radio Mil

Para los disqueros el Núcleo Radio Mil tiene sólo una radiodifusora que resulta de su interés : Radio Mil.

Radio Fórmula

Dos son las difusoras que tienen programaciones interesantes para la industria del disco en México; XEAI cuya programación está ubicada en música tropical y de la llamada música grupera. En el mismo caso está Radio Cañón, cuya programación se ubica en música moderna juvenil, pero no tiene la fuerza de otras radiodifusoras.

Grupo Radiópolis

La Tropi Q. con Manuel Durán como programador, se escucha mucho. La XEX se deja sentir no sólo en el Distrito Federal sino en estados circunvecinos. La Q, la super grande, ubicó su programación en temas de catálogo y en este género simplemente se dejó escuchar con las limitaciones que da este tipo de programación. Las otras difusoras como Radio Chapultepec que programó el señor Mario Cedillo, FM Globo etc., se

circunscribieron a confeccionar programaciones con el único fin de lograr la comercialización de sus difusoras.⁴

Para tener un panorama de lo que es la industria del disco en nuestro país actualmente recurrimos a la ayuda del C.P. Manuel Plata Domínguez, Gerente General de la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas A.C., AMPROFON.

La Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas A.C. es parte de una organización latinoamericana cuyas siglas, FLAPF, significan Federación Latinoamericana de Productores de Fonogramas, que tiene su sede en Río de Janeiro, Brasil. A su vez, existen diversas asociaciones en bloques continentales, como lo sería el bloque asiático, por mencionar algún ejemplo, y todas estas asociaciones se conjuntan en una sola a nivel internacional y con sede en Londres, Inglaterra, denominada *International Federation of the Phonographic Industry* o IFPI.

AMPROFON cuenta en la actualidad con quince socios, siendo éstos las compañías fonográficas más importantes en el país;

- **Polygram Discos de México, S.A. de C.V.**

- **Sony Music de México S.A. de C.V.**

⁴ Anuario de la industria musical de México Discoméxico, anual México D.F. 1992, pp 119 - 124.

- **Fábrica de Discos Peerless, S.A. de C.V.**
- **Bertelsmann de México, S.A. de C.V.**
- **Discos y Cintas Melody, S.A. de C.V.**
- **EMI Capitol de México, S.A. de C.V.**
- **Warner Music México S.A. de C.V.**
- **Fono-Videogramas, S.A. de C.V.**
- **Club de Discos Orfeón, S.A. de C.V.**
- **Compañía Fonográfica Internacional, S.A. de C.V.**
- **Discos Musart, S.A. de C.V.**
- **Luna Music Corporation de Mexico, S.A. de C.V.**
- **Discos Sabinas, S.A.**

- Producciones Lubata, S.A.

- Discos Gas, S.A. de C.V.

Del anterior listado, Polygram Discos, Sony Music de México, Bertelsmann de México, EMI Capitol de México y Warner Music Mexico son compañías transnacionales y las diez compañías restantes operan con capital nacional.

Una de las funciones de una compañía discquera es también la de distribuir o representar otras empresas, en la mayoría de los casos extranjeras. A continuación detallamos las distribuciones o representaciones que cada una de estas compañías tiene a su cargo, así como el porcentaje que se haya tenido en el renglón de ventas durante 1991 de acuerdo al Anuario de la Industria Musical de México de la revista Discoméxico del mismo año. Las compañías Fono-videogramas, S.A. de C.V. y Discos Gas S.A. de C.V. no dan datos con respecto a sus ventas, representaciones o distribuciones en el anuario antes mencionado.

Polygram Discos de México. S.A. de C.V.

Distribuye o representa a : Philips, Polydor, A and M Records, Deutsche Grammophon, Fontana, London, Karussell, Decca, Mercury, Motown, Vertigo, Palma Pro, Prime, L'oiseau-lyre, Argo, Sonográfica, Archiv, Island, Heliodor, Casablanca, Rocket, Verve, Delicious, Vinyl, Polstar, Mango Dreyfuss y Deram. Las compañías que mayores

dividendos les reportan son A and M Records, internacional, y Polydor, nacional, no se da ningún porcentaje con respecto a incrementos o decrementos durante este año.

Sony Music Entertainment de Mexico, S.A. de C.V.

Distribuye y representa a Sony Music International RMN que es la compañía que le deja mejores dividendos, el incremento en ventas en 1991 fue de un 25%.

No menciona ninguna compañía que distribuya o represente ningún porcentaje en cuanto a aumentos o bajas en las ventas, sin embargo, se hace una fuerte crítica a la empresa con respecto a la promoción y falta de éxitos.

Bertelsmann de México, S.A. de C.V.

Ariola, Arista, Prime, RCA, Geffen, Zomba, Jive, MCA, Zoo, Private, GRP, y Mago son las compañías representadas por Bertelsmann, a su vez, esta compañía distribuye a Karen. Por otro lado, no se da ninguna cifra de incremento o disminución en las ventas.

Discos y Cintas Melody, S.A. de C.V.

En nuestro país representa o distribuye:

- Ediciones Musicales Horus
- Salamandra Discos

- Sanorodven
- Barcelona
- Madrid
- Venezuela

Melody reporta un incremento del 56% en el renglón de ventas durante 1991.

EMI Capitol de México, S.A. de C.V.

Esta compañía distribuye o representa a EMI a nivel mundial, lo que incluye Chrysalis, SBK, Fantasy, JCR y Virgin. En 1991 EMI Capitol tuvo un incremento de ventas del 25%.

Warner Music México

Compañías que distribuye o representa; Warner, Elektra, Atlantic, Warner International, Warner Bros., Sire, Reprise, Giant, Mute, Metal Blade, Luaka Bop, Nonesuch, Atco, East West Records, América e Interscope. De las antes mencionadas compañías las que le aportan mayores utilidades son: Warner International y Warner Bros. Con respecto al incremento en ventas, esta empresa tuvo un aumento del 49% en 1991.

Club de Discos Orfeón, S.A.

Orfeón no representa ni distribuye ninguna compañía y por lo tanto no recibe dividendos de ninguna. Durante 1991 la compañía tuvo un incremento del 25% en lo que se refiere a ventas.

Compañía Fonográfica Internacional, S.A. de C.V.

Esta firma sólo distribuye Microfón Argentina y obtiene mayores dividendos de su propia empresa. Un crecimiento del quince por ciento es lo que se obtuvo en el renglón de ventas en 1991 .

Discos Musart, S.A. de C.V.

Aunque no reporta ninguna compañía que represente o distribuya en el anuario, se sabe que tiene algunas empresas a su cargo como Ibis. Por otro lado, Musart reporta un aumento en las ventas del diez por ciento en 1991.

Luna Music Corporation de México

Algunos de los artistas del elenco de esta compañía tuvieron en 1991 sendos éxitos de venta como *Los Caminantes*. Esta es una empresa de la que hace algunos años, apenas

si se tenía idea que existía en México y por lo tanto no representa ni distribuye ninguna compañía.

Discos Sabinas, S.A.

Esta firma es, sin lugar a duda, la compañía más dinámica y de mayor éxito en la actualidad. No menciona ninguna compañía que represente o distribuya en nuestro país ni porcentajes de aumento o disminución en el renglón de ventas.⁵

De acuerdo al C.P. Manuel Plata Domínguez, gerente general de AMPROFON, además de esta asociación existe en nuestro país otra que conglojera a las compañías fonográficas pequeñas llamada PROFOMEX.

⁵ Ibidem pp 9-63

FUENTES

Epistolario

- Carta

Raúl Cervantes Ayala.

México D.F.

1987

Menciona algunos datos con respecto a la historia del disco en México.

Bibliográfica

- Fernández Christlieb, Fátima

Los medios de difusión masiva en México

México, Juan Pablos Editor, 1982

330pp.

Hemerográfica

- Anuario de la industria musical de México 1991

Discoméxico

Anual.

México D.F.

1992

- Rangel, Xavier.
"Apuntes para la historia de la radio en México " 1ª parte.
Antena
Diciembre de 1921 - Enero de 1982
pp. 8-9
- Rangel, Xavier.
"Apuntes para la historia de la radio en México " 2ª parte.
Antena
Abril - Mayo de 1982.
Pp 8-9 y 34.
- Rangel, Xavier.
"Apuntes para la historia de la radio en México " 3ª parte.
Antena
1982.

2. LAS CANCIONES ROMÁNTICAS Y SU INFLUENCIA PSICOLÓGICA

En particular, el t3pico del amor en conjunto con las canciones rom3nticas suele ser escasamente investigado, por lo que para la construcci3n del presente capitulo se opt3 por recabar tales temas de manera independiente, puesto que pr3cticamente es algo nuevo en la investigaci3n; de ah3 que parte de la innovaci3n del presente estudio es investigar ambos temas en conjunto. Para ello se tiene como prop3sito saber c3mo se lleva a cabo la elaboraci3n de una canci3n y que intenciones se pueden tener en el momento de elaborarlas. Con el fin de llegar a nuestros objetivos se entender3n como **canciones rom3nticas** al conjunto de canciones en las que en sus letras contengan narraciones, alusiones o frases con respecto al amor, especialmente letras de canciones de amor rom3ntico, y se denominar3 **influencia psicol3gica** a la serie de reacciones y patrones de conducta a seguir que el sujeto toma como ejemplo a imitar de acuerdo con lo narrado con alguna canci3n rom3ntica y a las reacciones a las que 3sta lo remite. Desgraciadamente, como ya antes se hab3a mencionado, los estudios con respecto al amor son escasos, sin embargo, el producto de la investigaci3n documental result3 de gran utilidad en la investigaci3n. Por otro lado, en la investigaci3n con respecto a la m3sica, s3lo se encontr3 un m3nimo de informaci3n en los textos, pero nunca alg3n articulo dedicado por entero a las canciones rom3nticas. Cabe hacer notar que el material que se utiliz3 fue totalmente de fuentes hemerogr3ficas especializadas en cada uno de los temas y de reciente publicaci3n, lo que hace que el trabajo sea vigente y. m3s que vigencia, lo que se pretende es dar un giro al concepto amor para explicarlo de manera estrictamente cient3fica y no subjetivamente como ven3a sucediendo.

Durante mucho tiempo los científicos evitaron la investigación con respecto al amor debido a la sencilla razón de que no existía forma de registrarse, por lo que la autoría de todo lo concerniente al amor fue cedido, por entero, a poetas, escritores y novelistas.

2.1 Aspectos fisiológicos del amor

Desde hace algunos años los científicos se han dedicado a investigar el amor y han descubierto que tiene una importante base biológica; algunos de ellos, como el Dr. Michael Leibowitz, han descubierto "que el amor es una emoción muy compleja en la que intervienen numerosos tipos de moléculas. De entre todas destaca la feniletilamina, más conocida como FEA. El proceso químico puede dividirse en dos fases sucesivas: atracción y afecto. En la primera, nuestra FEA orquesta la secreción de sustancias como la dopamina o la norepinefrina, que poseen una estructura similar a la de la amfetamina. Al igual que sucede con esta droga, ésta produce un primer momento de euforia, pero la pérdida de ese estado genera gran desasosiego. En la segunda fase, el afecto, se segregan endofinas y encefalinas, sustancias similares a la morfina y que confieren a las parejas estables gran seguridad, paz y calma. Por su parte, Héctor Sabelli descubrió que la presencia de una cantidad superior a la normal de FEA estaba ligada a comportamientos afectivos y provocaba considerables estados de euforia".²⁻¹ Lo anterior nos da una visión del amor desde el punto de vista enteramente fisiológico, pero la parte psicológica es importante para explicar la influencia de las canciones sobre los individuos.

²⁻¹ Hernaez, Salvador "La fórmula de Cupido".
Notas interesantes, año 10 No. 10 pp 8-9 octubre 1993.

2.2 Los psicólogos y el amor

Esto hace necesario que el presente trabajo busque un concepto que defina al amor para que éste sea entendido mejor, en medida de lo posible; sin embargo, la tarea se torna complicada en el momento de percatarse de que los psicólogos importantes han aportado diversos conceptos de sentimiento amoroso y, por lo tanto, difieren en su categorización. "de manera similar, las tipologías del amor que apoyan los psicólogos parecen entrar en conflicto. En primer lugar, difieren en número. Los científicos han enlistado regularmente un pequeño número de clases de amor. Dos tipos de amor, el de compañeros y el apasionado, son reconocidos por muchos psicólogos sociales (Hatfield y Walster, 1978). También dos tipos fueron descritos por Maslow (1955): amor-D (amor de deficiencia) y amor-S (ser amado). El amor de deficiencia se basa en la necesidad y en la dependencia, mientras que el ser amado se basa en la autonomía y en darse a sí mismo para el otro. Tres clases de amor fueron descritos por Kelley (1983): el apasionado, el pragmático y el altruista. Shaver enlistó tres tipos (1987): el afecto, la lujuria y el deseo. Fromm describió cinco tipos de amor (1956): amor fraternal, amor maternal, amor erótico, autoestima y amor a Dios. Seis estilos de amor fueron descritos por Lee (1977): el erótico (amor apasionado), el absurdo (amor de juego), el de compañeros, el maniaco (amor dependiente y posesivo) el pragmático (amor práctico y lógico) y el desinteresado (amor altruista). Kemper describió siete categorías en 1978 basándose en si se tiene una posición alta o baja en poder y en status: amor romántico, amor fraternal, amor carismático o disciplinario, infidelidad, amor irracional, adulación por parte de admiradores

en la presencia o ausencia de cada uno de sus componentes: intimidad, pasión y decisión/compromiso. Los tipos de amor resultantes son el gustarse (cuando la intimidad está presente) el vacío (cuando el compromiso se presenta) el romántico (cuando se presentan la intimidad más la pasión), el de compañeros (cuando hay intimidad más compromiso) y cuando se conjuntan la intimidad, la pasión el compromiso y el no amor (la ausencia de los componentes)"además del amor irracional (Pasión) y el amor fatuo (Pasión - Decisión / compromiso).²⁻² "Evidentemente se pueden consignar más tipos, pero la forma que más interesa a todo el mundo es el amor a los demás, en especial a las personas de sexo contrario. Y al conocimiento sistemático de ese tipo de amor es al que se han lanzado los científicos".²⁻³ El amor romántico, es decir, del tipo un hombre conoce a una mujer y se interesan mutuamente es el tipo de amor que más interesa a las personas de acuerdo a lo antes mencionado, pero ¿Qué es lo que realmente quiere decir alguien cuando se menciona el amor?

2.3 Conceptualización del amor

Lo anterior nos hace suponer que no habla ni del amor de madre ni del fraternal, sino del ya antes establecido amor romántico. Para poder aseverar esto, este estudio se apoyará para la búsqueda del concepto, en el trabajo llevado a cabo por Beverly Fehr, de la Universidad de Winnipeg, Canadá, y James A. Russell, de la Universidad de Columbia

²⁻² Fehr, Beverly Russell A. James "The concept of love. Viewed from a prototype perspective" *Journal of Personality and Social Psychology* vol. 60 No.3 pp 434, marzo 1991.

²⁻³ Hernáez, Salvador "De qué hablamos cuando hablamos de amor". *Muy interesante* año X No.10 p7 octubre 1993.

Británica, también de Canadá. Ambos investigadores llevaron a cabo seis estudios que examinan un concepto básico en el dominio de la emoción llamada amor, dado lo ambiguo del concepto.

El amor es definido de maneras variadas por distintas personas e incluso por la misma, así que el primer estudio consistió en un listado libre de las subcategorías del amor, para esto a los sujetos de estudio se les expuso al concepto del amor y se les pidió enlistar tantas categorías como les vinieran a la mente. Los sujetos enlistaron un total de 216 clases diferentes. De éstas, 123 fueron mencionadas por un solo sujeto y 93 por más de uno. En un extremo quedó la amistad, que fue mencionada por más del 60% de los sujetos. Veinte subclases clave del amor fueron seleccionadas para un análisis posterior: los 10 términos más frecuentes y 10 elegidos del rango total de frecuencia.²⁻⁴ En el cuadro de listado libre de los tipos de amor de esta investigación se puede apreciar que los sujetos consideran a la amistad como un tipo de amor, con la mayor de las frecuencias, ya que el número de veces que ésta fue mencionada fue de 51, pero el amor romántico también destaca dentro del listado ocupando el octavo sitio de la clasificación, con un número de 19 menciones.²⁻⁵

El segundo estudio pidió a 92 sujetos que clasificaran entre 20 diferentes tipos de amor, el que les pareciera más representativo para el concepto amor generalizado, y de entre los 20, el amor romántico queda en quinto sitio, superado por el amor materno, el amor de

²⁻⁴ Fejr, Beverly Russell A. James " The concept of love. Viewed from a prototype perspective " Journal of Personality and Social Psychology vol. 60 No.3 pp 427. Marzo 1991.

²⁻⁵ Ibidem p 428.

padres, la amistad y el amor fraternal, lo que lo coloca en un sitio importante.

El siguiente estudio analizó el tiempo en que se reacciona para verificar una categoría de pertenencia; para esto los sujetos fueron puestos frente a una pantalla de computadora que contenía 80 afirmaciones a las que el sujeto tenía que responder cierto o falso, de acuerdo a sus conceptos; las mencionadas afirmaciones eran del tipo: "el amor materno es un tipo de amor". El sujeto tenía que responder lo más pronto posible. La media de tiempo de reacción para verificar el amor romántico como un tipo de amor fue de 1.53 minutos y sin ningún error, es decir, ningún sujeto contradujo que el amor romántico fuese una subcategoría.

El estudio subsecuente se llevó a cabo para precisar si el amor tiene límites precisos, o si éstos son confusos; para esto, se tomaron 15 tipos de amor del primer estudio de la investigación de Fehr y Russell, más 15 tomados de otras investigaciones, para preguntar a los 118 sujetos universitarios cuales tipos de amor les parecían casos genuinos de amor. En los resultados "la mayoría de los sujetos juzgó que el amor romántico es un tipo de amor, sólo el 2% no estuvo de acuerdo con la decisión de la mayoría. Y se detectó que "una muestra de gente con educación universitaria no concuerda entre ellos en lo que se incluye y lo que no en la categoría del amor".²⁻⁶

²⁻⁶ Ibidem p 429-430.

En el quinto estudio los investigadores indagaron si la substitución de un término en una definición, en este caso de la palabra amor, provocaba que la afirmación se oyese natural o peculiar. Para tal objeto, se seleccionaron diez oraciones de libros de texto y diez frases populares que definen al amor; se substituyó al amor por algún término periférico y más específico, como lo podría ser el amor a la patria. Para dar un ejemplo de cómo se trabajó esto se puede citar una definición:

"El amor es un proceso en el que se da, se entiende al semejante y uno se percata de sus errores".²⁻⁷

La versatilidad del amor romántico para ser capaz de substituir al término amor en su generalidad fue alta; de hecho quedó en segundo lugar del listado final de los resultados de este estudio.

El último estudio se refirió a las semejanzas de familia, lo que se refiere al grado hasta el que un miembro se asemeja a un patrón general. Para llevar a cabo lo anterior, se requirió a 40 sujetos que escribieran sus reacciones y las características del comportamiento cuando distintos tipos de amor se manifiestan en ellos, y es en este rubro en el que el amor romántico queda por debajo en comparación con otros tipos de amor como el maternal y el de los padres; en el estudio el amor romántico queda en el octavo sitio del listado final de los resultados del estudio.

²⁻⁷ Ibidem p. 431

De estos resultados se deduce que el amor tiene una estructura interna, por lo que se pueden clasificar sus tipos en mejores y peores exponentes de éste, y entre mejor exponente del concepto del amor sea un tipo de amor, el sujeto lo incluirá en un listado con referencia a éste, lo identificará más rápidamente y podrá substituir el concepto general del amor por uno de sus tipos sin que pierda sentido el enunciado referente al amor. Después de la investigación Fehr y Russell llegaron a la conclusión de que el amor carece de límites precisos lo que nos auxilia a esperar cómo una persona puede usar y entender el concepto sin tener las herramientas suficientes para hacerlo. ²⁻⁸

En este estudio Fehr y Russell también encontraron grandes diferencias entre los conceptos populares y los de los psicólogos: los expertos se han encasillado únicamente en el tipo de amor heterosexual y han buscado una o dos características que lo definan, mientras que la conceptualización popular del amor es más compleja, pero a su vez más organizada. Esta carece de un límite exacto pero abarca más que la de los psicólogos, incluyendo formas mucho menos románticas como el amor entre familia. ²⁻⁹

2.4 El amor no correspondido

Una variedad del amor que no ha sido tocada muy a menudo por la investigación, es la referente a algo de lo que la mayoría de las personas se queja: el amor no correspondido. Para esta investigación resulta importante ahondar en este rubro, ya que muchas canciones románticas caen dentro de esta parte de la clasificación. Dada la importancia que se le da al amor romántico por parte del pensamiento popular, resulta crucial conocer la contraparte y saber lo que ocurre cuando este tipo de situaciones se presentan. Para esto Roy F. Baumeister, Sara R. Wotman y Arlene M. Stillwell del Departamento de

²⁻⁸ Ibidem p 433.

²⁻⁹ Ibidem p 435.

Psicología de la Universidad Case Western Reserve realizaron una investigación que arrojó resultados de interés. Los autores empiezan por cuestionarse si el amor es una de las más deseables y supremas experiencias de la vida humana y citan incluso a psicólogos que lo han afirmado: "Carl Rogers (1959) propuso que recibir amor en la forma de respeto positivo incondicional, era la clave esencial para la felicidad y la adaptación. Erich Fromm (1956) cambió el énfasis de recibir a dar amor y propuso que el aprender el difícil "Arte de Amar" era algo esencial que prometía la autorrealización, la satisfacción emocional y el discernimiento satisfactorio".²⁻¹⁰

Sin embargo, no todas las experiencias románticas traen consigo satisfacción, sobre todo cuando uno ama y el otro rechaza el amor que se le ofrece. "El amor no correspondido es una relación que fracasa al formarse tener éxito y particularmente iluminar la experiencia y respuesta de la persona que encuentra a sí misma como el objeto renuente de los afectos de otro que no son bienvenidos. El estereotipo de la congoja emocional que acompaña al amor no correspondido hace que surjan, de inmediato, interrogantes serias con respecto al papel del amor en la satisfacción humana".²⁻¹¹ Según Kelley y Thibaut (1978) y su teoría de la interdependencia "En el amor no correspondido las emociones de cada persona y otras reacciones dependen muchísimo de los actos del otro; en este caso, muchas reacciones involucran emociones y el amor correspondido presenta un caso de interdependencia emocional en lo que respecta a cómo las acciones de una persona determinan las de la otra persona".²⁻¹² A partir de aquí, los autores dividen el amor no correspondido en dos componentes: el que ama y el que rechaza. Este tipo de amor ofrece puntos de análisis entre sus dos componentes. El primero desea un vínculo afectivo con una persona que se rehusa. Ante esto, se le presentan las siguientes

²⁻¹⁰ Baumeister F, Roy Wotman R, Sara Stillwell M, Arlene "Unrequited Love: On Heartbreak, Anger, Guilt, Scriptlessness and Humiliation" *Journal of Personality and Social Psychology* Vol. 64 No.3 p 377 marzo, 1993.

²⁻¹¹ Idem p 377.

²⁻¹² Idem p 378.

posibilidades: guardar silencio o tratar de ganar el amor del otro; en caso de que se decida por la segunda opción, ésta le permitiría, en el mejor de los casos, la felicidad prometida por Rogers o, en caso contrario, le provocaría una congoja humillante. Si éste se decide a darse por vencido, le cuesta la posibilidad de un amor mutuo. Por otro lado, el que rechaza se acongoja ante el hostigamiento del amante, que él rechaza, y de hecho todas sus reacciones potenciales son malas, ya que se siente perseguido, victimado y frustrado; "puesto de otra forma la situación aparece como una fuerte apuesta para el que ama, pero no representa garantía alguna para el que rechaza".²⁻¹³

Varios investigadores han establecido las situaciones que propician que se dé el amor no correspondido de manera que uno siempre es más atraído por compañeros más atractivos que uno y, por lo tanto, uno tiende a buscar este tipo de compañeros; los compañeros menos atractivos se decepcionan de sus relaciones con los más atractivos y como resultado se tiene una forma de amor no correspondido "sin embargo, finalmente las personas establecen relaciones con compañeros que son casi iguales a su propio atractivo. Así, se tiende a preferir un compañero muy atractivo, pero se acaba con uno que sea tan atractivo como uno".²⁻¹⁴

Otra forma parte de lo que Stenberg considera la clave de toda relación amorosa: la amistad platónica; ésta produce una intimidad creciente que podría hacer que el amigo menos atractivo trate de buscar una relación más pasional. El resultado es una persona que quiere una relación romántica mientras que la otra prefiere que continúe platónica. La desigualdad de atractivos de la persona conduce a diferentes resultados: a la humillación, decepción y amor frustrado del que ama y al sentimiento de culpabilidad, fastidio, frustración y molestia social del que rechaza. Al hablar del que rechaza se viene a la

²⁻¹³ Idem p 378.

²⁻¹⁴ Idem p 378.

mente el punto que crea conflicto en la relación: el rechazo; que además de ser la frustración del deseo para el que ama, es una evaluación general como persona, en la que el sujeto evaluado resulta deficiente, lo que equivale a un terrible golpe a la autoestima, propinado por el que rechaza. El rechazo se da porque a los sujetos más atractivos no les interesan sus inferiores en atractivo; ante esta situación el que ama siente la necesidad de recuperar la autoestima, que se ha dañado por el rechazo sufrido. Por otro lado el que rechaza se siente culpable porque "provoca daño y dolor en otra persona. Así, las implicaciones problemáticas del amor no correspondido involucran la devaluación de la autoestima y la humillación para el que ama, pero no envuelve la culpa para el que rechaza".^{2 15}

En la sociedad occidental actual el comportamiento se rige por medio de patrones. Desde muy temprana edad se nos enseña una gran variedad de valores universales dignos a imitar, y es así, a través de la imitación de comportamientos, que uno se guía por el derrotero de la vida, y resulta obvio que entre los valores más importantes que se nos enseñan se encuentre el amor, y muy en especial el amor romántico. "La novia o el novio" desde los primeros años de vida, por no mencionar casos en los que al año de edad el niño, o niña según sea el caso, ya tiene novia; y que decir de los medios de comunicación, que muestran al amor de color de rosa en películas tipo Walt Disney en las que "vivieron felices para siempre"; todo se encuentra mediatizado para imponer determinados patrones de conducta en situaciones románticas. La cultura occidental tiene una gran variedad de anécdotas en libros, canciones y películas que se inclinan a la experiencia del amante rechazado pero resultan unilaterales ya que no se toma en cuenta al que rechaza. "Una función de los tratamientos culturales de los temas principales de la vida es dotar a los individuos de patrones a seguir en sus propias vidas. A la hora en que se enfrenta a una experiencia real y personal del amor no correspondido, el que ama tiene una gran

^{2 15} Ibidem p 379.

reserva de ideas destiladas y de modelos ficticios para depender, mientras que el que rechaza podría tener muy pocos".²⁻¹⁶ El que ama tiene patrones minuciosos y detallados, en contraste el que rechaza se enfrenta a la falta de patrones, incertidumbre y ambigüedad. "el patrón del que ama se afirma y se reitera en fuentes múltiples; por ejemplo, uno puede oír probablemente una canción de amor no correspondido en casi cualquier casa norteamericana a cualquier hora, simplemente sintonizando la radio. Una similar e infinita serie de libros y películas ha descrito a los aspirantes a amantes persistiendo renuente para ganar el corazón de sus amados".²⁻¹⁷

En caso de rechazo las canciones aconsejan al que ama para que exprese su dolor, culpe a terceros, acepte el fracaso o siga adelante; tan sólo el cine se ha compadecido de los que rechazan, pero los patrones a seguir propuestos resultan pocos y no operantes debido a que se centran en aconsejar que se desanime al que ama, por lo que difícilmente constituyen alguna utilidad para el que rechaza, que es encasillado en el papel más ruin de la relación.

Otro problema que se le presenta al que rechaza, es cuando se rehusa a transmitir malas noticias al que lo ama, lo que agrava su problema. Este se enfrenta a una serie de problemas: en primer lugar, el que rechaza no es solamente el transmisor sino la causa de las malas noticias del aspirante a amante; en segundo término, la falta de patrones del que rechaza da pie a que surja la incertidumbre y finalmente la renuencia por parte del que ama a oír las malas noticias.

Para sacar sus conclusiones Baumeister, Wotman y Stillwell utilizaron relatos autobiográficos de estudiantes universitarios que hubieran estado en ambos roles. "Los

²⁻¹⁶ Idem p 379
²⁻¹⁷ Idem p 379

que rechazan fueron más afectados negativamente, se rehusaron a dar el mensaje de rechazo y reportaron enojo, resentimiento y molestia, mientras que los que aman fueron afectados positivamente, ya que tuvieron sentimientos de pertenencia y de preocupación por su pareja".²⁻¹⁸ Por lo que toca a la pérdida de la autoestima fue mayor en los relatos de los que aman; en contraste, los que rechazan casi no reportaron pérdida de la autoestima al contrario, ésta se incrementó, lo que comprueba que amar sin ser correspondido resulta humillante.²⁻¹⁹ En la reconstrucción de la autoestima los que rechazan se justificaron por su rol, expresando sentimientos de culpabilidad por haber lastimado los sentimientos de alguien. El comportamiento para conseguir el cariño, por parte de los que aman, nunca fue falto de escrúpulos de acuerdo a ellos; sin embargo, los que rechazan los contradijeron en esta opinión. Los amantes rechazados utilizan relatos, canciones con patrones a seguir, para reconstruir su autoestima y los que rechazan los utilizan para autojustificarse.

Aunque los que aman creen haber visto alentados sus intentos para conquistar a la codiciada pareja, los que rechazan aseguraron en sus relatos que no alentaron los afectos de los que los aman, y es fácilmente explicable dado que moralmente hablando no está bien herir los sentimientos de una persona. Ambas partes contestaron de manera diversa en cuanto a cómo perciben el afecto recíproco : los que aman percibieron un afecto que no existía y podrían haberse guiado por el deseo y por los patrones culturales al rehusarse a reconocer un rechazo final.²⁻²⁰ ¿Cómo se perciben el que ama y el que rechaza? De acuerdo a la investigación, la mitad de ambos grupos tenían algo positivo que decir de la otra persona, aunque los que rechazan criticaron a los amantes rechazados ya que una minoría de ellos admitió haberse engañado o haber ignorado señales claras de rechazo, lo que es congruente con la idea culturalmente apoyada de que el amor romántico se liga

²⁻¹⁸ Ibidem p 383.

²⁻¹⁹ Idem p 383.

²⁻²⁰ Ibidem p 384.

a la ilusión positiva. "los resultados concuerdan con la visión de que el amor romántico cambia la forma en la que la gente percibe el mundo, los cambia a sí mismos y lleva a la gente a actuar en formas que van en contra de sus hábitos normales, estándares y sentido común".²⁻²¹ De lo anterior se deduce que es más sencillo entender por qué alguien nos ama que por qué se fracasa al amarlo. Para explorar la carencia de patrones de conducta, los investigadores codificaron relatos que mostraban alguna expresión clara de no saber que hacer o no tener una guía clara. La ausencia de patrones fue más significativa entre los que rechazan. Se sabe actuar mucho mejor como aspirante a amante que estando en el rol del que rechaza. La pasividad en la relación también fue registrada, el 63% de los que aman actuaron pasivamente al no controlar sus sentimientos y depender del otro; mientras que el 78% de los que rechazan fueron pasivos al ser blancos románticos del otro. Hubo alto grado de pasividad, de acuerdo a los puntos de vista de ambos grupos .

Los investigadores llegan a la conclusión de que el amor no sólo es dicha y felicidad, sino que también es capaz de producir una profunda desorganización, lo que incluiría congoja, incertidumbre y comportamiento erróneo, sin embargo, los relatos tanto del que ama como del que rechaza son notablemente similares: ambos desean que el otro actuara de manera muy diferente y ambos terminan insatisfechos con el resultado debido a que sus reacciones dependen de la respuesta del otro.

2.5 Elementos para el diseño de las canciones románticas

Esteretipos de amantes y amados, patrones de conducta, ausencia de éstos y cultura occidental, todo esto nos lleva al meollo de esta investigación: las canciones románticas. Como antes ya se había mencionado, basta encender la radio para oír todo tipo de

²⁻²¹ Ibidem pp 385-386

referencias al supremo sentimiento humano: el amor romántico. Una misma tonada relata y describe constantemente todo lo que alguien vivió durante una relación romántica pero ¿Quién diseña esta música, que al final de cuentas actuará como un patrón a seguir, inconscientemente, en el momento de enfrentarse al amor romántico, en cualquiera de sus modalidades? De la misma manera, en que un joven en la pubertad podría recurrir a películas de desnudos para informarse sobre su sexualidad, así, éste, podría recurrir a los medios de comunicación, en especial a la radio para, sin razonarlo, conseguir un modelo a seguir con referencia al amor romántico en base a tonadas que, a fuerza de la incesante repetición, convenzan al sujeto de que lo que pregonan es lo correcto. En especial la radio ofrece la característica de ser un medio accesible a todos. Es por esto que saber cómo analizar y, ante todo, cómo se construyen las canciones resulta primordial en esta investigación.

"¿Cómo se forma una melodía? Una melodía (y, más generalmente, una música) no se forma por sí misma, sino que siempre la forma alguien; cada objeto musical es siempre el resultado de una acción humana, de una presentación humana que presupone una capacidad de hacer, que presupone un "saber" y un "querer hacer".²⁻²²

Luca Marconi divide la música en melódica y no melódica. El primer grupo tiene en común cierta cantabilidad y gusto, lo que provoca experiencias musicales dulces, líricas y afectivas; es más melódica en cuanto sea más audible, afectiva y cantable. Por el contrario es música no melódica cuando alcanza a provocar en menor grado tales

²⁻²² Marconi, Luca "Come analizzare (e costruire) melodie" Musica Domani No. 82 julio 1992 p. 10

experiencias. Para que una música suene melódica debe cumplir con ciertas características, como lo serían: una articulación rítmica fluida, la velocidad entre el medio y el lento y la articulación métrica de la respiración, por mencionar sólo algunas características ; mientras que la música no melódica está menos dotada de estas características.

El tener la sensación de ya haber escuchado previamente una canción, cuando es la primera vez que se escucha, es lo que Marconi llama **Aire de Familia**, es decir que al escuchar una canción nueva, ésta nos remita a otra. En este caso nos encaminaremos al tipo de música no melódica, lo que produce reacciones de depresión. ¿Qué viene a la mente cuando se escucha una melodía? Para explicar esto Marconi menciona la canción **Vedrai, vedrai** de Tenco,²⁻²³ un cantante Italiano de personalidad sombría y melancólica del que se dice jamás se le vio sonreír, en relación a varias piezas musicales como **Las Hojas Muertas**²⁻²⁴ y el **Adagio**²⁻²⁵ de Albinoni. Como siguiente paso denomina como melodías de **Las Hojas Muertas** al conjunto de canciones que tienen en común la capacidad de provocar experiencias musicales específicas en este caso canciones que evoquen una historia triste que terminó mal y que tienen un sentido de lamento de un bien perdido. Cuando un autor quiere hacer una melodía no necesariamente hace una innovación; las melodías tienen un Aire de Familia, de modo que una remite a la otra.

²⁻²³ " Vedrai, vedrai " Vedrai, vedrai Luigi Tenco Replay Music, Butterfly Music CD AAD, 1991

²⁻²⁴ " Les Feuilles mortes The Giants of France Yves Montand et al . SPA CD AAD, 1988.

²⁻²⁵ " Adagio " Classical Nana Mouskouri Philips CD DDD, 1990

Mientras más características comunes tenga una melodía, más provocará ese mismo sentido y más encajará en la misma familia. "El que forma una melodía a menudo quiere hacer música que sea capaz de provocar (a sí mismo y a los otros) un efecto determinado, una cierta experiencia".²⁻²⁶ Con el ejemplo de Tenco y su canción, según Marconi, se hace patente que la similitud determina la familia de las melodías de **Las Hojas Muertas**.

Al remitirse a una familia de melodías específicas, uno asocia, a menudo sin saberlo, diversas melodías de un solo tipo; por lo tanto, una melodía puede formarse mediante la apropiación de un esquema previamente memorizado, en el caso de Tenco, y en la opinión de Luca Marconi, él bien podría haber retomado el esquema de la familia de las melodías de **Las Hojas Muertas** para que su canción (Vedrai, vedrai), tuviera el efecto depresivo que tiene.

Pero no siempre se necesita de la previa exposición a un solo tipo de familia para poder formar una canción; si el autor escucha y se percata que la escala descendiente da como resultado una situación triste, de patetismo depresivo, que el **lento** se relaciona a los afectos dulces y que progresiones melódicas contribuyen a un sentido de historia, bien podría juntarlos para dar el efecto buscado, por lo que también por medio de la unión de diversas unidades de varias clases de música, que el autor conoce por separado, se puede formar una melodía.

²⁻²⁶ Luca Marconi, Luca "Come analizzare (e costruire) melodie" Musica Domani No.82 julio 1992 p.12.

Por último Marconi toma el ejemplo del **easy listening** que es tomar un trabajo determinado, clásico por ejemplo, y descartar las partes "difíciles" de escuchar dejando sólo los elementos más fáciles de cantar y escuchar haciendo así un **arreglo** para realizar un proyecto diferente al que se tenía originalmente en el trabajo que se tomó como punto de partida. Lo anterior es muy común que se haga actualmente con fines comerciales ya que la vida cotidiana exige de disponer de objetos de consumo en breve tiempo y como consecuencia la vida de una pieza comercial es corta y los productos discográficos que tienen originalidad y valor artístico, disminuyen tendiendo a irse adecuando a la producción media y a una serie de estereotipos, como los que ya antes se han mencionado, impuestos por el mercado.

2.6 El campo musical.

"Pero el mercado se constituye de un equilibrio entre la oferta y la demanda, por lo tanto la totalidad no puede reducirse al simple hecho de la superficialidad pasiva de quien produce la música. Lo que entra en juego con la canción es el deseo de expresión de la colectividad, por tal razón es esencial que su misma substancia textual y musical vaya concretamente de acuerdo a todos".²⁻²⁷

Según Carboni, una canción resulta estimulante por el equilibrio existente entre su texto y su música, la canción conduce a situaciones, soluciones y a cambios que ésta va adaptando. **El campo musical** es un lugar de experiencias en donde encuentra espacio el potencial expresivo del hombre que se encuentra conectado a las "prácticas. necesidades

²⁻²⁷ Carboni, Mauro "La canzone in classe" Musica Domini No.84-85 pp 31-33 Noviembre 1992.

y deseos de la vida cotidiana".²⁻²⁸ Asimismo, ésta libera la fantasía en un espacio neutro; una canción, romántica específicamente liga al escucha con alguien y evoca recuerdos de un momento particular de la vida.

2.7 Audición de base y audición avanzada.

Para entender lo anterior tiene que quedar claro que la música se utiliza para objetivos distintos; los que vendrían siendo objetivos físicos, afectivos y consolatorios de acuerdo a Maurizio Della Casa, quien a su vez divide en dos las formas de audición para la comprensión de la música: la de base y la avanzada. Della Casa define la primera como una audición líneal y fragmentaria que aísla y deposita en la memoria fragmentos aislados, por lo que la representación mental de esta resulta vaga; por otro lado, la audición avanzada intenta recopilar relaciones y conexiones que consienten tener bajo continuidad el discurso de la pieza, lo que se hace, únicamente, por parte de personas expertas, no por el grueso de la población, y en lo que se refiere a los jóvenes "la música representa una experiencia importantísima, pero no una experiencia que se analice lógicamente".²⁻²⁹ Tomando en cuenta esta clasificación como punto de arranque, el hecho de que la mayoría de la población no tenga la capacidad, o no le interese, realizar una audición avanzada abre el camino para la manipulación del escucha, si tomamos en cuenta que la audición se hace casi inconscientemente, es a este nivel de audición en el que el escucha puede ser manipulado, predisponiéndolo a sentirse de determinada forma por medio de la música y del texto.

²⁻²⁸ Idem p 33.

²⁻²⁹ Discotec, Maurizio "I sogni in cartella. La Pop Music a confronto con la scuola" Musica Demani No.84-85 pp 21-29 Noviembre, 1992.

2.8 Preparación para la audición.

Della Casa también hace notar otros elementos, que aunque no son parte de la canción en sí, juegan un papel en la preparación del escucha para la audición: el paratexto, que lo constituyen los títulos y programas eventuales asociados a la composición; estos elementos distan de ser musicales; sin embargo, funcionan como orientadores para la audición. Los títulos sugieren esquemas de género que plantean determinadas expectativas con respecto a la organización de la pieza, por lo que predisponen al escucha y le dan la capacidad de predecir lo que va a pasar; por otro lado se encuentra el programa como parte del paratexto. Della Casa lo define como "una clase de mapa del itinerario musical y expresivo de la pieza".²⁻³⁰ Dicho de otra forma el programa es la trama de eventos o situaciones. Tanto los títulos como el programa son de gran importancia para el escucha, y esto de ninguna manera ha pasado desapercibido para las compañías disqueras que dedican tiempo y creatividad en el diseño de portadas y títulos de discos, lo que inmediatamente remitirá al escucha a un estado de ánimo determinado por la compañía disquera y sembrará, dentro de él ciertas expectativas con respecto al contenido del disco. Resulta, por lo tanto, obvio que la conclusión que Della Casa da, cuando afirma que los elementos del paratexto tienen una función importante de orientación, es trascendental, tomando en cuenta que la apariencia del disco es lo primero que entra en contacto con el escucha, que a su vez es un comprador en potencia, en busca de "un lugar en donde proyectar compensaciones afectivas, la identificación con

² ³⁰ Della Casa, Maurizio "La comprensión della musica. Un problema educativo sempre aperto" *Musica Domani* No.84-85 pp 17-25 noviembre, 1992.

personajes, comportamientos y grupos bastante difíciles".²⁻³¹ De acuerdo a Maurizio Disoteco, la selección de un cantante o una canción no es sólo un hecho de gusto musical, sino que tiene que ver con comportamientos y situaciones del escucha. En el caso específico de los jóvenes, éstos viven dentro de la música, y si hay alguna duda con respecto a esto nótese la cantidad de jóvenes en las calles con los walkman pendiente de ellos, y escuchando música variada, dentro de la que cae también gran cantidad de canciones románticas. Tradicionalmente, la audición de música, sobre todo en este grupo, dista de ser una ocasión para el análisis, tornándose simplemente en una forma de entretenimiento. El análisis va en contra de la experiencia de reaccionar de la manera que más le parezca apropiada; imponiendo al joven, incluso, patrones de conducta para una relación romántica, sin que el individuo se percate de estar siendo manipulado. La contraparte de todo esto es el fracaso en obtener romances del tipo canción romántica eufórica, al momento de enfrentarse a esto, el individuo caerá en un estado depresivo del que le tomará tiempo salir; pero no hay problema alguno, en caso de fracasar con el amante idealizado, la industria disquera también posee en su repertorio una gran cantidad de canciones, o ¿sería más apropiado el término patrones a seguir?, que guiarán al escucha por los senderos de los estados emocionales que vienen como consecuencia de la decepción, guiándose por títulos y contenidos, o programas, que los orientarán en lo que es más apropiado en ese momento.

La parte en la que las compañías disqueras no han puesto mucha atención con respecto a su producción es en lo que respecta a la persona que, por sus propias características físicas, psicológicas o intelectuales, no está interesada en alguien que lo busca con fines

²⁻³¹ Disoteco, Maurizio "I sogni in cartella. La Pop Music a confronto con la scuola". Musica Domani No.84/5 p. 28 Noviembre. 1992.

afectivos, la cual se encuentra, sin nada a qué recurrir o dónde encontrar consejo para cuando esta persona se encuentre en esta situación; ya que en el mercado musical se privilegia al que ama pero se ignora al que rechaza, rubro que ha sido ignorado por las compañías disqueras sin tomar en cuenta que a todo individuo le toca llevar a cabo ambos roles.

México es un país preponderantemente joven; un gran porcentaje de la población está en edad productiva o, muy pronto entrará al mercado laboral, convirtiéndose así en consumidores en potencia debido a que gozarán de un poder adquisitivo. Gran cantidad de productos de consumo van totalmente encaminados al sector joven de la población y entre éstos destaca lo que las compañías discográficas les ofrecen y, de entre todas las producciones diseñadas para jóvenes, en un lugar importante, se encuentran las canciones románticas elaboradas por expertos que, como lo marcan los investigadores consultados, tienen como objetivo elaborar un producto que determine un estado de ánimo del individuo para asesorarlos sentimentalmente, dándole un estereotipo o un patrón a seguir que, aunado a la técnica de la repetición constante, empuja al joven (consumidor de música) a inclinarse por este producto que le ofrece estímulos afectivos, consuelo o consejo de cómo comportarse y qué actitud tomar en una situación de pareja. Las compañías disqueras y la radio se unen con el objetivo de la venta de un producto que se torna necesario en el joven y, en el momento de la selección de la compra, éste se inclinará por un producto que ha sido diseñado de acuerdo a las expectativas y las necesidades creadas e impuestas por las empresas, lo que va manipulando la capacidad de relación del individuo, si las compañías disqueras elaboraran canciones que

asesoraran a los amantes asediados, seguramente sus ventas se incrementarían aún más, tomando en cuenta que el "amor vende".²⁻³²

²⁻³² Kimmel, Alain "L'amour en France" Le français dans le monde, Francia No.244 Octubre de 1991 p. 49

FUENTES

Auditiva

- "Adagio"

Classical

Nana Mouskouri

Philips

CD DDD

1990

- The giants of France Vol.2.

Les feuilles mortes; Si tu t'imagines; Comme un p'ti coquelicot; Les amoureux des bancs publics; Trois petites notes de musique; je hais les dimanches; Un jour tu verras; La mauvaise réputation; Les amants; Coin de rue; Le déserteur; Chanson pour l'auvergnat; La chansonnette; Paris canaille; Barbara; Je me suis fait tout petit; Le jazz et le java; Paname; petite fleur; La femme d'Hector.

Yves Montand, Juliette Gréco, Mouloudji, Georges Brassens.

SPA

CD AAD.

1988

- Vedrai, Vedrai

Vedrai, Vedrai; Tu non hai capito niente; Ballata della moda; Quasi sera; Passaggio a Livello ; Se potessi, amore mio; Ho capito che ti amo; Ragazzo mio; Ballata del marinaio; Io lo so già; Ballata dell'eroe; Ah... l'amore, l'amore.

Luigi Tenco.

Replay Music, Butterfly Music

CD AAD.

1991

Hemerografía

- Baumeister F, Roy Wotman R, Sara Stillwell M, Ariene

"Unrequited love : On heartbreak, anger, guilt, scriptlessness and humiliation "

Journal of personality and social psychology

Estados Unidos

Vol. 64 Nº 3 Marzo de 1993.

Pp 377-386

- Carboni, Mauro

" La canzone in classe "

Musica Domani

Italia

Nº 84 - 85 Noviembre de 1992

pp 31 - 33

- Della Casa, Maurizio
 " La compresione della musica . Un problema educativo sempre aperto "
Musica Domani
 Italia
 N° 84 - 85 Noviembre de 1992
 pp 17 - 25
- Disoteco, Maurizio
 " I sogni in cartella . La pop music a confronto con la scuola "
Musica Domani
 Italia
 N° 84 - 85 Noviembre de 1992
 pp 27-29
- Fehr, Beverly Russell A, James
 " The concept of love . Viewed from a prototype perspective " .
Journal of personality and social psychology
 Estados Unidos
 Vol. 60 N° 3 Marzo de 1991.
 pp 427-435
- Hernáez, Salvador
 " De qué hablamos cuando hablamos de amor "
Muy interesante
 Año 10 N° 10 Octubre de 1993
 pp 6-7

- Hernández, Salvador
" La fórmula de Cupido "
Muy interesante
Año 10 N° 10 Octubre de 1993
pp 8-9
- Kimmel , Alain
" L'amour en France "
Le français dans le monde
Francia
N° 244 Octubre de 1991.
pp 49 -52
- Marconi, Luca
" Come analizzare (e costruire) melodie "
Musica Domani
Italia
N° 82 Julio de 1992.
pp 10-12

3. LA EXPLOTACIÓN DEL AMOR EN LAS CANCIONES ROMÁNTICAS

3.1 La teoría triangular del amor de Robert J. Sternberg

Después de haber llevado a cabo una búsqueda exhaustiva, a nivel científico, para poder dar explicación al amor y, en el caso del presente trabajo, a la explotación del mismo cuando se habla particularmente de las canciones, la teoría triangular del amor resultó la más apropiada para los objetivos de esta investigación. En vista de que es altamente esquemática y por lo tanto un ejemplo puede contemplarse objetivamente, es la causa por la que se decidió retomar la teoría de Robert J. Sternberg que a continuación se describe:

Robert J. Sternberg publicó en 1986 su teoría triangular del amor, que sostiene que las relaciones amorosas pueden explicarse a través de un triángulo equilátero, en el caso de las relaciones bien correspondidas; el mencionado triángulo se conforma por tres componentes que Sternberg coloca aleatoriamente en cada una de sus puntas. Los componentes del triángulo de Sternberg son: la intimidad, la pasión y la decisión, junto con el compromiso.

3.1.1 Intimidad.

Sternberg coloca el componente intimidad, en el ángulo superior del triángulo y lo define como la parte "cálida" de la relación que deriva de la inversión de emociones; como cercanía, unión y vinculación.

Dentro de este componente se experimentan:

- a) el deseo de promover el bienestar del amado
- b) la felicidad con el amado
- c) mucho respeto por éste
- d) contar con él cuando se le necesite
- e) la recepción de apoyo emocional del ser amado
- f) el dar apoyo emocional
- g) la comunicación íntima
- h) la valoración de la vida del amado.

Sternberg aclara que no resulta imperativo sentir todo lo anterior para experimentar amor, sino que, basta con un número suficiente de estos sentimientos que difieren de persona a persona y que más bien se experimentan como un sentimiento en su totalidad. Al mismo tiempo, Sternberg sitúa a la intimidad como el tronco común de las relaciones amorosas, pero aclara que este componente no es exclusivo de éstas .

En distintas relaciones el amor no difiere, lo que difiere es la cantidad de amor que se siente. Cada uno de los componentes tiene una curva dentro de una gráfica; en el caso de la intimidad Sternberg se basa en la teoría de las emociones de Berscheid (1983) y en la interrupción de secuencias hechas en pareja. La situación es a partir de cero en el momento en que la pareja comienza a conocerse; la incertidumbre en este punto, cuando se dan los primeros encuentros, es grande, con el tiempo, y más encuentros, la

incertidumbre baja; sin embargo, si a estos encuentros se dan ciertas interrupciones, volverá a aumentar la incertidumbre. **Gráfica I.**

Por lo tanto, entre menos interrupciones haya, será menor la emoción experimentada ya que se conoce mejor a la pareja. De aquí resultan dos consecuencias: la primera sería, que existe mayor unión interpersonal pero, por otro lado, parece ya no haber relación alguna. Para comprobar si la relación aún se mantiene vigente, se puede recurrir a la interrupción, al cambio de rutinas o, en casos extremos, uno se percata de la intimidad experimentada con alguien cuando esta persona se va o muere.

Sternberg asegura que la intimidad se expresa al comunicar sentimientos profundos, promover el bienestar del compañero, compartirse a sí mismo y sus posesiones, expresar empatía por el ser amado, y al ofrecer ayuda emocional y material a éste. Sternberg afirma que el peor enemigo de la intimidad es el estancamiento, contra el que se deben adoptar elementos de cambio y variación.

3.1.2 Pasión .

Ahora, pasemos al siguiente componente del triángulo: la pasión, que se refiere a la atracción física y a la consumación sexual que deriva del involucramiento motivacional en la relación, es decir, la parte "candente" de ésta, lo que la hace bastante diversa de la intimidad puesto que trae consigo una fuerte carga de excitación motivacional. El componente pasión en el triángulo se localiza en el ángulo izquierdo de éste.

En la pasión predominan las necesidades sexuales, pero también necesidades como la autoestima, el auxilio, la unión, el dominio, la sumisión y la autorrealización contribuyen a experimentarla, los poderes de éstos varían y se manifiestan en excitaciones tanto psíquicas como fisiológicas que no son fáciles de separar, sino que interactúan del mismo modo en que la pasión interactúa con la intimidad, aunque la interacción varíe. Con respecto a la curva en gráfica, Sternberg se basa en la teoría de Solomon que asegura que la motivación es una función de procesos opuestos. El primero, un proceso positivo, se desarrolla rápidamente pero de la misma forma decae. El segundo, uno negativo, se desarrolla lentamente y de la misma forma decae. La pasión se puede experimentar al instante de conocer a alguien, por lo que la pulsión se incrementa y se consume rápidamente, en el punto más alto de la pulsión. Cuando uno alcanza un nivel de excitación estable con la pareja, las fuerzas positivas y negativas se mantienen en equilibrio pero, si se pierde al ser amado no se regresa al punto de partida, sino a un nivel mucho más inferior, lo que da por resultado depresión, remordimiento e incomodidad que viene por la pérdida de la fuerza pasional positiva y la continuidad de la negativa. **Gráfica II.** Para tener una mejor visión de este componente, Sternberg se remite a Pelle y Brodsky que se refieren al amor como una adicción, lo que no está del todo mal fundado tomando en cuenta las investigaciones que afirman que al estar enamorado uno segrega sustancias similares a la morfina. El primer efecto de la cafeína, por mencionar algo, sería inmediata excitación y conforme el organismo se habitúa a ésta, la dosis tendrá que ser mayor para poder tener el efecto que se tuvo originalmente. ¿Cómo expresar la pasión? Besando, abrazando, acariciando y haciendo el amor.

En opinión de Sternberg, la pasión es el componente más difícil de mantener, que se da menos conscientemente y no se puede controlar pero, por otro lado, uno puede habituarse y perderla, la posible solución sería un reforzamiento intermitente, la parte negativa de esto sería que puede volverse manipulatorio, lo más aconsejable sería un análisis de las necesidades satisfechas, así como de las insatisfechas por la relación y desarrollar la relación en manera tal que ésta pueda satisfacer lo que no ha quedado satisfecho.

3.1.3 Decisión / Compromiso.

La parte "fría", la del ángulo derecho del triángulo es el componente decisión/compromiso. Su nomenclatura se debe a que, a corto plazo, uno toma la decisión de amar a alguien y, a largo plazo, la de mantener ese amor; decisiones que no necesariamente van juntas pero sí es un componente esencial para salvar las épocas difíciles y es lógico que este componente interactúe con la intimidad y la pasión, en lo que se refiere a su representación dentro de la gráfica, si la relación continúa a largo plazo, el compromiso aumentará; si ésta se tambalea, el compromiso bajará y si ésta falla, el compromiso regresa al punto de partida. **Gráfica III.** Sternberg menciona cinco formas en las que se expresa el componente decisión/compromiso en la relación: promesas, fidelidad, mantenimiento de la relación a través de épocas difíciles, compromiso matrimonial y matrimonio. El componente decisión/compromiso es el más fácil de mantener bajo control dado que emerge conscientemente y por lo tanto para mantenerlo se debe conservar la importancia de la relación en la vida de la pareja y maximizar la

felicidad que se logra a través de la relación tomando en cuenta la intimidad y la pasión y expresándolos "si se puede alcanzar el amor consumado" que resulte de altos grados de los tres componentes en una relación romántica, entonces bajo circunstancias situacionales apropiadas, es probable que esa relación sea una que dure y tenga éxito.³⁻¹

3.1.4 Propiedades de los vértices del triángulo del amor

La intimidad, la pasión y la decisión/compromiso poseen una serie de propiedades que Sternberg enlista; la primera de ellas es la estabilidad que en la intimidad y en la decisión/compromiso es moderadamente alta, lo que difiere del componente pasión que tiende a ser inestable. El control consciente es moderado en la intimidad y alto en la decisión/compromiso; sin embargo, existe poco control en la pasión; en contraste, ésta tiende a jugar un papel muy importante en la importancia a corto plazo, en especial en relaciones románticas mientras que en la intimidad, el rol es moderado y en la decisión/compromiso resulta casi desapercibida. La contraparte, la importancia a largo plazo, juega un papel determinante en la intimidad y en la decisión/compromiso, mas en la pasión el rol de ésta es moderado con tendencia a desaparecer. Al parecer, la intimidad aparece en cualquier relación amorosa, por lo que puede tomarse como común denominador de muchas de estas relaciones, por su parte, la pasión se limita sólo a relaciones románticas y la decisión/compromiso varía de acuerdo a la relación.

Con relación al involucramiento psicofisiológico, al componente decisión/compromiso le toca solamente un poco de esa respuesta a la intimidad, un nivel medio y es el

³⁻¹ Sternberg J., Robert "A Triangular Theory of Love" Psychological Review, Vol. 93 No. 2 p. 134, 1986.

componente pasional el que depende en gran medida de este involucramiento al igual que sucede a la hora de percatarse conscientemente de estar bajo alguno de los tres componentes, uno se peca y está consciente cuando uno está apasionado; sin embargo, el percatarse de la intimidad o de la decisión/compromiso varía, en el primer caso, en ocasiones, se experimenta intimidad sin darse cuenta de ello, mientras que la decisión/compromiso podría venir hasta que algo interviniese para provocarlo, sin que antes uno se haya percatado del nivel de compromiso.

En resumen, los tres componentes son importantes aunque difieran en su importancia de una relación a otra.

3.2 Tipos de amor.

Robert J. Sternberg, al igual que varios psicólogos, como se había mencionado en el capítulo precedente, llevó a cabo una taxonomía de los tipos de amor en el que concibe ocho tipos de amor diferentes en los que incluyen, o se hace patente la ausencia de los tres componentes, y por ende sus propiedades, en cada tipo de amor. En primer lugar se encuentra el no amor, equivalente a la ausencia de los tres componentes, lo que caracteriza a la mayoría de nuestras relaciones rutinarias, el tipo que le sigue sería el gustarse en el que se experimenta el componente intimidad dejando fuera la pasión y la decisión / compromiso. en otras palabras el gustarse se refiere a la amistad verdadera y al conjunto de sentimientos que trae consigo. El amor irracional es cuando se experimenta únicamente pasión, componente que se localiza fácilmente; este tipo de amor surge tan rápidamente como se disipa lo que contrasta con el amor vacío donde predomina el

componente decisión/compromiso y que aparece en relaciones estancadas que se han mantenido a través de los años. Un punto clave en nuestra investigación es el amor romántico en el que, de acuerdo a Sternberg, se lleva a cabo una combinación de la pasión y la intimidad donde los amantes románticos se atraen físicamente y, al mismo tiempo, se encuentran ligados emocionalmente. Cabe hacer notar aquí, que al amor romántico le faltaría el componente decisión/compromiso para poder llegar a ser el amor consumado, que es lo ideal dentro de la teoría que se está presentando, por lo tanto, no se puede esperar que este tipo de amor sea duradero. Dentro del amor entre compañeros se conjunta la intimidad con la decisión/compromiso; este tipo de amor se da en amistades a largo plazo o en las relaciones matrimoniales en las que la pasión ha sucumbido. En el amor fatuo se nota la ausencia de la intimidad y la presencia de los componentes pasión y decisión/compromiso, lo que podría ejemplificarse con los romances hollywoodenses en los que la pareja se conoce y al mes se casa, corriendo el riesgo de un pronto término, léase divorcio. Finalmente, el amor consumado sería la relación ideal para Sternberg, en la que los tres componentes se combinan; desgraciadamente el hecho de alcanzar el amor consumado no es garantía de que éste dure. Sería el mismo caso de la pérdida de peso en el que resulta más difícil mantenerse que alcanzar el objetivo. **Anexo IV**

3.3 Geometría del triángulo del amor.

Una vez descritas las características inherentes a cada componente del triángulo, así como sus propiedades, se procederá ahora a explicar la geometría del triángulo del amor.

lo que será de gran utilidad en lo que se refiere al análisis de la letra de las canciones del álbum Romance de Luis Miguel, ya que la teoría nos muestra gráficamente los tipos de relaciones que se dan de acuerdo a la descripción de cada canción. La geometría del triángulo del amor depende de dos factores: la cantidad de amor y su balance, veamos el primero : la cantidad de amor que se experimenta es representada en el triángulo por el área del triángulo; así entre mayor área tenga un triángulo, se experimentará una mayor cantidad de amor. **Figura 1.** En lo que toca al segundo factor; el balance del amor, Sternberg se vale de diferentes tipos de triángulos; para él, el triángulo equilátero representa una relación en la que el amor está bien balanceado, en lo que se refiere a los tres componentes del amor -intimidad, pasión y decisión/compromiso-, y por lo tanto, la relación ideal; un triángulo escaleno que se inclina insistentemente al lado izquierdo, lugar que corresponde al componente pasión, es una relación que se haya regida preponderantemente por este componente, el otro triángulo escaleno, el que apunta hacia la derecha, evidentemente será la representación iconográfica del amor regido por el componente decisión/compromiso, mientras que el triángulo isósceles representará una relación en donde la intimidad es el componente más importante y, por consecuencia, los componentes restantes juegan solamente un papel secundario. **Figura 2.**

A partir de estos elementos, Sternberg afirma que se puede representar una amplia variedad de diferentes tipos de amor, si se varía el área y la forma del triángulo del amor. Sin embargo, el amor no es algo que pueda suceder en una persona sin que haya un agente; fuera del ente en que sucede, que lo provoque; por lo tanto, es necesario que el triángulo se multiplique para que se pueda representar una relación entre dos seres y los componentes que dominan en cada triángulo para saber si la relación entre ambos

triángulos, que representan hacia donde se inclinan los sentimientos de esas dos personas, tiene algún futuro o si es propensa al fracaso; por lo tanto, el amor no es un triángulo aislado, sino que involucra varios triángulos. Sternberg enumera tres diferentes tipo de triángulos múltiples: a) el triángulo real en contraste con el triángulo ideal; b) el triángulo propio con respecto al triángulo de otras personas, y c) el triángulo de autopercepción contra el triángulo de la percepción de otras personas.

En el triángulo real en contraste con el triángulo ideal, el que ama se encuentra ante la relación con una serie de expectativas, que van dándose por experiencias pasadas, narraciones o ex-parejas, que podrían no concordar con la realidad, hasta este punto ambos triángulos se dan en la misma persona y son cuatro las posibles relaciones resultantes: un involucramiento ideal, en el que el triángulo real coincida en tamaño y en forma con el triángulo ideal; falta de interés, en el que el triángulo real difiere en área y forma, en realidad el área es menor a la del triángulo ideal, quedando un determinado espacio sin cubrir por el primer triángulo mencionado; en el interés excesivo el triángulo real envuelve y cubre totalmente el triángulo ideal y, finalmente, en el desinterés los niveles de intimidad y pasión son menores de lo que el individuo espera. Para Sternberg la satisfacción que surja de la relación será determinada por el área que cubra el triángulo real sobre el triángulo ideal.

Los anteriores triángulos son de gran utilidad ya que a través del área que cubre el triángulo real, en contraste con el triángulo ideal, dependerá la satisfacción o la insatisfacción del sujeto, por lo tanto, entre mayor sea el área que cubra el triángulo ideal.

más satisfecho quedará el sujeto con la relación. Por el contrario, el área que no alcance a cubrir dicho triángulo mostrará la insatisfacción del sujeto con la relación. **Figura 3.**

En segundo lugar tenemos el triángulo propio con respecto a otros triángulos; por esta representación Sternberg gráfica el amor que uno siente en relación al objeto amado y viceversa, así como el grado en que los componentes coinciden; en el primer triángulo los componentes coinciden a la perfección, lo que es muy difícil de conseguir en la realidad; en la segunda representación los intereses están a punto de coincidir; en el siguiente set los triángulos que representan a las personas muestran que los intereses de éstas no coinciden de manera moderada y, finalmente, en el último par de triángulos, éstos aparecen con intereses que no coinciden. Los intereses pueden diferir en área y en forma y, en base a esto, se puede explicar por qué la relación está propensa a tener éxito o a fallar. **Figura 4.**

En una relación una persona tiene un triángulo para representar el amor a la pareja, lo que no asegura que el triángulo de la pareja coincida con el primero ya que la pareja podría percibir el nivel de amor de manera diversa a la de la persona, lo que da lugar a discrepancias entre ambos triángulos el triángulo de arriba, muestra una relación en la que las percepciones coinciden, lo que no ocurre con el triángulo de abajo. **Figura 5.**

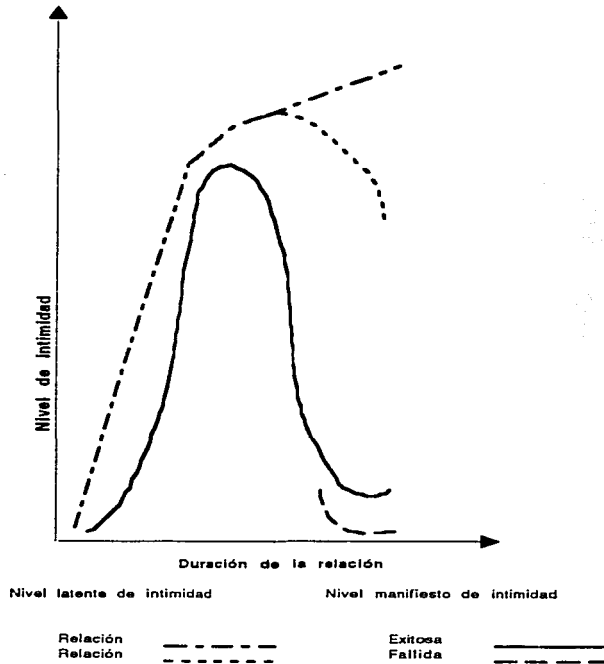
FUENTE

Hemerografía

- Sternberg J., Robert
" A triangular Theory of Love "
Psychological Review
Vol. 93 N° 2 pp. 119-135
1986.

Gráfica 1

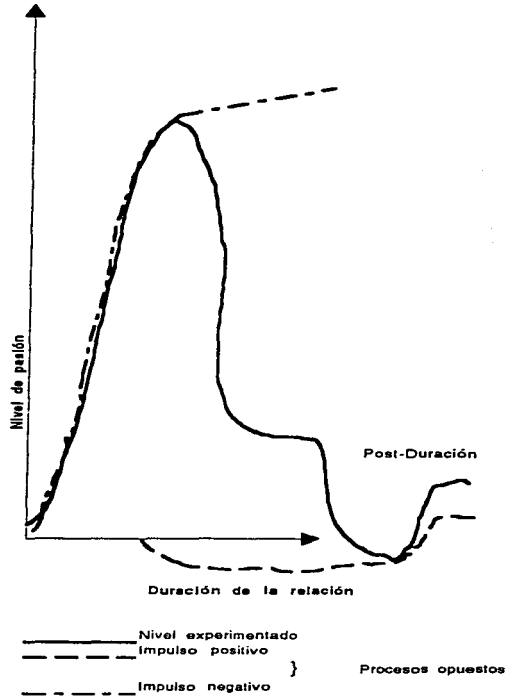
El curso de la intimidad como una función de duración de la relación



Fuente : Sternberg J. Robert "A triangular theory of love"
Psychological Review
Vol. 93 No. 2 pp 119-135
1986

Gráfica II

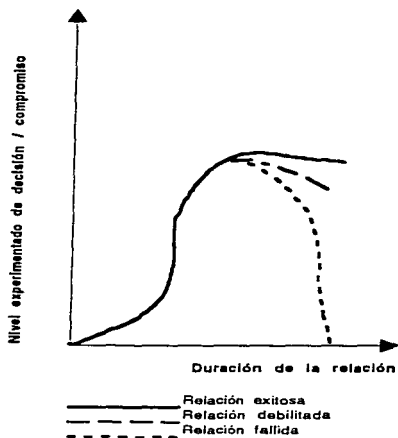
El curso de la pasión y otros casos función de duración de la relación



Fuente : Sternberg J. Robert "A triangular theory of love"
Psychological Review
Vol. 93 No. 2 pp 119-135
1986

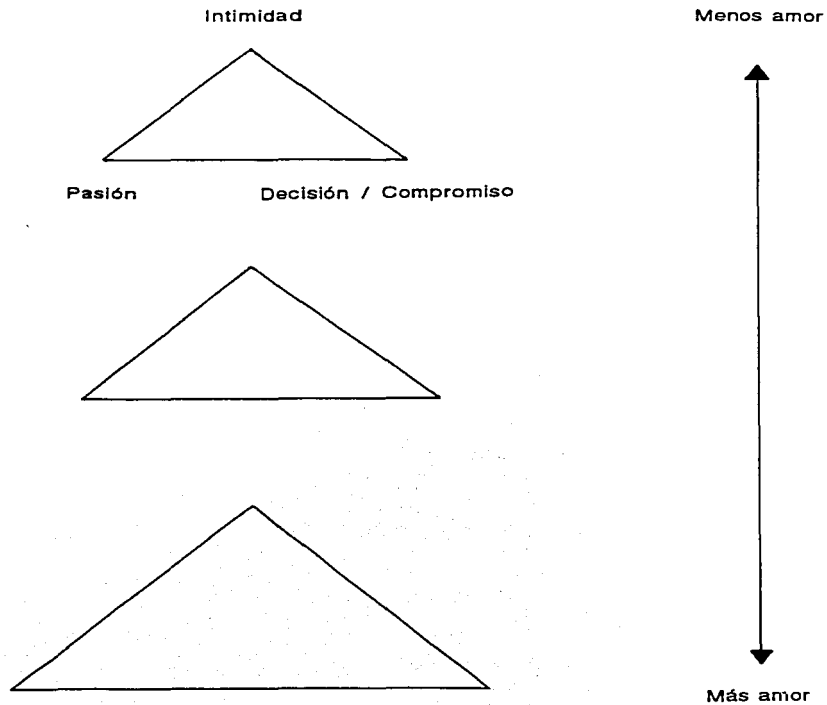
Gráfico III

El curso de la intensidad experimental de la relación de compromiso de la pareja



Fuente : **Stemberg J, Robert "A triangular theory of love"**
Psychological Review
Vol. 93 No. 2 pp 119-135
1986

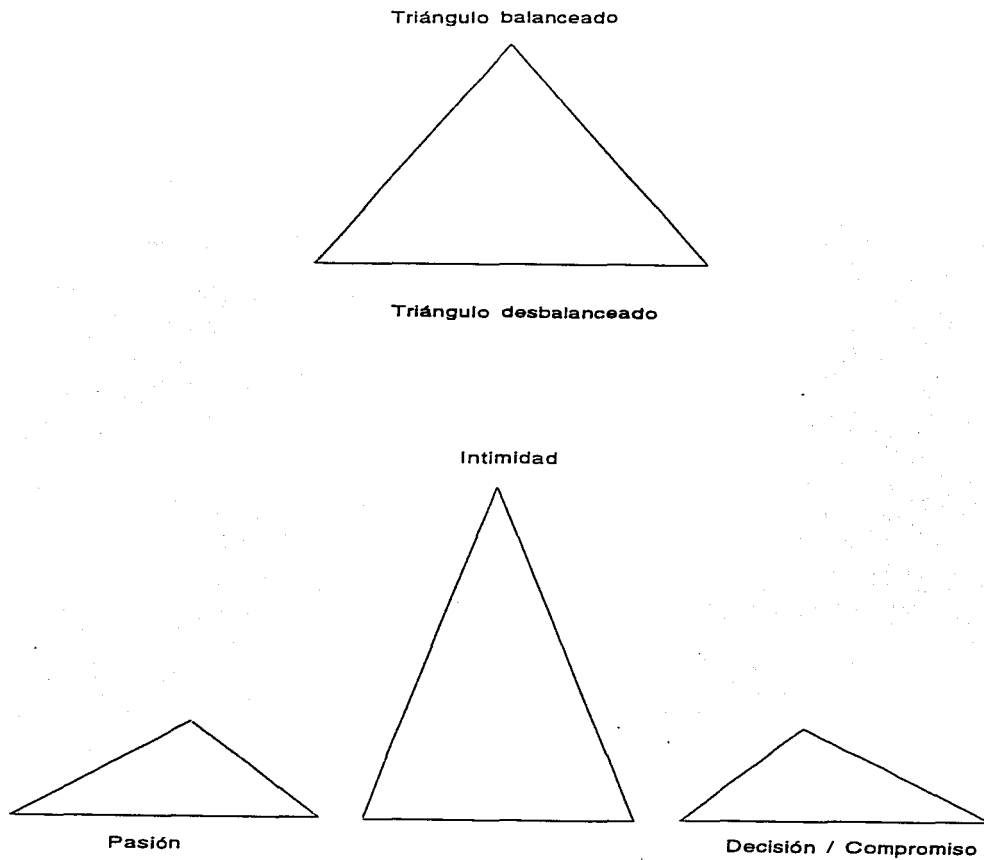
FIGURA 1 El área del triángulo como referencia para conocer la cantidad de amor



Fuente:

Sternberg J, Robert. "A triangular theory of love"
Psychological Review
Vol. 93 No. 2 pp 119-135
1986

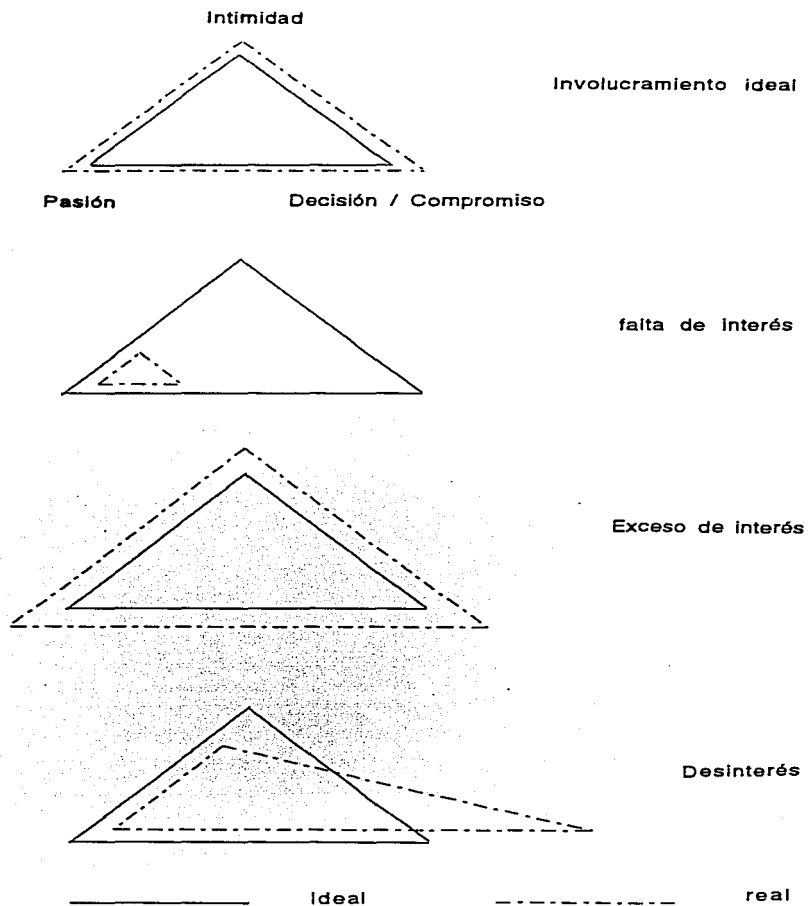
FIGURA 2 La forma del triángulo para determinar la clase de amor



Fuente:

Sternberg J, Robert. "A triangular theory of love"
Psychological Review
Vol. 93 No. 2 pp 119-135
1986

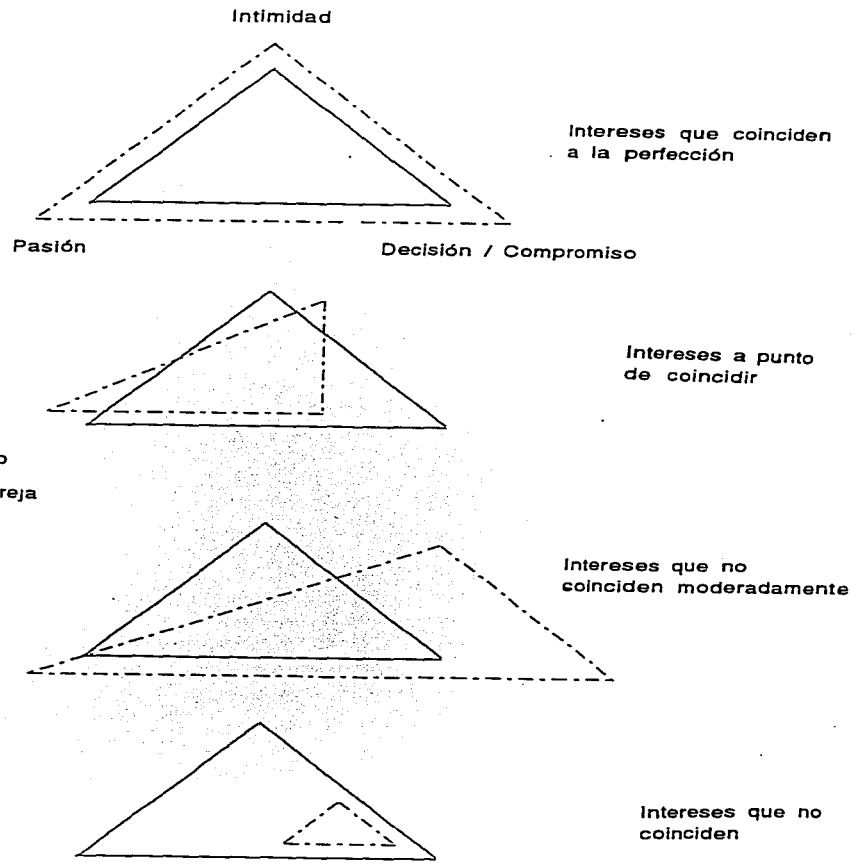
FIGURA 1 Las relaciones entre los niveles reales e ideales de interés



Fuente:

Sternberg J, Robert. "A triangular theory of love"
Psychological Review
Vol. 93 No. 2 pp 119-135
1986

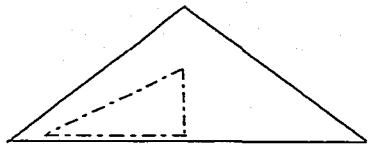
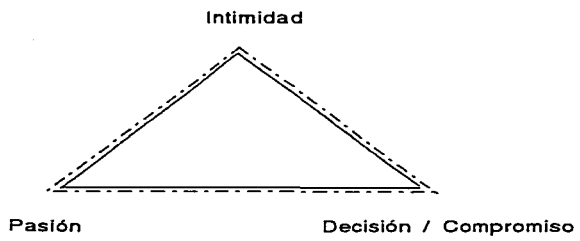
FIGURA 3 Las relaciones entre los intereses de dos individuos en la relación



Fuente:

Sternberg J. Robert. "A triangular theory of love"
Psychological Review
Vol. 93 No. 2 pp 119-135
1986

FIGURA 5 Las relaciones entre las percepciones de los individuos en la relación



—————

Lo que la pareja percibe

Lo que uno percibe

Fuente: Sternberg J. Robert. "A triangular theory of love"
Psychological Review
Vol. 93 No. 2 pp 119-135
1986

4. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Las relaciones descritas en el capítulo anterior se dan dentro de los materiales que difunden los medios de comunicación masiva o que produce, para ser específico, la industria discográfica. Sin duda alguna una de las figuras más relevantes para la antes mencionada industria es Luis Miguel, quien a finales de 1991, anticipándose a las ventas decembrinas, lanzó su trabajo intitulado **ROMANCE**,⁴⁻¹ ante el desconcierto de sus seguidores que notaban un drástico cambio de estilo ya que anteriormente se encasillaba en lo que era música, en su mayoría,ailable.

Una vez más la radio y la televisión difundieron incesantemente el material contenido en este disco, llevándolo no sólo a tener una buena venta sino a ser el disco que obtuvo la mayor venta durante 1991 para la compañía Warner Music Mexico y según datos de la compañía en Internet durante los primeros diez días de haberse lanzado vendió 400,000 copias para, finalmente, vender 4.7 millones de copias en todo el mundo.

4.1 Selección de muestras.

Ante estos hechos fue necesario tomar una muestra de tal trabajo, para ese fin se llevó a cabo una encuesta con fines múltiples; uno de éstos era indagar cuáles eran las canciones, del antes mencionado disco, más populares entre los jóvenes para, posteriormente, llevar a cabo un análisis de éstos con base a los triángulos de Robert J. Sternberg. Por medio de un listado que contenía los títulos de las canciones del disco, se

⁴⁻¹ Romance: No me platiques más; Inolvidable; La puerta; La barca; Te extraño; Usted; Contigo en la distancia; Mucho Corazón; La mentira; Cuando vuelva a tu lado; No se tú ; Como, Luis Miguel WEA Warner Music Mex. CD 1991.

ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

les pidió a 110 sujetos que marcaran las canciones que se supieran de memoria y, para comprobar que en realidad tuvieran dicha canción memorizada, se les requirió que escribieran dos líneas de alguna estrofa de la canción. (**Anexo 1**). Los resultados difirieron en cuanto al género: la canción más popular entre las mujeres, y que en realidad tienen memorizada fue La Puerta,^{4,2} de Luis Demetrio, (**Anexo 2**), mientras que para los hombres lo fue No Sé Tú,^{4,3} de Armando Manzanero. (**Anexo 3**.) Por lo que el paso posterior consistió en el análisis de dichas canciones para colocar los componentes con base al triángulo de Sternberg ya antes descrito. La primera canción a analizar será la que con mayor frecuencia indicaron las mujeres en la encuesta aplicada.

En La Puerta se nos expone una historia en la que llevan los roles principales un hombre, el cantante, y una mujer de la que se puede ver, ha decidido terminar la relación. Sin embargo, el cantante continúa ilusionado por la pareja y sigue experimentando amor hacia ella. En su infructífero intento por recobrar a la pareja, el cantante trata de convencerla de que vuelva con él ya que él está padeciendo. Finalmente culpa a la adversidad por el dolor producido por la relación pero, al mismo tiempo, la señala como la causante de la felicidad experimentada.

Por lo que respecta al género masculino, en la canción No sé tú de Armando Manzanero, se describe una relación en la que el objeto amoroso es por demás deseado; en esta canción destacan los términos: besos, abrazos y metáforas que describen la relación sexual, en un principio para, posteriormente, dar paso al comportamiento extraño como

^{4,2} Ibidem

^{4,3} Ibidem

resultado de haber conocido a alguien, mismo que se manifiesta en la falta que el cantante expresa por la pareja y cuyas reacciones incluyen insomnio y deseos incontenibles, lo que lo lleva, una vez más, a la parte fisiológica de la relación.

Una vez descritas ambas canciones, se procederá a realizar el análisis de las mismas con base a la teoría triangular del amor de Sternberg, principalmente, mas sin dejar de lado las opiniones que con respecto al amor sean factibles de aplicarse en este análisis.

Con el objeto de analizar las canciones ya anteriormente mencionadas, se buscó la manera más viable para hacerlo y ésta resultó ser llevarla a cabo tomando en consideración lo que el narrador relata, lo que nos deja frente a un obstáculo: ¿Cómo poder tomar la situación de la pareja? ¿Con base a qué triángulo se comparará el triángulo del narrador dado que éste sólo describe su situación dentro de la relación? Ante la falta de información, en lo que se refiere a la pareja, en los textos de canciones románticas en general, se optó por asignar el triángulo ideal a la pareja "ideal" del narrador, dado que en ninguna de las dos canciones señaladas, ya sea por hombres o por mujeres, la relación resulta exitosa lo que comulga con la opinión de Sternberg cuando señala que en lo referente a relaciones en las que los triángulos coincidan "tales relaciones resultan poco probables en la práctica".⁴⁻⁴

⁴⁻⁴ Sternberg J., Robert "A Triangular Theory of Love" Psychological Review, Vol. 93 No. 2 p. 129, 1986.

4.2 La puerta.

Se dará comienzo a este análisis tomando en consideración la geometría del triángulo del amor de Sternberg que, como con anterioridad ya se había mencionado, depende de dos factores: a) la cantidad de amor y b) el balance. En **La Puerta** de Luis Demetrio para determinar el tipo de amor que el narrador está experimentando nos encontramos, en la letra de la canción, con frases que inclinan al triángulo hacia el vértice de la intimidad y por lo tanto

éste se convierte en un triángulo isósceles que da por resultado, como clase de amor, el gustarse. En este tipo de amor se denota la poca presencia de los componentes pasión y decisión/compromiso y el narrador tiende a experimentar un conjunto de sentimientos de cercanía, unión y calidez hacia su pareja además de sentirse cercano emocionalmente a ésta. Por otro lado, resultan casi inexistentes, como se mencionó, las pulsiones y la idea de mantener una relación con la pareja a largo plazo. **Figura 7.**

El área de los triángulos que sirven de referencia para saber la cantidad de amor experimentado por parte de ambas personas difiere. La pareja posee un triángulo con un área mucho menor que el triángulo del narrador de la canción, por lo que la cantidad de amor experimentado por la pareja es más baja contrapuesta a la cantidad de amor que experimenta el narrador, que resulta más alta. **Figura 6.**

Veamos ahora los niveles reales e ideales de interés entre la pareja. El interés que demuestra la pareja se diferencia por completo del que el narrador manifiesta, esto trae como consecuencia que exista desinterés, tomando en cuenta que los niveles de intimidad resultan menores de lo que el narrador espera y por lo tanto la cantidad de amor difiere entre ambas personas. **Figura 8.**

Otro punto a tocar es el de los intereses de los dos individuos en la relación, para esto, tomando en cuenta la yuxtaposición de ambos triángulos representativos de cada uno de los individuos protagonistas del relato se encuentran intereses que no coinciden a causa de diferir en área y forma lo que aclara porque esta relación tendió al fracaso. **Figura 9.**

De la misma forma la **Figura 10** nos muestra gráficamente cómo se dan las relaciones entre las percepciones de los individuos en la relación y de igual forma se llega a la conclusión de que lo que el narrador percibe y lo que su pareja siente es algo diametralmente diverso.

Por otro lado en el estudio para conceptualizar el amor llevado al cabo por Beverly Fehr, de la Universidad de Winnipeg, Canadá y James A. Fussell, de la Universidad de Columbia Británica, al igual que Sternberg en este caso en particular, la amistad, o el gustarse para Sternberg, es considerada como un tipo de amor ya que en el estudio antes descrito quedó en la primera posición y fue mencionada por más del sesenta por ciento de un grupo de sujetos a los que se les requirió enlistar todas las categorías que les vinieran a la mente al pensar en el concepto amor; de la misma manera, la amistad fue clasificada

en tercer lugar por noventa y dos sujetos a los que se les pidió que clasificaran de entre veinte distintas clases de amor la que mejor representase el concepto de éste.

Tomemos ahora en cuenta, para el análisis más profundo de este caso en particular, la investigación acerca del amor no correspondido hecha por psicólogos de la Universidad de Case Western Reserve. En el caso de la canción **La Puerta** el narrador juega el papel del que ama y, por lo tanto, desea un vínculo afectivo, lo que definitivamente se convierte en una fuerte apuesta que pretende ganar. Ante esta situación el narrador se encuentra frente una disyuntiva: o guarda silencio, y se olvida, o trata de ganar el amor de la pareja, lo que le puede reportar felicidad, que no es el caso según el texto de la canción, sino lo que le trae al narrador es una congoja humillante. Una de las causas que llevan al que ama a esta decepción, ante este amor frustrado, es la diferencia de atractivos en una amistad platónica en la que, como en este caso, el narrador intenta que se torne en una relación más profunda. El rechazo significa para el narrador una evaluación general como persona en la que resulta deficiente y una terrible baja en su autoestima mas, por otro lado, es afectado positivamente en el momento de experimentar sentimientos de pertenencia , al mencionar la ilusión en la canción, aunque no denota preocupación por su pareja. Dentro de la canción en ninguna parte se mencionan los medios utilizados para poder llegar a la pareja o si fueron faltos de escrúpulos, ni tampoco la idea de que se percibió una situación romántica que podría no haber existido. Finalmente el narrador es víctima de una profunda desorganización, es afectado por la incertidumbre y empieza a mostrar un comportamiento erróneo, cuando menciona elementos de reproche en el texto de la canción.

Musicalmente hablando, Luca Marconi nos dota de herramientas para profundizar en el análisis de **La Puerta** por medio de su concepto **Aire de Familia**, o la sensación de ya haber escuchado una canción cuando es la primera vez que ocurre y que ésta misma nos remite a otra; vemos que la canción en cuestión cae en el tipo de las melodías de **Las Hojas Muertas**, lo que provoca al escucha la evocación de una historia triste que tuvo un mal final y le da un sentido de la pérdida de un bien. En la melodía se da una clase de **easy listening** , no en la forma propiamente descrita por Luca Marconi sino de una manera más directa, dado que **La Puerta** es una canción que data de 1958 y resulta fácil de escuchar debido a la familiaridad que el escucha tiene con ésta.

Mauro Carboni introduce el concepto **Campo Musical** , entendido como un lugar de experiencias donde el potencial expresivo del hombre encuentra un espacio y donde éste está conectado a las prácticas, necesidades y deseos de la vida cotidiana; de ahí que **La Puerta** resulte una canción motivante por el equilibrio existente entre su texto y su música y que lleve, a través de una audición de base, es decir líneal y que solamente deposite en la memoria fragmentos aislados, a la liberación de fantasías o al desahogo de necesidades, sobre todo entre los jóvenes para quienes la música es una experiencia de suma importancia pero, en contraparte, no se trata de una experiencia que sea sujeto de un análisis lógico por parte de los oyentes.

4.3 *No sé tú*

Pasemos ahora al análisis de la canción que fue mencionada con más frecuencia por el género masculino: **No Sé Tú** de Armando Manzanero. En lo referente al triángulo y su forma para determinar la clase de amor descrito por el narrador en el texto, se nos presenta una figura que arroja un triángulo escaleno que se inclina insistentemente al lado izquierdo dando por resultado una relación que se ha regido preponderantemente por el componente pasión, la parte "candente" del triángulo; así, nos enfrentamos a un tipo de amor irracional que descrito de otra forma sería un amor a primera vista en el que viene la experimentación de pulsiones fuertes y constantes que son patentes en la letra de la canción ante la mención de besos, abrazos, deseos y metáforas que remiten automáticamente al contacto sexual. Este tipo de amor resulta fácil de localizar, dadas sus características fisiológicas, pero puede disiparse tan rápido como surge. Se denota dentro de la narración de la canción un alto grado de excitación psicofisiológica que se manifiesta en síntomas somáticos, como bien podrían ser la aceleración de los latidos del corazón, el incremento sorpresivo de las secreciones hormonales y, el indicador evidente de la excitación: la erección de genitales. **Figura 12.** Ahora existe una gran diferencia en el área de los triángulos que nos guían para conocer la cantidad de amor que experimentan los miembros de la pareja; al igual que en caso de **La Puerta**, el narrador de la canción tiene un área mucho mayor en este rubro, resultando mayor la cantidad de amor experimentado por éste en contraparte al triángulo ideal de la pareja que en área resulta menor. **Figura 11.** Por otro lado, en la gráfica en la que se juxtaponen ambos triángulos para conocer las relaciones entre los niveles reales e ideales de interés, se vuelve, una vez más, patente el exceso de interés por parte del narrador de la canción hacia su pareja cuando nos percatamos de que el triángulo real, el que representa al

narrador, cubre totalmente al ideal, el de la pareja, lo que podría dar como resultado insatisfacción por no coincidir ambos triángulos ni en formas, ni en áreas. **Figura 13.** Ahora en la **Figura 14** se notan dos triángulos que, al igual que en la figura anterior, no coinciden, en este caso en los intereses de los dos individuos que toman parte en la relación. El área no cubierta después de la yuxtaposición de los triángulos representa la insatisfacción que se experimenta, en el caso del narrador la falta de contactos sexuales y la necesidad de una mayor frecuencia de éstos y, por lo tanto el peligro de fracaso. Para concluir con la parte del análisis por medio de la geometría del triángulo del amor de Sternberg veremos ahora cuáles son las relaciones entre las percepciones de los individuos descritas en la canción **No Sé Tú**; aquí nos encontramos también con percepciones que difieren y se contraponen en área y forma y con base a esto podría bien aclararse el éxito o el fracaso de la relación. **Figura 15.** Cabe hacer mención que las figuras 8, 9 y 10 de **La Puerta** y 13, 14 y 15 de **No Sé Tú** resultan muy similares debido a que las figuras 8 y 13 grafican los niveles reales e ideales de interés y para esto se usó un triángulo ideal; mientras que para las gráficas 9, 10, 14, y 15 se tomó como triángulo de la pareja un triángulo equilátero que resulta ser también el ideal.

Para explicar la conceptualización del amor que el narrador maneja en **No Sé Tú** se utilizarán los resultados de la investigación que realizaron Fehr y Russell con respecto a los límites precisos del amor; en esta parte del estudio ciento dieciocho sujetos universitarios fueron cuestionados sobre los límites de treinta clases diferentes de amor y en los resultados la mayoría de los sujetos juzgó que el amor romántico era una clase de amor; dejando solamente a un dos por ciento en desacuerdo con la mayoría; la parte

enriquecedora de estos resultados del estudio fue la conclusión de que la gente con preparación a nivel profesional no concordara entre qué incluiría y que no en la categoría del amor. Lo anterior nos da herramientas para inferir que en el caso del narrador de la canción **No Sé Tú** éste ignora también lo que incluye el concepto amor y tiende a tener una fuerte inclinación a clasificarlo como amor romántico debido a que el amor carece de límites precisos y por lo tanto, en el caso de la canción en cuestión, el narrador maneja y entiende el concepto amor romántico sin tener las herramientas suficientes para hacerlo y sin tomar en cuenta que la conceptualización de éste es más compleja.

Ahora tomemos opiniones con relación a la investigación acerca de amor no correspondido realizada por los psicólogos de la Universidad de Case Western Reserve para profundizar más en lo que respecta a la canción **No Sé Tú** de Manzanero. El narrador, que ama, desea un vínculo afectivo con la pareja y trata de ganar su amor, ya que en otra situación le reportó felicidad después de haber rebasado la barrera de la amistad platónica, sin embargo, podría darse que la diferencia de atractivos provoque que esta relación se convirtiese en un caso de amor no correspondido, el rechazo del blanco del que ama le reporta incertidumbre, frustración y una fuerte pérdida de la autoestima, de acuerdo al discurso de la canción, al mismo tiempo que se ve afectado positivamente por sentimientos de pertenencia hacia la pareja pero no se denota preocupación alguna por ésta en la narración. En **No Sé Tú** se nos expone a una relación que está en peligro de fracasar al formarse y no tener éxito, aquí el objeto renuente del afecto del narrador provoca que sus reacciones y emociones, descritas en la narración de la canción, dependan en muy alto grado de los actos de éste y, en este caso

en particular, la reacción de renuencia, por parte del que rechaza, involucra emociones psicosomáticas en el narrador por lo que nos enfrentamos a un caso de interdependencia interpersonal en lo que se refiere a cómo las acciones de la pareja determinan las del narrador.

Continuaremos ahora aplicando el término **Aire de Familia** de Marconi en este caso particular .

Aquí nos encontramos frente a una canción que nos remite a una historia con un sentido de lamento o de bien perdido, la insistencia de repetición de contactos sexuales, lo que hace que caiga para su clasificación en el conjunto de las melodías de **Las Hojas Muertas**; la canción de Manzanero dista de provocar experiencias dulces, líricas o afectivas y en su lugar estimula una situación triste de patetismo depresivo al apropiarse del esquema ya antes mencionado y al hacer uso de una escala descendiente.

Por otro lado Mauro Carboni , a través de la introducción de su concepto **Campo Musical**, nos explica cómo a través del campo de experiencias donde la capacidad expresiva del hombre encuentra un lugar de acción y, además donde éste se liga a prácticas y deseos de la vida cotidiana, el ente libera su fantasía debido a lo estimulante, hablando en términos de depresión, que resulta la canción **No Sé Tú** . Por lo equilibrado de su texto, con frases desesperadas patentes o metafóricas que remiten al acto sexual, y su música con un **Aire de Familia** de **Las Hojas Muertas** y, por lo tanto No melódico que provoca depresión junto con el uso de la escala descendiente, **No Sé Tú** lleva de la mano al escucha, que lleva al cabo un audición para la comprensión de la música de base,

líneal y fragmentaria, que únicamente deja en la memoria partes aisladas y vagas, hacia el rol de la persona que ama y es rechazada dentro del esquema del amor no correspondido reportándole como consecuencia toda la gama de experiencias ya antes descritas en forma de regresión a una situación experimentada con anterioridad.

4.4 Presentación del producto.

Para concluir este capítulo, concerniente a análisis y resultados, se tomarán en cuenta elementos que, aunque distan mucho de ser musicales, resultan altamente significativos para el escucha/consumidor en el momento de la adquisición del producto o de la audición de éste; con este objetivo en mente, se procederá a dar una breve descripción del artículo de consumo en cuestión. **Romance**, de Luis Miguel, se encuentra disponible en el mercado en dos diferentes presentaciones: *Compact Disc* o cinta. para efectos esta descripción se tomará como muestra el *Compact Disc*. De proporciones estándar, con una portada, y contraportada, a dos tintas en las que se combinan el blanco y el sepia, se distingue una fotografía con la siluetas del rostro, las manos y el tórax del cantante en cuestión colocada insistentemente hacia el extremo derecho de la portada. La fotografía está enfocada en *Mid Shot* y se aprecia al cantante frente a un micrófono arcaico de enormes proporciones; el cantante tiene la cabeza inclinada hacia el micrófono con la boca abierta y con la mano izquierda semiabierto rodeando el contorno del micrófono mientras con la mano derecha sujeta la base del micrófono. El cantante usa ropa formal aunque no se encuentra vestido totalmente de acuerdo a las reglas de gala pues su

camisa blanca para smoking tiene el último botón del cuello sin abotonar además de tener, alrededor de cuello, una corbata de moño sin el nudo correspondiente. Casi en el extremo inferior izquierdo se encuentra el logotipo comercial del cantante.

Los cantos de la caja del *Compact Disc* contienen impresos que identifican al producto: LUIS MIGUEL / ROMANCE CDIX - 7150, aunque las letras de la clave varían, en altas y escritos con los mismos tonos de tintas que en la portada y en la contraportada.

En la contraportada del producto sobresale un *Close-Up* de la misma imagen de la portada

de la parte superior del micrófono y de la mano izquierda del cantante también colocada, al igual que en la portada, en el extremo derecho. En el extremo superior izquierdo de la contraportada se encuentra el logotipo comercial del cantante y aproximadamente en la parte media del mismo extremo sobresale el título del *Compact Disc* escrito en altas y bajas con letra Palmer encabezando un listado de trece títulos de boleros, escritos de la misma forma antes descrita pero con la particularidad de estar anteceditos por el año en que cada bolero fue compuesto. Por otro lado, en la parte media inferior de la contraportada se lee:

(P) © 1991 WARNER MUSIC NETHERLANDS B V, escrito completamente en altas y sobre esto se encuentra impreso el código de barras. Por último, en el ángulo superior izquierdo se encuentran los logotipos de la Warner Music México y de la WEA junto con el número de clave del *Compact Disc*.

La portada descrita es en realidad el anverso de un folleto de ocho páginas , lo que incluye portada y contraportada, en el que se encuentran impresas las letras de las canciones contenidas en el *Compact Disc* además de cinco fotografías del cantante en poses similares a la de la portada en la que el común denominador es el micrófono, siempre sujeto por el puño derecho del cantante, y la posición inclinada a éste, hacia la derecha, de la cabeza del cantante; sin embargo en una fotografía del folleto desaparece por completo la silueta del cantante y queda solamente un antebrazo y un puño sujetando el micrófono.

Por lo que respecta al *Compact Disc* en sí, la imagen de la portada es reproducida sobre éste del lado derecho y del lado izquierdo aparecen los logotipos y claves ya mencionadas así como los títulos de las canciones, al igual que en la contraportada; el logotipo del cantante y el título del disco aparecen en la parte central superior del disco y el logotipo que identifica al sistema digital *Compact Disc* se encuentra en el extremo opuesto.

4.4.1 Elementos psicoanalíticos del producto.

Gráficamente encontramos que, en la presentación del producto al consumidor, se hace uso del color sepia sobre un fondo blanco; de acuerdo a la psicología del color los tonos ocres, como es el caso del sepia, remiten al receptor del mensaje visual a situaciones de relajación distantes de stress; es el tono femenino por excelencia que se usa en publicidad para denotar distinción y elegancia. La falta de definición de las imágenes en la presentación del *Compact Disc*, a través del uso de siluetas, sugiere al que lo percibe una

situación de misterio en la que el misticismo juega un papel principal al igual que la incertidumbre. La posición del cantante en el lado derecho de la portada está basada en la teoría que sostiene que el ojo humano confiere toda su atención al ángulo superior derecho en el momento en el que se procede a la observación de una imagen, por lo que la portada del producto capta automáticamente la atención del comprador en potencia que es influenciado por elementos subliminales para realizar la compra.

De acuerdo al psicoanálisis, el mundo occidental del siglo XX se rige por un sistema falogocéntrico; Sigmund Freud basa su teoría en el comportamiento sexual del ser humano desde una muy temprana edad en la que éste se percata de las diferentes posibilidades que tiene para la obtención de placer; así el niño, tomado como un perverso polimorfo, pasa por diferentes fases a través de su niñez. En la primera fase .la fase oral , el niño se da cuenta del placer que puede obtener por medio de la boca, lo que ocurre a la hora en que el niño mama la teta de la madre lo que la convierte en su primera amante, hecho que queda registrado en la parte inconsciente del ser. La segunda de éstas sería la fase anal en la que se percata que a través del ano se obtiene placer, este momento llega al defecar. La fase genital es la tercera y es en ésta en la que el niño se percata de la existencia del falo en su cuerpo por medio la exploración táctil; en el momento del hallazgo el niño tiende a la manipulación del mismo y descubre que a través de sus genitales también obtiene placer; la idea de la posesión de la madre, su primera amante, se viene abajo en el momento en que nota que en realidad el poseedor de ella es su padre y es en este punto que viene una castración simbólica, lo que en psicoanálisis se define como complejo de castración. Es en ese momento en el que se enfrenta a una realidad: la posesión del falo significa poder y, por lo tanto, placer y satisfacción. En este

punto se dan las diferencias entre los géneros; el niño como poseedor del falo pero despojado de la madre y la niña carente del falo y también despojada del padre, su primer amante; es aquí cuando se dan los complejos de Edipo y de Elektra respectivamente. Posterior a esto el ser humano cae en una etapa de latencia de la que saldrá hasta que se manifiesten los caracteres sexuales secundarios y una vez que se llegue a una edad fértil, reproductivamente hablando, la búsqueda de la pareja será determinada de acuerdo a patrones concebidos de acuerdo a los padres del sexo opuesto.⁴⁻⁵

El diseño y, por lo tanto, la presentación de mensajes de los productos de consumo se encuentra plagado de un lenguaje simbólico iconográfico que tiene como propósito explotar la parte inconsciente del ser humano para lograr así que el consumidor en potencia sea estimulado y responda al mensaje presentado con la compra del producto que pretende venderse; el psicoanálisis ha sido utilizado para estos fines y en el caso de la presentación del *Compact Disc Romance* de Luis Miguel se denota la manipulación de un lenguaje simbólico iconográfico. Dado que, como se había hecho mención, la cultura occidental se basa en un sistema falocéntrico, dentro de la presentación del producto al consumidor en potencia se aprecia la presencia de un falo en forma simbólica: el micrófono, la posición de ambas manos, la derecha sujetándolo y la izquierda rodeándolo lo remiten a situaciones experimentadas, consciente o inconscientemente, en la que ha existido represión sexual y es, mediante la observación de dicha imagen, que se abre al sujeto que observa, la invitación para obtener satisfacción. Por otro lado, la posición de la cabeza del cantante inclinada hacia el símbolo fálico con la boca entreabierta fuerza al

⁴⁻⁵ Hesnard, Angelo Louis Marie La obra de Freud y su importancia para el mundo moderno México, Fondo de Cultura Económica, s.a., 348 pp.

observador a tener una regresión a la fase oral de la niñez y remite de la misma forma a tomar en cuenta la estimulación oral del falo para la obtención del placer; la dicotomía ropa formal vestida de manera holgada libera al observador de su superyó. léase represión, e incita a su parte inconsciente a una situación de relajación y, por lo tanto, de placer. El título del *Compact Disc* evoca la búsqueda del placer, su obtención a través de la satisfacción y del poder a través del amor. La letra *Palmer*, usada en el reverso de la portada y que ha sido estereotipada como símbolo de femineidad; trae a la vez consigo la regresión a un tiempo pasado mejor en el que existir: la paz y la tranquilidad, lo que podría ser una etapa prenatal, todo esto reforzado con los años impresos que anteceden cada título de las canciones. En la contraportada en *Close-Up* de la parte superior del micrófono y la mano izquierda rodeándolo predisponen al inconsciente a la obsesión por el falo, tómese en cuenta que el lugar en el que se plasma el acercamiento de la imagen es de gran importancia en el momento del primer contacto con el producto.

Una vez adquirido el producto, el escucha / consumidor tendrá acceso al folleto contenedor de las letras de las canciones incluidas en el *Compact Disc* que a su vez es ilustrado por cinco fotos en las que se toma como base la pose de la portada, lo que las hace muy similares, con excepción de una, en la que el torso del cantante desaparece por completo de cuadro y sólo se aprecia una parte de un antebrazo junto con un puño que sujeta el micrófono, lo que corona la tan buscada posesión del falo y provoca en el sujeto una regresión a la fase genital de la niñez. El uso de la repetición del elemento fálico iconográfico en forma simbólica a lo largo del folleto contenido en el *Compact Disc*, que a final de cuentas es reproducido nueve veces en todo el producto, muestra la importancia de este simbolismo en la presentación del artículo de consumo.

4.4.2 Orientación para la audición del producto.

Otro concepto a tomar en cuenta para el análisis del producto en sí es el paratexto descrito por Maurizio Della Casa como los títulos o programmas eventuales que se asocian a la composición y que funcionan como orientadores para la audición. El sólo título **Romance**, del *Compact Disc* en cuestión, da al escucha un punto de partida que le sugiere un esquema del género musical al que se va a enfrentar : las canciones románticas y a partir de ahí el escucha empieza a formarse ciertas expectativas en lo que respecta a cómo se dará la organización del trabajo. El listado de títulos mencionado en el *Compact Disc* jugará el papel del detonador que echará a volar la imaginación del escucha / consumidor predisponiéndolo a pronosticar lo que va a pasar en la narración conforme vaya leyendo cada título de canción contenida en el listado. Así **No Sé Tú** sugiere al consumidor remitirse a una situación en la que reina la incertidumbre, mientras que **La Puerta** plantea la disyuntiva de acceso a un bien o a una situación de abandono, lo que trae regresiones a situaciones vividas en el pasado y a caer, finalmente, en la proyección del estado inconsciente con el narrador de la canción, debido a que la selección de una canción, o un cantante, no es simplemente el hecho de un gusto musical sino que tiene que ver con comportamientos y situaciones del escucha de acuerdo a Maurizio Disoteo.

Cabe hacer mención de que, aunque se toma por algo dado, no existen programas en el *Compact Disc* que ayuden al escucha a orientarse en el momento de la audición; sin embargo no es una cuestión que atañe al trabajo que se tomó como muestra para la presente investigación sino que es inherente al género de la música popular en general y se da en el *Compact Disc* investigado porque la audición de música popular, en general, no es vista como una opción para llevar a cabo un análisis y se torna, únicamente, en una forma de entretenimiento; a diferencia de ésta la música clásica dota a su escucha de un mapa del itinerario musical y expresivo de la pieza cuando delimita si el movimiento será **lento, adagio, allegro, vivace, o presto**, por mencionar algunos, o en el caso de la ópera si la interpretación será en **dúo, aria o recitativo. Anexo V.**

FUENTES

Auditiva

- Romance

No me platiques más; Inolvidable; La puerta; La barca; Te extraño; Usted; Contigo en la distancia; Mucho corazón ; La mentira; Cuando vuelva a tu lado; No sé tú ; Cómo .

Luis Miguel

WEA Warner Music México

CD DDD

1991

Bibliográfica

- Hesnard , Angelo Louis Marie

La obra de Freud y su importancia para el mundo moderno

México, Fondo de Cultura Económica.

348 pp

Hemerográfica

- Sternberg J, Robert
" A triangular Theory of Love "
Psychological Review
Vol. 93 N° 2 pp. 119-135
1986

Internet

- Little Judy.
Romance
<http://www.lamusica.com/romance.htm>.
1995 WEA Latina
pp 1-2

La puerta

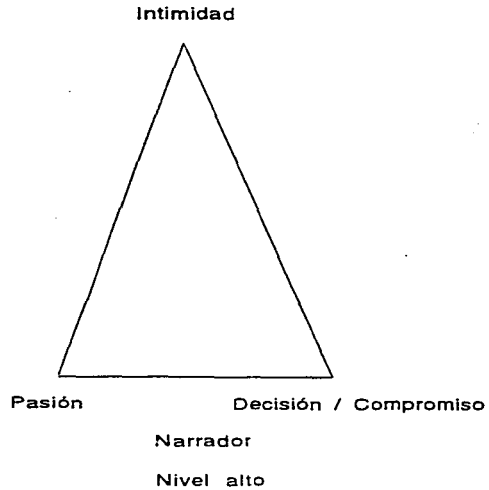
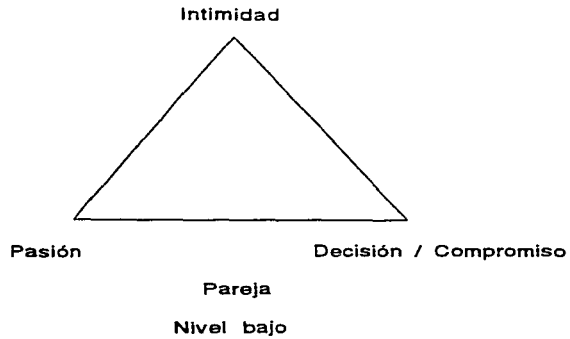
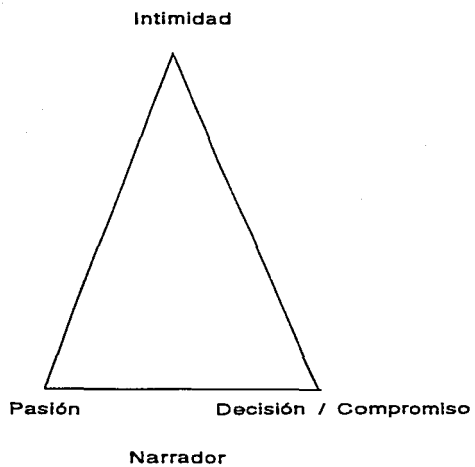


FIGURA 7 La forma del triángulo para determinar la clase de amor

La puerta



La puerta

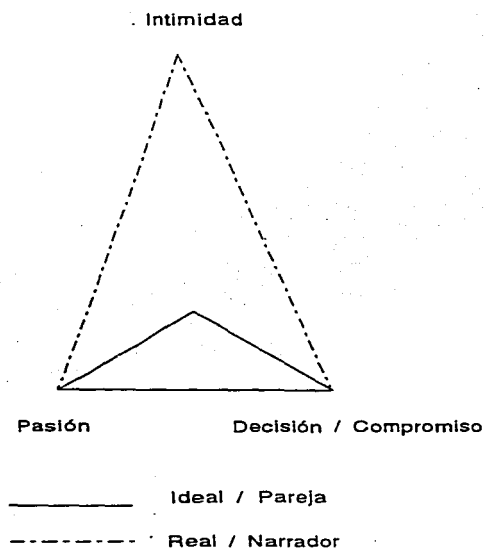


FIGURA 9. Las relaciones entre los intereses de dos individuos en la relación

La puerta

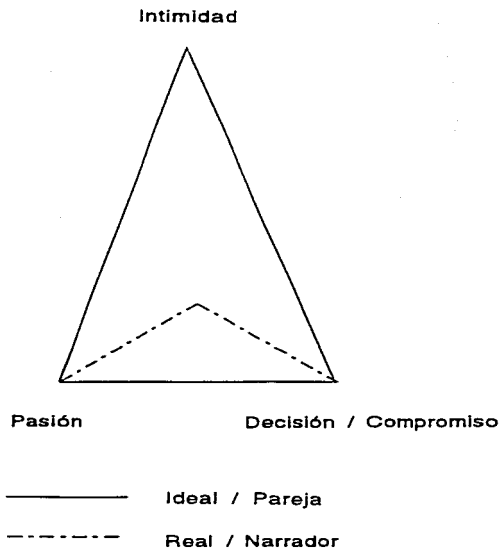


FIGURA 10. Las relaciones entre las percepciones de los individuos en la relación

La puerta

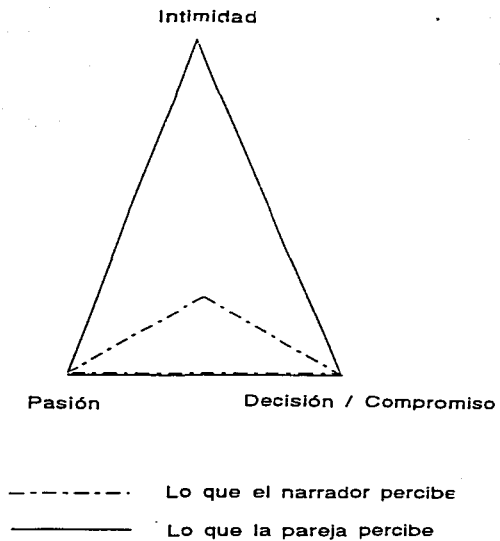
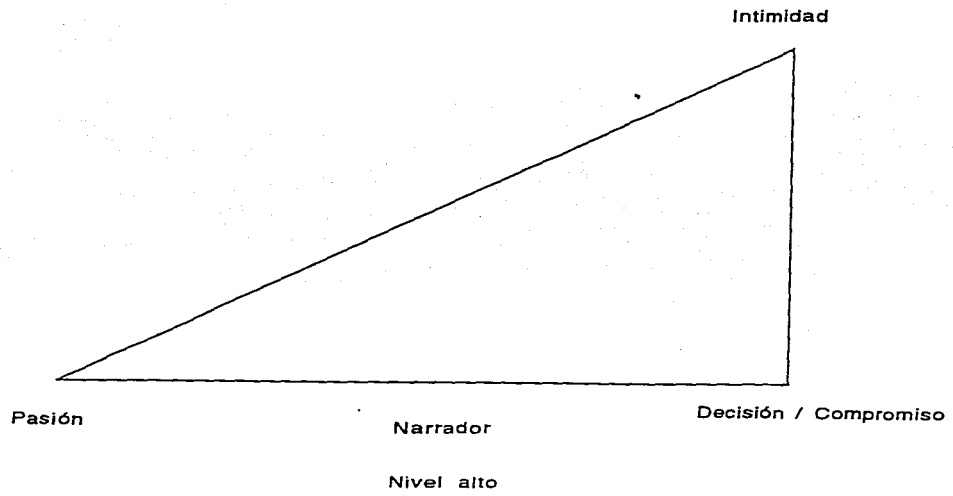
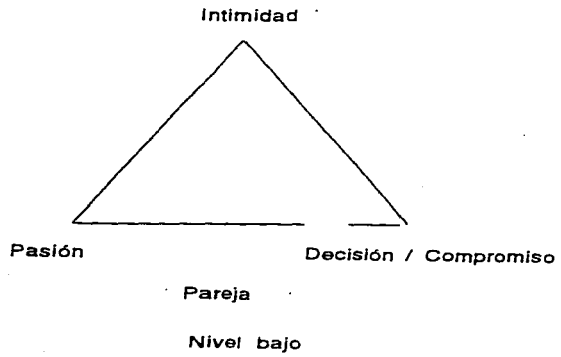
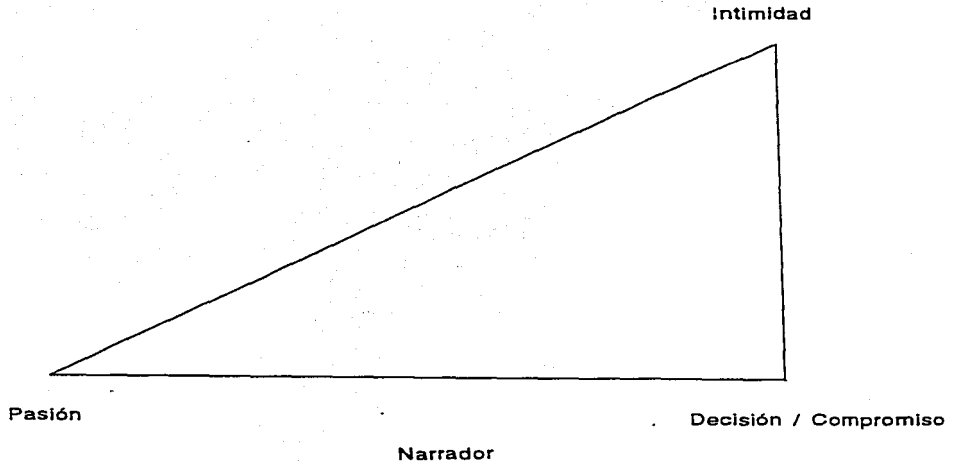


FIGURA 11. El área del triángulo como referencia para conocer la cantidad de amor

No. 16 tú





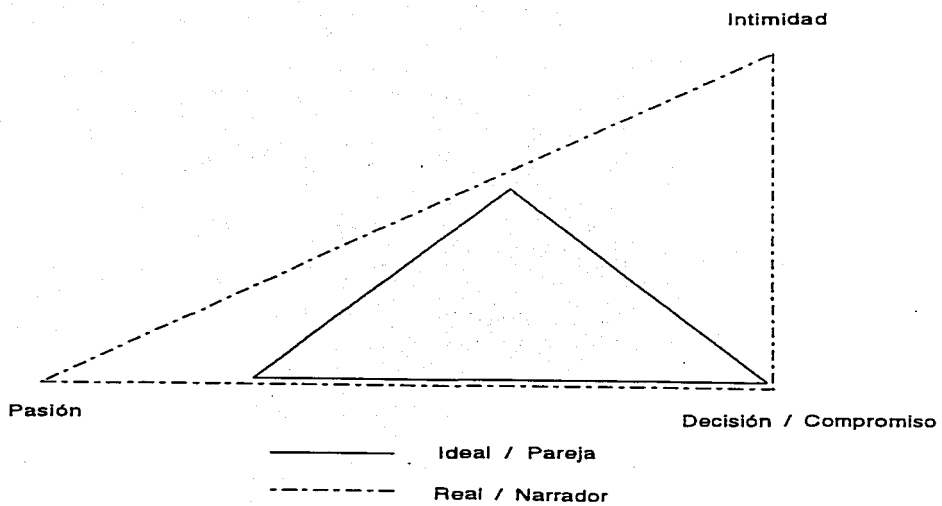


FIGURA 11 Las relaciones entre los intereses de dos individuos en la relación

No sé tú

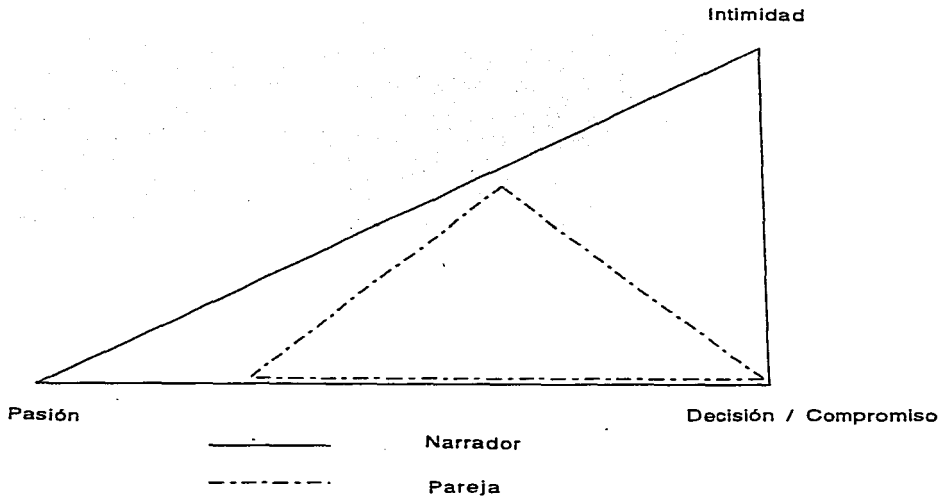
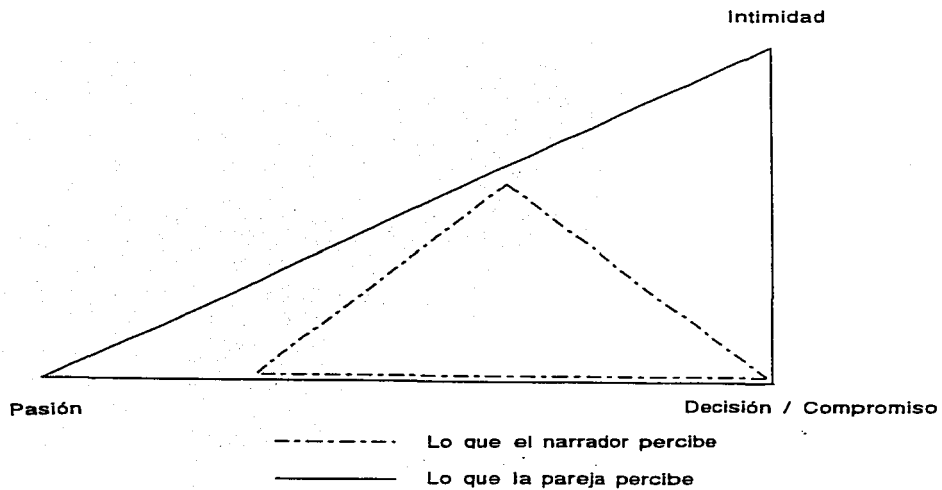


FIGURA 15. Las relaciones entre las percepciones de los individuos en la relación

No sé tú



CONCLUSIONES

La industria del disco, valiéndose de todas las características de la radio, difunde sus productos que llegan a un público consumidor en potencia de una manera inmediata; el uso de la radio por parte de la industria del disco la posibilita para llegar incluso a los estratos sociales más marginados, como lo son la población analfabeta, que no tiene acceso a la lectura pero sí a la audición de la radio que mediante la programación de canciones románticas causa en el oyente un efecto psicológico impactante, por la emoción que éste experimenta, dado que lo hace *partícipe* de la narración; ahora, debido a que la radio no es un medio que exija la total atención del receptor, gran parte de las canciones difundidas incesantemente caen en la parte inconsciente del ser y, tomando en consideración que es casi seguro que en cada casa exista, por lo menos, un receptor de radio, se puede entender la penetración que ha tenido la radiodifusión, y por lo tanto las canciones románticas, que ha llegado a influir en el comportamiento de los escuchas y a cambiar, también, sus usos y costumbres con fines de lucro.

La industria del disco maneja una cantidad de elementos afectivos contenidos en la canciones románticas, que a su vez difunde la radio, como lo son la intimidad, la pasión y la decisión/ compromiso de la teoría triangular del amor de Robert J. Sternberg así como una fuerte dosis de amor no correspondido. Sin embargo en ambas canciones usadas como muestra se denota una clara tendencia a difundir un tipo de relaciones que resultan en gran medida insatisfactorias, dado que en ambas no se consiguen equilibrar ninguno de los ángulos de los triángulos y por lo tanto las canciones difundidas tienen una clara inclinación a ser clasificadas dentro del tipo de canciones con tópicos de amor no

correspondido. El escucha, por su parte, ante la falta de información con respecto a qué comportamiento llevar a cabo en una situación de pareja, busca un patrón de conducta a seguir y éste es fácilmente identificado en uno de los medios más accesibles como lo es la radio y mediante la incesante repetición de la canción logra penetrar en la parte inconsciente del escucha convenciéndolo de que la forma de comportarse indicada por el texto de la canción es la correcta. Lo anterior da pie a una cantidad de situaciones de soledad, frustración, abandono e insatisfacción en las que el escucha cae, dado que la mayoría de las canciones ensalzan al amante rechazado y lo refuerzan en este tipo de comportamiento, no sin antes dotarlo con un bagaje de frases hechas para ser utilizadas dentro de las situaciones que así lo requieran. La carencia de una educación sentimental torna a los medios de comunicación en verdaderos educadores y consejeros de la población en este rubro, lo que les da la oportunidad de llevar a cabo una manipulación sentimental con fines de lucro dado que no se toman en cuenta las consecuencias psicológicas del oyente a través de elementos musicales como el empleo de música no melódica, que automáticamente remite al escucha a situaciones depresivas, y al uso del **Aire de familia** del grupo de **Las Hojas Muertas** para reforzar la antes descrita situación, en el caso de esta investigación el **Aire de familia** fue mínimamente utilizado ya que se optó por boleros." Romance se sigue oyendo como parte del repertorio "posmoderno" de fin de siglo, ahí donde el amor romántico ha perdido mucho de su fuerza formativa reteniendo su capacidad de recrear al instante escenografías mentales y de obligar a las parejas y a las familias a un repertorio febril: evocar lo jamás vivido, abrazarse a la relación circunstancial en pos de la eternidad, precisar las fechas en que esas canciones significaron encandilamiento o frustración."¹ , canciones que figuran ya dentro del gusto

¹ Méxsisvals, Carlos "Luis Miguel. La propuesta de un género" Syncretic Pulse Suplemento en español No. 10 diciembre 1995 p 2

de los escuchas, lo que coarta la creatividad dado que son solamente retomadas para llevar a cabo un *Easy Listening* y se toma en cuenta, en términos de mercado, que lo que una canción pretende satisfacer es el deseo de expresión de la colectividad que en este caso es manipulado e impuesto. Así, al tomar en consideración que un gran sector de la población no puede realizar una audición avanzada se entiende cómo la industria del disco y la radio se facilitan la tarea de imponer patrones de conducta al oyente, debido a que la audición se hace casi inconscientemente lo que trae como consecuencia, además de las otras situaciones ya mencionadas, la predisposición a sentirse como la música y el texto se los dicte. La gente busca a través de los medios de difusión masiva, en este caso de las canciones, un espejo de sueños que le son presentados con la ventaja que tienen los medios ante la carencia de una educación sentimental, lo que trae como resultados lo que va desde la simple baja en los niveles de autoestima hasta, en algunos casos extremos, el suicidio debido a que se liberan fantasías que contrapuestas a la realidad traen consigo resultados muy frustrantes. Por otro lado dentro del momento anterior a la audición el escucha está expuesto también a otra serie de elementos, como los títulos y el programa que son de gran importancia para el escucha, y por lo tanto para los productores y distribuidores, que le dedican una gran cantidad de tiempo y recursos al diseño de portadas y títulos de los discos lo que inmediatamente remite al escucha a un estado de ánimo impuesto y siembra en éste expectativas con respecto al contenido del disco. Todo esto reforzado con una fuerte carga de elementos iconográficos como el uso del color, el diseño y la explotación del inconsciente freudiano, de esta forma los elementos del paratexto tienen una función trascendental tomando en cuenta que la apariencia del disco es lo primero que impacta al entrar en contacto con el escucha que a

su vez es un comprador en potencia, en busca de un lugar en donde proyectar compensaciones afectivas e identificarse con personajes.

En resumen, en nuestro país un gran porcentaje de la población se encuentra en edad productiva o está a punto de entrar al mercado laboral lo que los vuelve consumidores en potencia dado que tendrán un poder adquisitivo, lo que no pasa por alto ante las expectativas de ganancias de la industria del disco que encamina una gran cantidad de productos a este sector de la población; y de entre estas producciones destacan las canciones románticas elaboradas por expertos que tienen como fin hacer un producto que determine un estado de ánimo en el escucha para asesorarlos sentimentalmente, dotándolos de un estereotipo o un patrón de conducta a seguir que, aunado a la técnica de la repetición constante, conduce al escucha / consumidor, a este producto que le ofrece estímulos afectivos, consuelo o consejo dentro de su relación, lo que en realidad se torna en una imposición de patrones a seguir en una situación de pareja. Las industrias en cuestión tienen como fin la comercialización de su producto, las canciones románticas en este caso, y ponen en práctica todo recurso a su alcance para que la adquisición del producto se torne necesaria, así en el momento de la decisión de compra, el consumidor en potencia preferirá un producto diseñado que concuerde con sus supuestas expectativas, aunque en realidad se traten de expectativas y necesidades creadas e impuestas por las empresas que llevan a cabo una manipulación de la capacidad de relación de los individuos, es decir, no sólo se comercia con determinados hábitos, como podría ser la vestimenta, por mencionar algún indicador, sino que se impone también cuál debe ser nuestro comportamiento dentro de las relaciones de pareja.

FUENTE

Hemerográfica

- Monsiváis Carlos
" Luis Miguel : La propuesta de un género "
Syncro Pulse Suplemento en Español.
Nº 10 Diciembre de 1995
pp 2- 3

FUENTES DE INFORMACIÓN

Auditiva :

- "Adagio"

Classical

Nana Mouskouri

Philips

CD DDD

1990

- Carmen

Ópera en cuatro actos de Georges Bizet

Maria Callas; Nicolaï Gedda; Andréa Guiot; Robert Massard; Nadine Saureteau; Jane Berbié; Jean-Paul Vauquelin; Jacques Pruvost; Maurice Maievski; Claude Cales; Jacques Mars; Choeurs: René Duclos; Orchestre du Théâtre National de l'opéra de Paris; Georges Prêtre.

EMI Records Limited

CD ADD

6 - 20 de Julio de 1964

- The giants of France Vol.2.

Les feuilles mortes; Si tu t'imagines; Comme un p'tit coquelicot; Les amoureux des bancs publics; Trois petites notes de musique; je hais les dimanches; Un jour tu verras; La mauvaise réputation; Les amants; Coin de rue; Le déserteur; Chanson pour l'auvergnat; La chansonnette; Paris canaille; Barbara; Je me suis fait tout petit; Le jazz et le java; Paname; petite fleur; La femme d'Hector.

Yves Montand, Juliette Gréco, Mouloudji, Georges Brassens.

SPA

CD AAD.

1988

- La Traviata

Ópera en tres actos de Giuseppe Verdi

Maria Callas; Alfredo Kraus; Mario Sereni; Laura Zanini; Maria Cristina de Castro; Piero de Palma; Alvaro Malta; Vito Susca; Alessandro Maddalena; Manuel Leitaó; Coro del Teatro Nacional de San Carlos, Lisboa; Mario Pellegrini y Carlo Pasquale; Orquesta Sinfónica del Teatro Nacional de San Carlos, Lisboa; Franco Ghione.

EMI Records Limited

CD ADD

27 de Marzo de 1958

- Le nozze di Figaro

Ópera buffa en cuatro actos de Wolfgang Amadeus Mozart

Thomas Hampson; Kiri Te Kanawa; Dawn Upshaw; Ferruccio Furlanetto; Anne Sofie Von Otter; Tatiana Troyanos; Paul Plishka; Ar:thony Laciura; Michael Forest; Renato Capecchi; Heidi Grant; Joyce Guyer; Stella Zambalis; The Metropolitan Opera Orchestra; The Metropolitan Opera Chorus; James Levine.

Deutsche Grammophon

CD DDD Digital estéreo

1991

- Romance

No me pliques más; Inolvidable; La puerta; La barca; Te extraño; Usted; Contigo en la distancia ; Mucho corazón; La mentira; Cuando vuelva a tu lado; No sé tú; Como.

Luis Miguel

WEA Warner Music México

1991.

- Vedrai, Vedrai

Vedrai, Vedrai; Tu non hai capito niente; Ballata della moda; Quasi sera; Passaggio a Lievello; Se potessi, amore mio; Ho capito che ti arno; Ragazzo mio; Ballata del marinaio; lolo se già, Ballata dell'eroe; Ah...l'amore, l'amore.
Luigi Tenco.

Replay Music, Butterfly Music

CD AAD.

1991

Bibliográfica:

- Fernández Christlieb, Fátima
Los medios de difusión masiva en México
México, Juan Pablos Editor, 1982
330pp.
- Hesnard, Angelo Louis Marie
La obra de Freud y su importancia para el mundo moderno
México, Fondo de Cultura Económica, S.A.
348 pp.
- Participación Social: V 1
México, Foro de consulta popular de comunicación social 1983
393 pp (Comunicación social 5)

- Rev. Alain et al
Le micro-Robert
Dictionnaire d'apprentissage de la langue française.
Francia, Diccionarios Le Robert, 1989.
1376 pp.

Epistolario:

- Carta
Raúl Cervantes Ayala
México D.F. R.C.A.
1987.
Menciona algunos datos con respecto a la historia del disco en México.

Hemerografía:

- Anuario de la industria musical de México
Discoméxico,
Anual
México D.F.
1992.
- Baumeister F, Roy Wotman R, Sara Stillwell M, Arlene
"Unrequited Love: On Heartbreak, Anger, Guilt, Scriptlessness and Humiliation"
Journal of Personality and Social Psychology
Estados Unidos
Vol. 64 No.3 pp 377 Marzo, 1993.
- Carboni, Maurc
"La canzone in classe"
Musica Domani
Italia.
No.84-85 Noviembre 1992.
pp 31-33

- Della Casa, Maurizio
"La comprensione della musica. Un problema educativo sempre aperto".
Musica Domani
Italia.
No.84-85 Novembre, 1992.
pp 17-25
- Disoteco, Maurizio
"I sogni in cartella. La Pop Music a confronto con la scuola"
Musica Domani
Italia
No.84-85 Novembre, 1992.
pp 27-29
- Fehr, Beverly Russell A, James
" The concept of love . Viewed from a prototype perspective"
Journal of personality and social psychology
Estados Unidos
Vol. 60 N° 3 Marzo de 1991
pp 427-435

- Hernández, Salvador
" De qué hablamos cuando hablamos de amor "
Muy interesante
Año 10 N° 10 Octubre de 1993
pp 6-7
- Hernández, Salvador
" La fórmula de Cupido "
Muy interesante
Año 10 N° 10 Octubre de 1993
pp 8-9
- Ivry, Benjamin.
" A soprano goes off "
Newsweek
Estados Unidos
28 de Agosto de 1992
p 32

- Kimmel , Alain
" L'amour en France "
Le français dans le monde
Francia
Nº 244 Octubre de 1991.
pp 49 -52
- Marconi, Luca
" Come analizzare (e costruire) melodie "
Musica Domani
Italia
Nº 82 Julio de 1992
pp 10-12
- Monsiváis, Carlos
" Luis Miguel : La propuesta de un género "
Syncro Pulse Suplemento en Español.
Nº 10 Diciembre de 1995
pp 2- 3

- Rangel, Xavier
"Apuntes para la historia de la radio en México"
1ª parte.
Antena
Diciembre de 1981 - Enero 1982
pp 8 - 9
- Rangel, Xavier
"Apuntes para la historia de la radio en México"
2ª parte.
Antena
Abril - Mayo 1982
pp 8 - 9 y 34
- Rangel, Xavier
"Apuntes para la historia de la radio en México"
3ª parte.
Antena
1982

- Sternberg J, Robert
"A Triangular Theory of Love"
Psychological Review
Vol. 93 No.2 119-135 pp
1986

Internet

- Little Judy.
Romance
<http://www.lamusica.com/romance.htm>.
1995 WEA Latina
pp 1-2

ANEXOS

Anexo I

PRESENTACIÓN

La presente encuesta está diseñada para conocer el tipo de música preferida por la juventud, para lograr esto, te pedimos que contestes las siguientes preguntas con honestidad, los resultados serán totalmente confidenciales; sin embargo, es necesario que llenes los siguientes datos generales :

Edad : _____

Sexo : _____

Ocupación : _____

Escolaridad : _____

En caso de que el espacio para contestar en el cuestionario resulte insuficiente, por favor utiliza la parte posterior de éste especificando el número de la pregunta .

Por tu cooperación,

Muchas gracias

ENCUESTA

1. ¿ Te gusta la música romántica ?

SÍ

NO

1a. ¿ Por qué ? _____

2. ¿ Cómo te sientes y en qué piensas cuando escuchas música romántica ?

3. ¿ Cuáles de estas canciones te sabes de memoria ?

- No me platicues más.
- Inolvidable.
- La puerta.
- La barca.
- Te extraño.
- Usted.
- Contigo en la distancia.
- Mucho corazón.
- La mentira.
- Cuando vuelva a tu lado.
- No sé tú.
- Cómo.

3 a. Escribe el nombre de las canciones que te sepas y un fragmento de cada una de ellas.

4. En los discos, CD's o cassettes que tienes en tu casa, ¿ Está el de **Romance** de Luis Miguel ?

SÍ

NO

4 a. ¿ Quién lo compró ? _____

4 b. ¿ Suelas escucharlo con frecuencia ?

SÍ

NO

5. ¿ Cuándo sientes la necesidad de escuchar música romántica ?

6. ¿ Consideras que haya algún tipo de preparación para enfrentarse a una relación de pareja ?

SÍ

NO

7. ¿ En alguna ocasión te has enamorado y no has sido correspondido (a) ?

SÍ

NO

7 a. ¿ En caso afirmativo, ¿ has encontrado alguna opción, en lo que se refiere al comportamiento frente al rechazo, por medio de alguna canción romántica ?

SÍ **NO**

8. ¿ En alguna ocasión has rechazado el afecto de alguna persona que haya estado enamorada de ti ?

SÍ **NO**

8 a. Si la respuesta es afirmativa, ¿ has sabido cómo actuar para rechazar a esta persona y desahogarte por medio de alguna canción romántica ?

SÍ **NO**

8 b. ¿Cuál / Cuáles ? _____

9. ¿ Puedes imaginarte, con sólo ver el título , de lo que se va a tratar una canción ?

SÍ **NO**

10. ¿ Qué es el amor para ti ?

10 a . ¿ Juega el amor un papel trascendental en tu vida ? **SÍ** **NO**

11. Escribe algunas frases que utilices en tus relaciones románticas

Anexo II

La puerta

Autor : Luis Demetrio

Duración : 3:17

La puerta se cerró detrás de ti
y nunca más volviste a aparecer.
Dejaste abandonada la ilusión
que había en mi corazón por ti.

La puerta se cerró detrás de ti
y así detrás de ti se fue mi amor
creyendo que podría convencer
a tu alma de mi padecer

Pero es que no supiste soportar las penas
que nos dio la misma adversidad
así como también nos dio felicidad
nos vino a castigar con el dolor.

La puerta se cerró detrás de ti
y nunca más volviste a aparecer.
Dejaste abandonada la ilusión
que había en mi corazón por ti.

Pero es que no supiste soportar las penas
que nos dio la misma adversidad
así como también nos dio felicidad
nos vino a castigar con el dolor.

La puerta se cerró detrás de ti
y nunca más volviste a aparecer.
Dejaste abandonada la ilusión
que había en mi corazón por ti.

Anexo III

No sé tú

Autor : Armando Manzanero

Duración : 3:46

No sé tú pero yo no dejo de pensar,
ni un minuto me logro despojar
de tus besos, tus abrazos, de lo bien
que la pasamos la otra vez.

No sé tú pero yo quisiera repetir
el cansancio que me hiciste sentir
con la noche que me diste
y el momento que con besos construiste.

No sé tú pero yo te he comenzado
a extrañar.
En mi almohada no te dejo de pensar
con *las gentes*, mis amigos
en las calles, sin testigos.

No sé tú pero yo te busco en cada amanecer.
Mis deseos no los puedo contener
en las noches cuando duermo
si de insomnio yo me enfermo.
Me haces falta, mucha falta
no sé tú

No sé tú pero yo te busco en cada amanecer.
Mis deseos no los puedo contener
en las noches cuando duermo
si de insomnio yo me enfermo.
Me haces falta, mucha falta
no sé tú

Anexo IV

Taxonomía de tipos del amor de Sternberg

<u>No amor</u> .-	Ausencia de los tres componentes.
<u>Gustarse</u> .-	Intimidad (Amistad verdadera).
<u>Amor irracional</u> .-	Pasión
<u>Amor vacío</u> .-	Decisión / Compromiso (Relaciones estancadas)
<u>Amor romántico</u> .-	Intimidad y pasión (No hay decisión / Compromiso)
<u>Amor entre compañeros</u> .-	Intimidad decisión / Compromiso
<u>Amor fatuo</u> .-	Pasión decisión / Compromiso
<u>Amor consumado</u> .-	Presencia de los tres componentes

Anexo V

Glosario

Adagio.	Indicación de movimiento lento.
Allegro.	Parte de música ejecutada rápidamente.
Aria.	Canción de una pieza de música.
Dúo.	Composición musical para dos voces o dos instrumentos.
Lento.	Movimiento ejecutado con lentitud, más que el <i>adagio</i> .
Presto.	Movimiento ejecutado rápidamente, más que el <i>allegro</i> .
Recitativo.	En música dramática, canto que se aproxima a la inflexiones de la voz hablada.
Vivace.	De movimiento rápido, menos que el <i>presto</i> . ^{Fuente}

Fuente: Rey, Alain et al Le micro-Robert Dictionnaire d'apprentissage de la langue française. Francia, Diccionarios Le Robert, 1989. 1376 pp.