



Casa abierta al tiempo

**UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
UNIDAD IZTAPALAPA**

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
COORDINACIÓN DE SOCIOLOGÍA.

**LA IMAGEN DE LA MUJER EN LAS
TELENOVELAS MEXICANAS**

T E S I N A

**que para obtener el Título de
Licenciada en Sociología**

P R E S E N T A
BOLAÑOS SAMANO LAURA MARIA
Matricula: 98327610
Área de Concentración: Sociología – Política
Asesora: Charry Sánchez Clara Inés

JULIO 2003

AGRADECIMIENTOS.

A Dios, por la fe que tengo en él, lo cual me permitió alcanzar esta meta y por brindarme la oportunidad de vivir.

A mi Mamá y Abuelita. Mil gracias por sus consejos, sus palabras y guía espiritual y se que en este momento tan importante en mi vida están a mi lado, desde el lugar en donde estén.

A mi Papá, por apoyarme y estar día con día a mi lado, estando siempre pendiente de mi. En cada paso que doy, ten por seguro Papá que es por los valores, consejos y la educación que ningún otro Padre me daría como lo hiciste tú.

A mis hermanos, por ser un gran apoyo en mi trayectoria por la vida. Sin ustedes mi vida no sería tan especial.

A la Universidad Autónoma Metropolitana, por darme la oportunidad de ser un miembro más de esta gran institución.

A mis maestros, por que gracias a ustedes mi forma de pensar y ver la vida cambio, a sus consejos y apoyo que son el tesoro más grande en mi vida.

A mis amigos, que me dieron su apoyo su tiempo su comprensión y su paciencia. Y sobre todo por reír y llorar juntos.

INDICE.

Introducción.

Capítulo I.

Antecedentes históricos de las Telenovelas Mexicanas. PAG. 5

Capítulo II.

Marco Teórico. PAG. 14

2.1 Conceptos:

2.1.1 Estereotipo. PAG. 15

2.1.2 Reproducción Cultural. PAG. 19

2.1.3 Ideología. PAG. 21

2.1.4 Telenovela. PAG. 23

2.2 Proceso de comunicación funcionalista. PAG. 25

Capítulo III.

Impacto de las Telenovelas Mexicanas. PAG. 35

3.1 Factores que intervienen en la influencia de las Telenovelas Mexicanas. PAG. 37

3.1.1 Ideología utilizada en las Telenovelas Mexicanas. PAG. 39

3.2 Principales estereotipos utilizados en las Telenovelas Mexicanas. PAG. 47

3.2.1 Representación de la mujer en las Telenovelas Mexicanas. PAG. 51

Capítulo IV.

Las Telenovelas Mexicanas como instrumento ideológico. PAG. 54

4.1 Análisis de las Telenovelas Mexicanas. PAG. 55

Capítulo V.

Conclusiones. PAG. 91

Bibliografía. PAG. 96

INTRODUCCIÓN.

El presente proyecto surge en el momento en que me doy cuenta que en las telenovelas mexicanas utilizan estereotipos, ideologías, costumbres, formas de comportarse, de vivir, entre otros. Las telenovelas contienen mensajes que pueden ser recibidos por una población totalmente heterogénea. Pero la población a tratar son las mujeres (ya que son ellas el principal público al que van dirigidas las telenovelas).

El objetivo central de este proyecto es conocer la influencia que generan los estereotipos en las mujeres mexicanas. Estos estereotipos pueden manifestarse de varias formas, un ejemplo, de éstos son los presentados en las telenovelas mexicanas, es decir, el encasillar a la mujer en el hogar.

En cuanto al objetivo secundario, es la ideología que se maneja en las telenovelas mexicanas. Ya que por ideología entendemos como un instrumento por el cual es transmitida la subordinación de la mujer.

Las hipótesis en las cuales se fundamenta el presente trabajo son principalmente tres, las cuales son:

- a) Las telenovelas son un reforzador para modificar el comportamiento de la mujer.
- b) El principal estereotipo que se utiliza en las telenovelas mexicanas, es la subordinación de la mujer.
- c) Las mujeres interiorizan la subordinación, la cuál es apoyada por las telenovelas.

Alrededor de toda Investigación surgen diferentes preguntas, las cuales serán respondidas en el capítulo V. Las cuales son:

- 1.- ¿Cuál es la imagen de la mujer que se proyecta en las telenovelas mexicanas?
- 2.- ¿Qué tanto influyen las telenovelas en la concepción que tienen las mujeres de sí mismas?

A continuación se expondrá brevemente el contenido de los 5 capítulos que conforman el grueso de esta tesina.

1. En un inicio, se aborda la historia que han tenido las telenovelas dentro de México, y cómo éstas poco a poco van dando paso a la ideología y a estereotipos que se van adquiriendo a lo largo de estos años desde que aparecen éstos programas.

La base teórica en el cual se fundamenta este trabajo se aborda dentro del capítulo II. Algunas de las teorías son el capital cultural del sociólogo Pierre Bordieu, la teoría funcionalista de la comunicación, entre otras.

La ideología que es mostrada y asimilada por gracias a las telenovelas se analizará dentro del capítulo III. Además de mostrar los principales estereotipos que son utilizados y recurridos dentro de éstos programas.

Los resultados obtenidos en las 30 encuestas en los meses de marzo y abril del presente año, se plantearán en el capítulo IV. Las telenovelas más vistas y recordadas también serán analizadas en este capítulo.

Las conclusiones y la propuesta que doy, se verán reflejadas dentro del último capítulo.

CAPITULO I

ANTECEDENTES HISTORICOS DE LAS TELENOVELAS

CAPITULO I.

Antecedentes Históricos de las Telenovelas.

El origen de las novelas se remonta hasta el siglo XVIII en donde se surge y se da a conocer la novela sentimental (los libros, los relatos, las leyendas). En este momento existe un romanticismo extremo, es decir, es el auge de las novelas con tintes de desamor, de encuentros y desencuentros, de añoranzas, de ilusión del casamiento o de mantener una relación en donde para los protagonistas lo único con lo que cuentan es el amor puro y eterno que se tienen.

En 1740, surge la novela llamada *Pamela*, escrita por Samuel Richardson. Este escrito es considerado como la primera novela romántica. También se encuentran otras novelas que se escriben en este lapso de tiempo, por ejemplo: Juan Jacobo Rousseau y su obra *La nueva Eloisa* (1761), Laurence Sterno y *Sentimental Journey* y la obra Pablo y Virginia (1788), de Bernardino de Saint-Pierre.¹ El tema principal de éstos libros es el amor (que hay entre los protagonistas), también se toca el tema de la atracción que se da entre un hombre y una mujer. Las historias están llenas de descripciones, en la forma en cómo es la vida en esos años, por ejemplo, las costumbres y ritos que se daban, es decir, el momento en el cual los padres “arreglaban” los matrimonios de sus hijos, en la búsqueda de una mejor situación económica.

En la obra de Samuel Richardson *Pamela* se habla de Pamela Andrews, y ella es una muchacha que trabaja en el servicio doméstico, pero siempre ha estado enamorada del hijo de los dueños de la casa, y después de un cierto tiempo, el hijo se da cuenta que él también está enamorado de Pamela y logran casarse. Con este matrimonio Pamela obtiene una mejor posición económica.

Las obras de finales del siglo XVIII estuvieron encaminadas al estilo de aquellos amores logrados o “prohibidos” por la sociedad. Con el paso del tiempo, este tipo de obras, fueron tomando un lugar dentro del gusto del público, y fueron dando paso a nuevos autores, los cuales no eran solamente hombres sino también dando

¹ TELENOVELAS, TELEVISIÓN Y COMUNICACIÓN. Francisco Javier Torres Aguilera. Ediciones Coyoacán, S.A de C.V. México, 1994. Pág. 17.

lugar a las mujeres. Algunas de ellas son: Augusta Evans Wilson y Mary Jame Holmes, quienes manifestaron como principal preocupación temas vinculados al mundo de las mujeres.²

Así transcurrió el tiempo, hasta llegar al siglo XIX en donde se da paso a novelas que eran contadas por capítulos, lo cual generaba expectación para saber que era lo que iba a suceder. Los países en los cuales se desarrolló esta singular literatura eran Inglaterra y Estados Unidos.

Para el siglo XIX el melodrama cambiaría de nombre y se le llamaría ópera, el cual era presentado en los teatros.

Para el siglo XX, ya se podía hablar de masificación del melodrama (en cierta forma) a través de la televisión en blanco y negro.

En el año 1917 en Guadalajara nació el iniciador de la televisión mexicana, el ingeniero Guillermo González Camarena. González Camarena es considerado como el iniciador del sistema de televisión cromática basado en los tres colores: rojo, verde y azul, patente que vendió en 1940 a las compañías RCA y Víctor en Estados Unidos.³

No solo la novela escrita es un antecesor de las telenovelas, también hay un elemento implementado por los periódicos; en donde la protagonista eran principalmente mujeres. Estas historias se les llamó "Film Chapter Play". Las historias de este tipo tenían elementos que permitían tener en suspenso y atraer al público, a través de los romances que en ellas había, de las intrigas, del suspenso y del drama (principalmente).

En 1920 en Estados Unidos, los "Film Chapter Play" dieron origen a las series que se empezaban a transmitir por la radio. Estas series con el paso del tiempo, dan lugar a las radionovelas, las cuales, se fundamentaban y centraban sus historias en los acontecimientos de la vida familiar.

Los patrocinios que tenían las radionovelas fueron el elemento primordial para provocar que resultaran atractivas para el público que escuchaba las historias. Las dos empresas que empezaron a patrocinar las radionovelas eran empresas que se encargaban de vender productos para el hogar.

Las radionovelas permitían que el público se reuniera en torno a las historias en un horario determinado.

² Ibidem. Páginas 17-18.

³ TELEVISIÓN Y COMUNICACIÓN. UN ENFOQUE TEÓRICO-PRÁCTICO. Jorge Enrique González Treviño. Editorial Alhambra Mexicana. México, 1994. Páginas 28-29.

Las productoras de radionovelas empezaron a darse cuenta que podían convertir a las radionovelas en un factor de ganancias, lo cual dio paso a ver a la radio de forma mucho más lucrativa.

Las agencias publicitarias poco a poco se fueron separando de la radio para trabajar con nuevas productoras y con empresas patrocinadoras. Las agencias de publicidad al invertir cantidades importantes de dinero, eran las que determinaban el horario y las historias que se iban a exhibir. Mientras que el papel de las estaciones de radio era únicamente el transmitir los programas.

En 1926 se presentó una serie que fue considerada como un éxito, en la cual, los protagonistas eran dos actores blancos que representaban a dos hombres negros; este programa llegó a ser escuchado por 40 millones de personas. El programa se llamó "Amos and Andy". Este programa fue producido y hecho desde la ciudad de Chicago. Al ser un éxito el programa, dio a conocer a la ciudad de Chicago como la más grande productora de radionovelas.

El estilo que tenía la producción de la ciudad de Chicago era el humor y la comedia. También se encontraba a actores que trabajaban a menor precio en comparación con otros lugares.

Las compañías publicitarias se dieron cuenta que el público estaba ligado a las radionovelas (y a las telenovelas posteriormente) siempre y cuando contaran historias a cerca de la vida real y cotidiana.

En los años 30's las empresas publicitarias estaban inconformes al saber que toda la publicidad estaba encaminada a las mujeres. Pero la oferta de lanzar productos para caballeros, no dio resultado, pero si una respuesta para las grandes empresas de productos domésticos (Colgate Palmolive-Peet y Procter and Gamble), ya que éstas solicitaron que el tiempo de publicidad no fuera únicamente de 15 minutos (tal y como lo era en ese entonces) sino que se cambiara a una hora, para así poder promover más de un solo producto por programa. Así por ejemplo, Procter and Gamble pudo patrocinar con buenos resultados programas como "Ruth turner's washing talks", entre otros. Todos ellos transmitidos en diferentes días de la semana pero a la misma hora. Después incluso patrocinó "Mrs. Blake's radio column", su primer programa transmitido cinco días a la semana y que era un adelanto de la programación de cada día".

4

⁴ TELENOVELAS, TELEVISIÓN Y COMUNICACIÓN. Op Cit. Página 20.

Mientras tanto, los mexicanos vivían las noches pegados a la radio desde finales de los años treinta oyendo las aterradoras historias de *El monje loco*, las puntadas de *Topillo y Planillas* y las pequeñas anécdotas urbanas de *Hogar dulce hogar*.⁵

No se sabe cual es la primera radionovela y quién es su creador, ya que hay algunos nombres que pueden ser los primeros. Entre ellos se encuentran: Elaine Carrington, Frank Hummert, Irna Phillips y Anre Acenhurst.

Irna Phillips, es la persona a la que se le reconoce el hacer el primer programa contado en capítulos, el cual se escuchó primordialmente por el sexo femenino, el título de su serie es "Painted Dreams". Uno de los programas de Phillips que en primer lugar fue realizado en la radio era "The Guiding Light" para después transmitirlo en la televisión.

Por su parte, Elaine Carrington, fue la escritora y productora de una radionovela que duró más de 18 años, y ha sido la radionovela con mayor audiencia, la cual es "When a girl marries".

Las radionovelas se fueron convirtiendo en una oportunidad tanto para las compañías publicitarias, como para las estaciones de radio. Pero sobre todo para las primeras como Colgate y Procter and Gamble.

Para 1934 en una Investigación se demostró que en todos los hogares en donde hubiera un radio, oían un programa antes de la seis de la tarde.

En 1935 la empresa más importante de productos publicitarios era Procter and Gamble, mientras que la cadena NBC de radio, era la más importante y sobresaliente en su ramo.

El año de 1940 fue sin duda el mejor momento para estos programas en la radio. Ese año, por ejemplo, las cadenas CBS y NBC ganaron alrededor de 26 millones de dólares. La mayoría de los cuales gracias a las radionovelas. El numero de horas patrocinado para las radionovelas era substancialmente mayor que el tiempo destinado para otro tipo de seriales. Cuando las radionovelas estaban en su punto más alto, hasta 61 programas eran producidos cada día... según estimaciones de audiencia hecha entonces, 20 millones de mujeres escuchaban dos o más seriales diariamente.⁶

Después de 1940 las radionovelas iniciarían su etapa de infortunio.

El 7 de septiembre de 1946, en México se inicia la primera estación televisiva mexicana (XHIGC), la cual poseía la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas; la transmisión fue a las 14:30 horas, y el primer programa televisado era artístico. Este programa se transmitió durante 2 años.

⁵ CRÓNICA DE LA TELENOVELA. MÉXICO SENTIMENTAL. Luis Reyes de la Maza. Editorial Clio. México, 1999. Pág. 10.

⁶ TELENOVELAS, TELEVISIÓN Y COMUNICACIÓN. Op Cit. Página.23.

Tenía que existir una comisión que se encargara de “revisar” y supervisar los contenidos de los programas que se querían transmitir. Esta decisión fue dictada por el entonces presidente de México, Miguel Alemán Valdés.

En 1949 el señor Rómulo O’Farril logra poner al aire el canal 4 con las siglas XHTV, pero es hasta el 31 de agosto de 1949 cuando se inaugura el canal, y al día siguiente el primer programa oficial se da con el IV informe presidencial de Miguel Alemán. El canal 4 transmitía programas de cinco a siete de la noche y los primeros patrocinadores fueron las tiendas Salinas y Rocha Alameda y los relojes Omega.

Meses después apareció el canal 2 con las siglas XEW-TV del señor Emilio Azcarraga Vidaurreta.

1950 es el año de transición entre la radio y la televisión. Para ese entonces solo se escuchaban 27 radionovelas. En esos tiempos, los especialistas opinaban que las telenovelas no iban a tener tanto impacto como las radionovelas, ya que éstas no interferían en los quehaceres domésticos; mientras que las telenovelas “ataban” a las amas de casa, ya que tenían que estar pendientes de las imágenes y de las historias que se podían contar.

El auge que empezó a tener la televisión, hizo que algunas actividades fueran disminuyendo en su dimensión y número, por ejemplo, la venta de libros, las reuniones en los restaurantes, los eventos deportivos, entre otros.

En 1950, Procter and Gamble, patrocinó el primer melodrama televisivo (en Estados Unidos) “The first hundred years”. La cadena que poco a poco empezó a transmitir las telenovelas fue CBS.

Y en México, el día 26 de julio de 1950, a las seis de la tarde, se empezó a transmitir el primer programa televisivo, a través del canal 4. Tanto los canales 2 y 4 vendían su tiempo a las agencias publicitarias, ya que eran ellas las que decidían (al igual que en la radio) los programas a transmitir. Los primeros patrocinadores fueron Colgate, Estudio Raleigh, Noticiero H. Steele.

En 1952 González Camarena, lanza su propio canal el 5 con las siglas XHGC. Así en ese entonces en México, había 3 canales de diferente propietario.

El 26 de marzo de 1955 se conoció definitivamente la integración del Consejo de Telesistema Mexicano, S.A., uniéndose los tres canales con el propósito de crear una estructura más sólida, benéfica para la industria y con mayores posibilidades de servicio y expansión.⁷

⁷ TELEVISIÓN Y COMUNICACIÓN. UN ENFOQUE TEÓRICO-PRÁCTICO. Op Cit. Página 30.

En 1953 se realizó una Investigación para saber cual era el aparato más utilizado entre el público y se encontró que la televisión era vista por 3.5 millones de personas, mientras que la radio era utilizado sólo por 2.6 millones de personas.

La telenovela en México, nació el 6 de julio de 1958, con la obra titulada *Senda Prohibida*. Siendo los protagonistas Francisco Jambrino y Silvia Derbez. Al año siguiente, se lanzaban dos éxitos: *Teresa y Gutiérritos*.

Después del éxito que había tenido *Senda Prohibida* surgió la telenovela, con la que muchos autores opinaban que era el parteaguas de éste espectáculo, la cual era *Gutiérritos*. Durante la transmisión del programa, la ciudad se paralizaba; el "Gutiérritos" interpretado por Rafael Banquells se convirtió en un héroe, mártir de la clase media burocrática del austero ruizcortinismo que se iba.⁸

En un inicio, las telenovelas tuvieron muchos aspectos que parecían que no iban a permitir el éxito que llegaron a tener, entre ellos, estaban los limitados recursos con los que se contaban, los pagos de los actores, la censura que tenían al tocar ciertos temas (como la sexualidad), entre otros tantos.

En 1958 el Instituto Politécnico Nacional, inicia su transmisión televisiva con el canal 11 (XHIPN). En 1962 en Monterrey surge la cadena Televisión Independiente de México (TIM). En 1956, Telesistema Mexicano agranda su programación y transmisión con los canales 7 y 9. Para 1967 se da la transmisión a color en todos los canales de Telesistema Mexicano (2, 4, 5, 7 y 9).

En 1960, las radionovelas de la cadena ABC (en Estados Unidos) habían sido descontinuadas, así ocurrió en las demás cadenas CBS y NBC. Con esto la época de las radionovelas se veía derrumbarse, al contrario de las telenovelas.

En 1961, fue el año en que terminó las emisiones de las radionovelas y las telenovelas dan paso a su época de crecimiento.

En México, poco a poco, empiezan a tomar sentido de producir y transmitir telenovelas. En cuanto a los patrocinadores están Colgate Palmolive y Procter and Gamble.

Empiezan a aparecer las primeras escritoras (tanto en radio como en televisión), por ejemplo, tenemos a: Inés Rodena, Caridad Bravo Adams, Fernanda Villeli, Delia Fiallu, entre otras.

Al terminar, la telenovela de *Gutiérritos* tanto productores como escritores, trataban de poner de protagonistas a un hombre, pero no les dio resultado; ahora

⁸ CRÓNICA DE LA TELENNOVELA. MÉXICO SENTIMENTAL. Op cit. Página. 16.

ya era necesario la utilización de una mujer como el papel central de la historia. Por ejemplo, con *La leona*, se habla de una mujer abandonada y seducida, esto en el año de 1961.

En 1963 iniciaron las grabaciones en “locaciones”, es decir, cuando las telenovelas ya no solo se filman en un estudio, sino también en la calle, en los parques, en los hospitales, etc. Y el primer director fue Ernesto Alonso, con la telenovela *Doña Macabra*. Los primeros problemas, que se presentaron al filmar en locaciones, era el transportar el vestuario, las cámaras, los actores; y en segundo lugar, se encontraba a los camarógrafos ya que muchos de ellos, se encargaban de filmar los partidos de fútbol, y no conocían casi nada sobre las filmaciones de las telenovelas.

En 1966, con 53 puntos de rating llega la telenovela *María Isabel*, la cual habla de una sirvienta que se enamora del hijo del patrón. Los protagonistas estaban a cargo de Raúl Ramírez y Silvia Dérbez. Con *María Isabel* llega una de las mejores escritoras de ese momento, la señora Yolanda Vargas Dulché.

A principios de la década de los 70’s surge la empresa Televisa con la fusión de Televisión Independiente de México y Telesistema Mexicano. Televisa es el producto de la fusión de Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México, esta unión implicó la homogeneización de las operaciones propias de la producción, las técnicas de ingeniería y las actividades de administración y planeación.⁹ La empresa de Televisa tiene dos centros nacionales tanto de producción como de administración, los cuales se encuentran en Chapultepec y San Ángel.

A mediados de los 70’s aparece una nueva forma de hacer telenovelas, a la que se le llamó “novela rosa”, la tabasqueña Caridad Bravo Adams, fue la que realizó este tipo de telenovelas. Sus historias estaban centradas en amores imposibles por razones de origen, también había amantes, pero siempre con un final feliz. Algunas de sus telenovelas son *Bodas de odio*, *La mentira*, etc.

En 1979 se da la telenovela mexicana que ha recorrido todo el mundo, protagonizada por Verónica Castro y Rogelio Guerra, *Los ricos también lloran*.

En los 70’s y 80’s también se explotaría una nueva forma de telenovela, las infantiles. Siendo la telenovela más importante *Mundo de Jugete*. Esta telenovela llegó a durar 2 años contada en 612 capítulos.

⁹ TELEVISIA: SIGA LA HUELLA. Francisco J. Martínez Medellín. IPN. México, 1992. Página 152.

En los 80's las telenovelas le dieron paso a un nuevo tema a explotar, aquel que estaba dirigido principalmente a los jóvenes. Entre las telenovelas juveniles que destacan están: *Alcanzar una estrella*, *Quinceañera* y *Muchachitas*.

A continuación un cuadro en donde se especifica, como se utilizaban y distribuían las horas en la televisión mexicana en 1982.

Canal	Horas	Porcentaje
2	8,096	20.6
4	5,455	13.9
5	6,526	16.6
8	6,196	15.8
11	5,910	15.1
13	7,040	17.9

FUENTE: "Foro de Consulta Popular de Comunicación Social", RTC. México, 1983.

En 1985 Televisa informa que cuenta con "diversos" servicios, tales como: cines y renta de videocasetes, televisión, discos, exportación de programas de televisión, publicaciones, televisión por cable, eventos y espectáculos, servicios de doblaje, teatros y radio.

Así he concluido el recorrido histórico a través del cual han transitado las telenovelas mexicanas. Solo quisiera comentar, que hay muy poca información actual, es decir, de los noventas a la fecha.

CAPITULO II
MARCO TEORICO

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO.

Dentro de los programas televisivos denominados telenovelas, se utilizan y manejan diferentes aspectos los cuales van desde la historia de un país, de una zona específica hasta modos de vida. Los cuales son recibidos por millones de personas en todo el mundo.

El público al que van más dirigidas son a las mujeres, ya que para ellas en ocasiones son su único factor de “distracción”. En ocasiones, el tema principal en una platica entre mujeres es precisamente la explicación del capitulo anterior de la telenovelas más popular en ese momento.

Además de los aspectos antes mencionados que se utilizan en las telenovelas mexicanas, se hace uso de una “actitud” o forma de ser la cual se debe de seguir, los cuales son los estereotipos que se utilizan.

Por ejemplo, un estereotipo que se ha planteado en los últimos años dentro de las telenovelas mexicanas es la mujer sumamente delgada, en ocasiones al grado de la anorexia o la bulimia, también debe de ser guapa de preferencia blanca y rubia, con un comportamiento de sumisión total, éste es solo un estereotipo, pero existen muchos más.

La palabra estereotipo significa etimológicamente: *estereos (rígido) y topos (trazo)*.¹

El aspecto central del concepto de estereotipo es el compartir atributos a los miembros de un grupo social determinado o a una persona en particular.

Dentro del término estereotipo, podemos encontrarnos con un concepto que puede llegarnos a confundir con el término estereotipo, el cuál es: arquetipo o prototipo. El arquetipo es *el modelo original o primer molde en que se fabrica una figura u otra cosa, mientras que estereotipo es un molde o modelo que existe en función del hombre, de la interpretación que él mismo proporciona de la realidad. Arquetipo existe antes del hombre: es el deber ser, y estereotipo en cambio, es su producto; como es o como se cree que es.*²

¹ PSICOLOGÍA SOCIAL. Aroldo Rodríguez, Evelin Assmar, Bernardo Jablanski. Editorial Trillas, México, 2002. Página 134.

² SOCIOLOGÍA DEL CINE. Francisco A. Gómezjara y Delia Selene de Dios. SEP, Diana. México, 1973. Página 129.

Dos investigadores descubrieron que hay dos formas de estereotipos; uno que nosotros mismos ponemos a los integrantes de nuestro grupo social y el segundo que nosotros ponemos a los integrantes de otro grupo social, el primero es *auto estereotipo* (“*auto*” significa “*uno mismo*”) y el segundo *hetero estereotipos* (“*hetero*” significa “*otro*”).³ Algunas definiciones de estereotipos dicen que se trata de una forma de evaluación, por ejemplo, aquellos papeles que se les asignan a los jóvenes en las telenovelas mexicanas ya que en muchos de ellos se les describen como irresponsables, alcohólicos y/o drogadictos, etc., lo que provoca que al estereotiparlos se esté generalizando el comportamiento de los jóvenes y por lo tanto se les está implementando un papel o rol específico dentro de la sociedad.

Otra función del estereotipo es la de clasificar o tipificar a las personas, por ejemplo, dentro de las telenovelas mexicanas, cuando se habla de los hijos de los empresarios, se estereotipa de acuerdo a ciertas características como son, el ser atractivo, haber sido educados en las mejores universidades y una característica que no puede faltar es el ser “codiciado” entre las jovencitas de su universidad. Las características o atributos de los estereotipos van desde las características raciales, la edad, el nivel social o el grupo social al que pertenecen, las afiliaciones religiosas y por supuesto los patrones de conducta. Así, se llega a la conclusión que los estereotipos son signos o símbolos culturales porque llevan intrínsecamente las características que “deben” de presentar los miembros de una determinada sociedad.

Existen dos tipos de estereotipos:

- a) El personal que son las opiniones del propio individuo y
- b) El social que es la opinión o consenso que tiene toda una población o sociedad.

Los estereotipos pueden ser falsos o verdaderos, es decir, que están fundamentados en la imaginación de las personas, en este caso, podemos, encontrar a los guionistas de las telenovelas, ya que los papeles muchas veces, son extraídos de la fantasía.

Cuando los estereotipos son falsos (es decir, su fundamento está solo en la imaginación) y se utilizan en los medios de comunicación masivo, se pueden llegar a convertir en imágenes que el público trata de imitar, a través de las representaciones, por ejemplo, en las telenovelas, los estereotipos que en ocasiones se presentan es el papel de mujeres independientes (existen telenovelas en los cuales abordan desde una perspectiva diferente el rol de mujer no solo el de la mujer sumisa y abdenada, sino

³ INTRODUCCIÓN A LA PSICOLOGÍA SOCIAL. Henry Clay Lindgren. Editorial Trillas. México, 1979. Página 283.

trabajadora, independiente, objetiva, entre otros, un ejemplo es la telenovela *Mirada de Mujer*) y cuando el público ve esa telenovela trata de imitar ese papel o estereotipo.

Cuando se estereotipa a una persona o a un grupo social, es como si le “pusiéramos” una etiqueta. Por ejemplo, a las amas de casa, generalmente se les estereotipa como mujeres sumisas, calladas, dependientes, etc., y es cuando se les está depositando una etiqueta.

Las personas al conocer a un hombre o una mujer, generalmente lo primero que hacen es observarlo (a) y emitir un juicio o una valoración, al emitir un juicio se le está depositando un estereotipo.

No solamente al juzgar se está recurriendo al estereotipo sino también cuando se generaliza a los miembros de algún grupo social o sector social. Un ejemplo, que suele ocurrir con cierta frecuencia, es el estereotipar a los mexicanos por su impuntualidad.

Al depositar un estereotipo a una persona o a un grupo social, muchas veces quisiéramos que todos los miembros (del grupo) sean de esa forma, y si conocemos o sabemos que alguien no tiene esas “características”, nosotros lo y la excluimos. Pero esto es razonable, porque los estereotipos son simplemente etiquetas que nosotros mismos les colocamos a las personas.

Uno de los estereotipos más comunes, es cuando se deposita algún estereotipo a los miembros de alguna raza, por ejemplo, las razas blancas y negras. Desde pequeños los niños interiorizan los estereotipos, sin importar de que estereotipo se trate ya sea de raza, sexo, clase social, credo religioso, rol social, etc., al estar interiorizado el estereotipo se refleja en la actitud de las personas, en su actividad, es decir, en la relación que podemos entablar con alguna persona ya que está “marcada” (generalmente) por los estereotipos que nosotros como sociedad hemos impuesto a las personas.

La predeterminación del comportamiento de las personas, en muchas ocasiones, llega a propiciar que ellas mismas actúen de acuerdo al estereotipo que se les ha impuesto.

En todas las relaciones sociales e interpersonales, los estereotipos están presentes, ya que les atribuimos a las personas cualidades, defectos, características, rasgos, etc., y de acuerdo a estos “rasgos” se determina el trato para esa persona. Por ejemplo, cuando en las telenovelas se muestran a las amas de casa, se representan modestas, sumisas, etc., y el esposo, los mismos hijos, los vecinos, etc., se relacionan de forma distinta en comparación con una mujer independiente y que además trabaja. Los estereotipos determinan el comportamiento de las personas, al momento de entablar alguna relación.

Con todos estos aspectos que tienen los estereotipos se puede llegar a la conclusión, que pueden modificar las actitudes y/o los pensamientos de las personas, ya que las telenovelas al estarlos proyectando y utilizando, el público que los está recibiendo, lo que hacen es interiorizarlo, asimilarlo para que posteriormente lo transmitan y sus vidas (muchas ocasiones) están regidos por estas valoraciones, actitudes o formas de comportamiento.

Los estereotipos suelen traspasar el tiempo, es decir, se mantienen de generación en generación, por ejemplo, el estereotipo del profesor autoritario, el estereotipo del diputado corrupto, entre otros muchos.

Los estereotipos están presentes en todas las clases sociales, en todas las situaciones. Un ejemplo, lo encontramos en la perspectiva de género, ya que *la norma genérica dominante todavía exige que los hombres sean machistas, narcisistas, omnipotentes, impenetrables y osados. Cualquier desvío en relación con esta norma puede significar fracaso, debilidad o señal de homosexualidad.*⁴

Cuando el estereotipo se ha depositado o inculcado de forma errónea, se actúa de acuerdo a él, es decir, por ejemplo, cuando es el primer día de clase y los alumnos no conocen al maestro, lo que están esperando es saber cómo es, si tiene un carácter autoritario, la forma en cómo se viste, etc. el profesor, llega al aula, y la primera reacción es gritar, automáticamente, los estudiantes “depositan” un estereotipo al maestro de autoritario. La conducta de los estudiantes se modifica, desde el tono de voz, las respuestas que les van a dar al profesor, etc., así se puede dar un estereotipo que puede resultar ficticio.

Uno de los efectos “negativos” que pueden ocasionar los estereotipos, es que las personas aceptan el propio estereotipo que la misma sociedad les ha depositado. Una consecuencia de ello está en la baja de la Autoestima. Ya que la misma persona actúa de acuerdo al estereotipo.

Los estereotipos se apoyan en instrumentos a través de los cuales se llegan a dar, por ejemplo, los medios masivos de comunicación, y más específicamente en las telenovelas. Los medios de comunicación (televisión, cine, principalmente) son instrumentos en los cuales se encuentran caracterizados o representados los estereotipos, ya que son una fuente de influencia muy importante, ya que el público al que van dirigidos trata de imitar el comportamiento, la moda, las actitudes, la forma de hablar, etc. *El cine crea*

⁴ PSICOLOGÍA SOCIAL., op. Cit., página.139.

*estereotipos de los fenómenos sociales, las personas, los grupos étnicos, el sexo, las edades, etc., de acuerdo a los intereses de los productores.*⁵

Los estereotipos se entienden como *modelos de vida formalizados, opuestos al cambio y a la renovación que se mantienen a pesar de su posible incongruencia.*⁶

En las telenovelas mexicanas no solo se hace el uso de estereotipos, también se busca la forma de llegar a generar una “educación” a través de ellas. Es lo que Pierre Bordieu ha denominado como reproducción cultural o social.

El capital cultural puede adquirirse en la escuela, pero también en instrumentos culturales y de recreación tal y como lo son las telenovelas.

Bordieu ha estudiado a profundo aquellos significados o signos que no se ven a simple vista ya que se tratan de ocultar. La mayor función de éstos signos es el dejar un conocimiento o actitud a las personas a las cuales se les da un discurso o una historia relatada a través del aparato televisivo.

Para Bordieu existen tres tipos de capital a) *capital económico que se refiere a los recursos materiales; b) capital cultural que es el lenguaje, los conocimientos, los títulos escolares y c) el capital social que es el conjunto de relaciones sociales que se posee por los orígenes sociales y que se puede utilizar como capital.*⁷

El capital cultural se da en los lugares donde hay una “producción” de símbolos, es decir, *el conjunto de los agentes productores (por ejemplo, artistas y escritores para el campo de bienes artísticos) en tanto que ellos están colocados en un sistema relativamente autónomo de lugares, de relaciones y de competencia, y en tanto que ellos están comprometidos en una misma competencia por la conquista del prestigio y de la autoridad. Un valor simbólico (una novela o una pintura) se rige por las leyes del mercado económico y por las exigencias relativamente autónomas del campo artístico, donde se produce para ser reconocido como artista y para conquistar prestigio.*⁸

El capital simbólico, dice Bordieu es la búsqueda de saber el porqué están en este mundo, es decir, la razón de pertenecer a una clase social o sociedad específica. Esta búsqueda te lleva necesariamente a la identidad que trae todo ser humano.

El capital simbólico constituye la base del poder simbólico. Toda forma de dominación (la desigual distribución de capital entre individuos y grupos) aún la que se basa en la

⁵ SOCIOLOGÍA DEL CINE. Op. Cit., página 140-141.

⁶ Ibidem. Página 129.

⁷ REVISTA DE SOCIOLOGÍA. Cesar Germana. Volumen 11. Número 12. 1999.

⁸ Ibidem.

*forma desnuda tiene una dimensión simbólica. Si los actos de sumisión, de obediencia, son actos de conocimiento y de reconocimiento, se tiene que la dominación siempre pone en juego estructuras cognitivas que, aplicadas a las estructuras sociales, establecen relaciones de sentido. Las relaciones de dominación deben ser legitimadas.*⁹

Cuando una persona o grupo de personas se dedica a la enseñanza, lo que están brindando a su público o a sus estudiantes es un conjunto de saberes. Por ejemplo, cuando en las telenovelas mexicanas se les muestra el papel y la actitud de sumisión de la mujer para con el hombre e incluso para su sector o grupo social, se les está depositando un conjunto de saberes, al hombre, a la mujer o al grupo.

En los lugares en los cuales se da a conocer este conjunto de saberes muchas ocasiones se cae en *la violencia simbólica que es la imposición de sistemas de simbolismos y de significados sobre grupos o clases de modo que tal imposición se concibe como legítima.*¹⁰

Las telenovelas hacen el papel aquí de escuela, ya que son un medio a través del cual se puede formar y dar paso a una educación. La cual va desde las ideologías, las imágenes mostradas en ellas, la moda, entre muchos aspectos más.

Ante a violencia simbólica no hay forma de defenderse, no podemos evitarla, no la percibimos, ya que los símbolos que se manejan en el proceso de enseñanza-aprendizaje no están presentes, no son tangibles. *No todas las enseñanzas son igualmente violentas e igualmente arbitrarias, y es justo la práctica de la enseñanza la que determina qué enseñanzas y qué modas están más en consonancia con tales alumnos o tales hombres... El momento de transmisión de una cultura es de hecho, hoy, y lo sería también más, si no existieran los patrones y el beneficio, uno de los grandes momentos de verificación de una sociedad, se produzca la transmisión en la escuela o fuera de ella.*¹¹

El capital cultural solo se puede hacer presente cuando el individuo o el grupo social adquiere, interioriza y asimila todos los significados o símbolos que el capital cultural tiene.

Estos símbolos no son tangibles, sino que con el paso del tiempo se van aprendiendo, se van asentando en la conciencia, y por lo tanto forman parte de ti.

El capital cultural utiliza diversos medios para que el individuo reciba el mensaje, es decir, todos aquellos significados ocultos. Y en este trabajo las telenovelas son uno de los instrumentos más fuertes y penetrantes para emitir éstos significados.

⁹ Ibidem.

¹⁰ Ibidem.

¹¹ LA REPRODUCCIÓN. Pierre Bordieu y Jean-Claude Passeron. Editorial Laia. Barcelona, 1981. Página 33.

En el siglo XIX la palabra “ reproducción “ tenía el significado de hacer una copia. En los sistemas de educación, se transmiten conocimientos, pero como es de pensarse cada sociedad transmite diferentes valores, concepciones, los cuales se dan de generación en generación; a esto, se le puede llamar reproducción cultural.

La reproducción cultural necesita varios elementos para poder denominarla así; los cuales pueden ser el lenguaje, y un modo de comunicación (oral, escrita, o a través de los medios de comunicación).

Es de importancia sociológica la reproducción de imágenes. La reproducción cultural tomó parte de la cultura, a través de objetos religiosos y de culto (es decir, objetos decorativos), desde los primeros tiempos hasta la época actual. Tenemos también de ejemplo los dioses que se adoraban como representación y reproducción de imágenes culturales.

La reproducción cultural es:

- a) Un concepto temporal, que implica movimiento desde una manifestación cultural situarle en el tiempo a otra, esto no significa que sea siempre histórico.*
- b) Es un concepto negociable, en el sentido de que al menos en sus proposiciones operativas es muy pronto sometido a pruebas irrefutables.*
- c) Tiene una inicial adecuación general a ciertas cualidades observadas del proceso cultural.*
- d) En general puede decirse que es importante al concepto de una cultura su capacidad para ser reproducida; y más aún, que en muchos de sus rasgos la cultura es realmente un modo de reproducción.¹²*

Dentro de las telenovelas mexicanas se utiliza muchas veces la ideología desde diferentes perspectivas, a continuación se explicará que se debe de entender por ideología.

Toda sociedad utiliza instrumentos para transmitir concepciones, creencias, a sus integrantes. Estos instrumentos pueden ser conscientes o inconscientes, para la reproducción de actitudes, comportamientos y uno de estos instrumentos es la Ideología.

Con el término ideología caracterizaron Marx y Engels el contenido básico, esencial de la conciencia de clase burguesa, es decir, la conciencia falsa que ésta clase tiene acerca de su propia situación social, de su papel histórico y de sus perspectivas; en particular, la idea del carácter eterno de la condición burguesa. El concepto de ideología incluye

¹² SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL ARTE. Raymond Williams. Paídos comunicación. Buenos Aires. 1981. Pags. 171-172.

*aspectos esenciales de la cosmovisión idealista en sus diferentes formas de manifestación como sistema filosófico y como actitud de conocimiento.*¹³

La ideología es una forma de conocer a que clase o posición social pertenecemos, es decir, cada individuo debe tener presente que tipo de relaciones y de que forma éstas relaciones sociales influyen en la sociedad, y no solo a nivel macro social sino también en relación con nuestra familia, en el trabajo, etc., es decir, cual es el papel que tenemos como miembros de una sociedad.

La Ideología está presente en todos los momentos de nuestra vida, tanto en el aspecto social como en el emocional. Porque son aquellas concepciones que tenemos respecto a algún problema o situación en especial.

La ideología es lo que se puede denominar como un conjunto de ideas, mitos o concepciones. Al ponerse en contacto estas ideas, mitos o concepciones con la realidad en la cual los individuos están inmersos, provocan que puedan analizar alguna situación en especial. Esta interacción entre la ideología y la realidad es otra de sus características.

La ideología es una *concepción errónea de la realidad social.*¹⁴

Para Osvaldo Guariglia la ideología tiene 4 aspectos a tratar los cuales son:

- a) Las ideas o representaciones son aquellas que están presente en todo momento, es decir, son parte de nosotros, son como si tuviéramos un pequeño “costal” en la mente, el cual lo traemos adheridos a nuestro cuerpo y a nuestras concepciones, cuando estamos platicando, escuchando una conversación, viendo la televisión, admirando una pintura; sale a flote (el costal) y permite que nuestra percepción sea totalmente diferente. Este “costal” cuando estamos interactuando se va alimentando de nuestros conocimientos, sentimientos, valores.
- b) La “demostración” de los sentimientos de una determinada clase o grupo social respecto a su posición en la estructura social.
- c) Los juicios o valores de tipo educacional, religioso, moral, que nosotros como individuos traemos en nuestra concepción del mundo.
- d) La ideología que puede estar encubriendo un interés.

Para Kardiner la cultura es un sistema que expresa las necesidades de todo ser humano, es decir, estas necesidades son los referentes que debe tener todo individuo para poder llevar a cabo la socialización: entre los cuales tenemos a las creencias, los

¹³ EL CONCEPTO DE IDEOLOGIA. Comentario crítico y selección sistemática de textos. Kurt Lenk. Editorial Amorrortu. Buenos Aires, 1971. Página 130.

¹⁴ IDEOLOGIA, VERDAD Y LEGITIMACIÓN. Osvaldo Guariglia. FCE: Argentina, 1993. Página 17.

ritos, las leyendas, los mitos. Estos referentes son heredados y por lo tanto son conocidos como la carga cultural que todo individuo posee.

La ideología es el instrumento del cual se basan para llegar a un fin determinado. Toda ideología tiene su punto de partida en la cultura. La explicación que tiene la ideología se fundamenta en la necesidad que tiene el ser humano de creer o depositar su pensamiento en algo.

La ideología puede ser utilizada como instrumento de control; es decir, se utiliza para justificar la conducta del individuo para la legitimación del poder. Al ser impuesta la ideología, los seres humanos debemos de comportarnos respecto a los intereses de la clase de élite porque pareciera que debe de existir una cierta “uniformidad” en la forma en como pensamos, en como hablamos e incluso en la forma en como nos vestimos.

La ideología es todo aquel conjunto de creencias, valores, pensamientos, conocimientos adquiridos con el correr del tiempo, juicios, comportamientos, ideas, concepciones, representaciones, que tiene todo ser humano. Los individuos al estar en contacto pueden transmitirse su propia ideología. Está relacionada dependiendo del sector o clase social al cual se pertenece, ya que el medio ambiente puede ocasionar que modifiques tu propia ideología, teniendo en cuenta, que no la puede cambiar totalmente.

Y por último se definirá el termino de telenovela. La palabra telenovela tiene dos instancias que son:

- a) TELE que se refiere a la televisión y
- b) NOVELA que es un relato.

Las telenovelas intentan que lo que se transmita tenga un sentido real, y puede ser alguna vivencia, algún suceso histórico, entre muchos más.

Las telenovelas tienen tres procesos:

- * El objeto inicial, que es el suceso:
- * La televisión, que es el material y
- * El objeto televisivo, que son las emisiones.

OBJETO INICIAL. Este es el tema central de la historia, así se puede elegir de que género o tipo de historia va a ser. Los temas pueden ser varios: suceso histórico, una competencia deportiva, etc.

Cuando ya se eligió el tema se da paso a *los guionistas, a los directores, a los realizadores que inventan o crean el suceso o los sucesos que se convertirán en la base de los espacios dramáticos, de las comedias, de las aventuras policíacas, etc.*¹⁵

OBJETO TELEVISIVO. Es la imagen que se transmite dentro del aparato electrónico de la televisión. En este apartado es donde se utilizan todos los procesos técnicos como lo son: las cámaras lentas, la publicidad, etc.

Los televidentes no se dan cuenta de todos los procesos por los cuales se pasa detrás de la televisión. Los mensajes recibidos solamente son una representación de algún tema específico.

La finalidad de las telenovelas, es captar el mayor número de público, a través, de las historias en las cuales se basan, de ahí, que deba de ser “interesante” el tema o problema a tratar. Con la ayuda de actores o actrices que sean reconocidos por la mayoría del público.

Los horarios de las telenovelas, son un aspecto fundamental, ya que de acuerdo al tema del programa será el horario elegido. Por ejemplo, a las 7 de la noche a través de Televisa, se le considera el horario juvenil, es decir, el tema central de la telenovela son los jóvenes, con toda su problemática.

Las telenovelas no sólo están dirigidas a las mujeres, sino que al contrario, todas las personas, en algún momento se pueden identificar con alguna telenovela, ya sea con la historia, un personaje, o un momento.

*Las telenovelas son esenciales para el entretenimiento de la familia mexicana, así se anuncian en el “canal de las estrellas”.*¹⁶

Las telenovelas están dedicadas a la familia, es decir, a todos sus integrantes que la conforman, los abuelos, los niños, los padres, etc. Por ejemplo en los niños, influyen al estar observando una telenovela pueden encontrar que en ella, hay diferentes temas que se abordan, por ejemplo, violencia, pobreza, maltrato, etc. La reacción que pueden llegar a tener los niños, es el tratar de imitar lo que están viendo en la televisión.

*No es únicamente el público infantil quien puede aprender de la diversión y el entretenimiento, sino también los jóvenes y adultos, esto quiere decir que el telespectador no está siempre pasivo, sino que por el contrario puede estar activo frente al mensaje televisivo.*¹⁷

¹⁵ TELENOVELA COMO PROCESO HIBRIDO. Aneé Méar. Instituto de la Comunicación.

¹⁶ PERIODICO EL NORTE. “Lo que aprendemos de las telenovelas”. Laura Márquez Elenes. Agosto, 1988

¹⁷ Ibidem.

Las telenovelas tienen como punto central, algún conflicto de la vida cotidiana, por ejemplo, podemos encontrar los conflictos que se dan en alguna empresa, los problemas diarios que ocurren dentro del seno familiar, las relaciones que se dan entre los jóvenes, entre muchos temas más.

Las telenovelas simulan (o tratan de simular) lo que pasa en la vida cotidiana y real, de ahí que el público, se vea identificado con algún personaje, por que tal vez esa persona, esté viviendo lo mismo que el personaje.

Las telenovelas utilizan estereotipos a través del vestuario, de la forma de comportarse, de hablar, de expresarse, entre otros, ya que es uno de sus “ingredientes” más importantes con los cuales se trabaja. *Las telenovelas tienen una estructura narrativa donde por lo general, encontramos personajes que reflejan y proyectan estereotipos, valores sociales y culturales, como podemos señalar; la mujer mala, la buena, el hombre malo, el bueno, la sirvienta que se enamora del patrón, la vendedora de periódicos que se casa con un arquitecto millonario.*¹⁸

La telenovela utiliza medios con los cuales se puede atraer mayor público, por ejemplo, están los cortes comerciales, la publicidad, el trabajo de actores, la musicalización, la ambientación, etc. que atrae al público durante un lapso de tiempo.

PROCESO DE COMUNICACIÓN FUNCIONALISTA.

Para que se pueda transmitir algún tipo de información es necesario que exista una serie de elementos conectados tales como:



*El mensaje esta en determinada etapa del proceso, separado del emisor y del receptor. Y el mensaje consiste en una señal o conjunto de señales organizados y emitidas que el receptor interpretará. La interpretación para el receptor puede tener un significado más o menos similar o más o menos diferente que para el emisor.*¹⁹

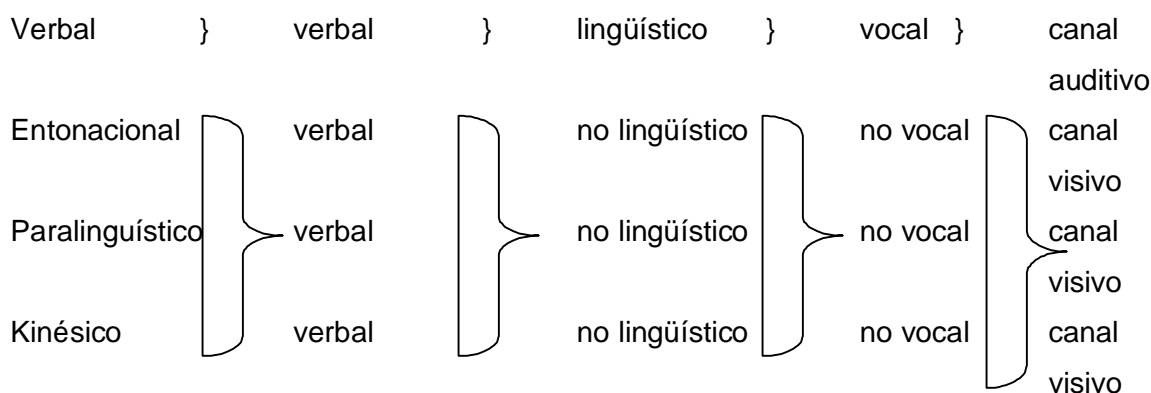
Existen cuatro tipos de comunicación tal y como lo describe Fraser. Para poder comunicarnos es necesario utilizar una interacción a través de los sistemas de comunicación los cuales son: *el sistema verbal de entonación (uso del énfasis recalcado, inflexiones de la voz: no son las palabras en sí las que dicen sí determinada frase es enunciativa o interrogativa, sino las diferencias en el acento y las modalidades de la*

¹⁸ PERIODICO EL NORTE. “La telenovela en la vida cotidiana”. Laura Marques Elenes. Mayo, 1988.

¹⁹ COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN. PERSPECTIVAS TEORICAS. J. Antonio Paoli. Editorial Trillas. México, 1983. Pag. 28

entonación), *paralingüístico* (que comprende fenómenos como rezongos, bostezos, susurros, risitas, accesos de tos, etc., además del ritmo y la velocidad de la elocución, pausas y titubeos) y *kinésico* (movimientos de las manos, del cuerpo, del rostro, la mirada y el contacto visual recíproco, etc.).²⁰ Estos estilos de comunicación se utilizan en las telenovelas, ya que una parte muy importante son los movimientos del cuerpo, las gesticulaciones del rostro, los tonos de voz; que utilizan los actores dentro de la trama.

A continuación se expondrá un cuadro más gráfico para explicar los cuatro sistemas de comunicación descritos anteriormente.



Fuente: LA COMUNICACIÓN COMO PROCESO SOCIAL. Dio E. Ricci Bith y Bruna Zani. Editorial Grijalbo, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México, 1986. Pág. 24.

- ◇ Entonacional: Se refiere al tono de voz, es decir, las diferencias en el acento y la entonación. El cual está directamente relacionado con las palabras o las frases.
- ◇ Verbal: Se refiere a la palabra.
- ◇ Paralingüístico: Es la velocidad con la que se habla y todos los movimientos guturales que pueden ocurrir dentro de una conversación por ejemplo: bostezos, zuzurros, accesos de tos, etc.
- ◇ Kinésico: Son los movimientos corporales, el decir una frase o una conversación, por ejemplo: la gesticulación de la cara.
- ◇ Verbal: Se refiere a la voz.
- ◇ Lingüístico: Se refiere a un sistema de signos por medio de los cuales el hombre elabora, expresa y comunica sus pensamientos.
- ◇ Auditivo: Se refiere a percibir sonidos.
- ◇ Visivo: Sirve para ver.

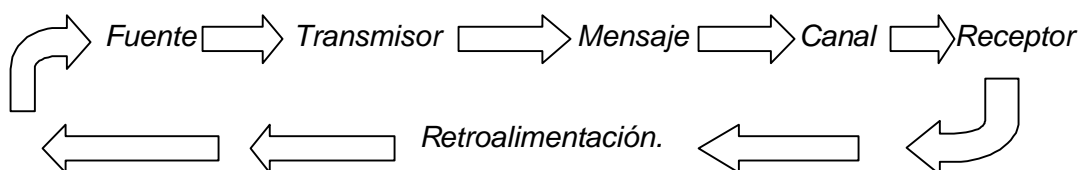
²⁰ LA COMUNICACIÓN COMO PROCESO SOCIAL. Dio E. Ricci Bith y Bruna Zani. Editorial Grijalbo, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México, 1986. Pág. 23.

Las variadas significaciones que puede tener un mensaje depende principalmente, qué tanto conocemos a cerca de ese tema, como pueden ser argumentos, noticias, pláticas, etc., a parte de nuestra vivencia o relación que podemos tener de ése mensaje. A esto Schramm lo llama “marco de referencia”. La comunicación se puede convertir en algo deficiente o incluso nula cuando no tenemos un adecuado marco de referencia; por ejemplo, cuando vamos de vacaciones a un lugar lejano o a un país distinto al nuestro, puede ser muy difícil la comunicación, si no sabemos el idioma que ese habla.

El mensaje para Schramm puede tener diferentes significados, ya que va acompañado (la mayoría de las veces) con el tono de voz del emisor y puede llegar a significar otra cosa totalmente diferente.

Puede haber un problema cuando no hay un marco de referencia similar *ya que si no hay un campo común de experiencias similares, no podrá decodificarse el mensaje como el emisor lo previa.*²¹

Con el paso del tiempo y a través de los avances técnicos, la televisión ha sufrido cambios en su tecnología, en su producción y en el manejo de su programación; pero como proceso de comunicación ha seguido el mismo modelo establecido por Shannon y Weaver desde 1974.



Fuente: Surgimiento de la información.

Transmisor: Codificador de la información.

Mensaje: La información codificada.

Canal: Medio de transmisión del mensaje.

Receptor: Persona o audiencia que recibe el mensaje y descodifica.

Retroalimentación: Respuesta o reacción del receptor en relación con la información recibida.

Fuente: TELEVISIÓN Y COMUNICACIÓN. UN ENFOQUE TEÓRICO PRÁCTICO. Jorge Enrique González Treviño. Editorial Alhambra mexicana. México, 1994. Páginas 33-34.

²¹ COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN. Op Cit. Pág. 31.

A la televisión se le ha visto como un mito ya que puede ser estudiada a partir de dos visiones:

- a) La televisión une a la familia, ya que entorno a ella se sitúa a todos los miembros de una familia, y;
- b) La televisión desarticula a la familia ya que los programas que se transmiten en ella tienen diferentes mensajes que son asimilados de diferentes formas.

Los televidentes asimilan y se dejan llevar a través de los programas y logran tener una “relación” muy importante: televidente y televisión. Esta relación lleva ciertos pasos: la atención por parte del televidente, la comprensión o asimilación del programa o del mensaje, la valoración que emite el televidente y finalmente la apropiación y reproducción del mensaje.

*En términos físicos, el televidente es un receptor pasivo, no necesita realizar esfuerzo para asimilar el mensaje, todo lo recibe hecho: la idea (fuente) ya codificada (transmisor) forma el mensaje, y el canal es su medio de difusión. Los dos tipos de canales: el directo, conformado por las ondas electromagnéticas que transportan las señales de audio y vídeo; y el técnico, formado por la infraestructura tecnológica hacen posible la captura de imágenes y sonidos para convertirlas en pulsos eléctricos, transmitir la señal y reconvertirla en luz a través de los televisores caseros.*²² El considerar al televidente como un agente pasivo, no lo llegan a considerar así algunos sociólogos y psicólogos, ya que la audiencia interpreta el mensaje de acuerdo a varios aspectos tales como: raza, edad, clase social, sexo, educación, ocupación, etc.

En el proceso de comunicación son necesarios diferentes aspectos a tomar en cuenta como son:

- a) Debe haber una relación entre el emisor y el receptor bilateral, es decir, que cualquiera de ellos puede ocupar el lugar del otro.
- b) El mensaje debe traer un significado el cual esté ligado a un suceso, acto, etc., de la vida cotidiana.
- c) Existe un contexto social entre el emisor y el receptor, que permite la adecuación del mensaje emitido.
- d) Toda comunicación está rodeada de relaciones sociales.

²² TELEVISIÓN Y COMUNICACIÓN. UN ENFOQUE TEÓRICO PRÁCTICO. Jorge Enrique González Treviño. Editorial Alhambra mexicana. México. 1994. Pág. 36.

En cuanto al contexto social o histórico se debe entender por una palabra que puede significar cosas totalmente diferente en momentos diferentes con respecto al momento en el que se dice. *Los individuos, los grupos, las clases sociales, las culturas tienen serias diferencias en sus concepciones, aún cuando tienen también posibilidades de evocar siempre algo en común.*²³

El contexto social determina el valorar y por supuesto el interpretar un mensaje. No sólo el contexto social determina el significado de un mensaje sino también la posición social a la cual perteneces (también el rol social que estás desempeñando - padre, hijo, sacerdote, maestro, etc. -). *Cuando realizo alguna acción, como vestirme a la moda, espero que la gente de mi grupo social diga que soy un sujeto de buen gusto; si efectivamente lo piensan así, estoy realizando una acción social, y con ello, estoy evocando un significado común; me estoy comunicando.*²⁴

Los programas televisivos que se transmiten pueden permitir denominarlos desde tres diferentes perspectivas: como medio informativo, como medio de entretenimiento y como medio educativo.

Como medio informativo tiene tres aspectos que tenemos que tomarlos en cuenta:

- a) Cuando se utilizan los diferentes periódicos para “traspasarlos” a un programa televisivo. Por ejemplo, los noticieros.
- b) El programa televisivo donde lo más importante es la relación que puede existir entre el público o los televidentes y el mismo programa. Un ejemplo de ésta característica puede ser el programa “Diálogos en confianza” que es transmitido por el canal 11.
- c) Por último, el vídeo text que son los programas en donde se exponen bancos de datos (de diversa índole) los cuales son extraídos de bibliotecas y archivos oficiales. Un ejemplo de esta característica pueden ser los anuncios que utilizan las diferentes secretarías de gobiernos para dar alguna información.

Para la televisión como medio de entretenimiento su principal función es la distracción, el esparcimiento de la audiencia, y éstos programas pueden ser realizados por las televisoras locales y /o foráneas. Un ingrediente sumamente importante son los “gustos y diferencias” de la gran diversidad de la audiencia. Los instrumentos que se utilizan en éste tipo de programas son los personajes estereotipados (un ejemplo, los actores, los cantantes, los grupos musicales, etc.). Un ejemplo de éstos programas son las

²³ COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN. Op Cit. Pág. 12.

²⁴ Ibidem. Pág. 13.

telenovelas, ya que se utilizan para “distracción” de la familia. *La televisión es la opción de diversión que está más al alcance de la gente por tenerla en casa, disponible en todo momento, y con un bajo costo; y lo que en un principio fue un privilegio o lujo para las familias pudientes, ha pasado a ser un medio accesible y necesario para todas las personas de diferentes niveles que buscan este medio como la mejor posibilidad de entretenimiento.*²⁵

Y por último tenemos la televisión como medio educativo. En un inicio cuando la televisión empieza a transmitir programas educativos, se llegó a la conclusión que era una buena técnica para educar, ya que no había muchos profesores en esa época o las condiciones para dar clases no eran las más óptimas. La televisión es un instrumento perfecto para poder impartir clases. A continuación un cuadro que presenta las ventajas y desventajas de la televisión como medio educativo:

²⁵ TELEVISIÓN Y COMUNICACIÓN. UN ENFOQUE TEÓRICO PRÁCTICO. Op Cit. Pág. 40.

VENTAJAS	DESVENTAJAS.
Selecciona a personas con más habilidades y recursos para la enseñanza.	La televisión da por resueltos los problemas sin poder retroalimentar a los alumnos sobre los errores que pudiesen haber cometido.
Presenta más áreas de instrucción que el maestro en un salón de clases.	La televisión hace que la programación que se presenta a diario sea más rígida.
Imparte enseñanza a grupo más numerosos.	La información que se presenta es más rápida y en ocasiones no es comprendida por el total de alumnos.
Exige calidad de contenido y presentación. Es más minucioso el trabajo.	La televisión en blanco y negro limita la enseñanza, principalmente de las ciencias, donde para una mejor explicación se necesita el color.
Pueden establecerse varias formas de aplicación para la enseñanza.	Los maestros, la mayoría de las veces están limitados en cuanto a uso de materiales didácticos.
Hace más real las explicaciones a través de imágenes en color.	El maestro de televisión necesita capacitarse para el buen uso de medio.

Fuente: TELEVISIÓN Y COMUNICACIÓN. UN ENFOQUE TEÓRICO PRÁCTICO. Jorge Enrique González Treviño. Editorial Alhambra mexicana. México, 1994. Páginas 40-41.
MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN.

Lasswell opina sobre los medios de comunicación y dice que es importante saber quién (el emisor) está diciendo un cierto mensaje o información; qué es lo que se dice (el mensaje) y por último quién es la audiencia (el receptor).

En la comunicación masiva lo más importante es la fuente de donde proviene la información, y puede ser proveniente de una persona institucionalizada o de una organización de comunicación. Por organización de comunicación se debe entender a un libro, o una editora de revista, a un periódico, a un estudio de cine o a una estación de

radio. *La organización funciona igual que un comunicador individual. Opera como decodificador, intérprete y codificador.*²⁶

Los medios de comunicación pueden llevarnos a entablar una interrelación con las personas cuando les preguntamos si han visto la película que está “de moda” o el programa televisivo que causó tanta controversia, etc. Y por lo tanto es casi imposible “aislarnos” de los medios de comunicación ya que los hemos hecho parte de nuestra vida diaria.

Los gustos de los contenidos de los programas han cambiado, tal y como lo describen en Estados Unidos: *Los programas más populares de las redes de televisión son las series humorísticas... Los otros grandes favoritos fueron las series dramáticas, los temas de suspenso y misterio y las películas. Las preferencias del público respecto al contenido de los programas han experimentado un cambio sustancial durante los treinta años en los que la televisión se ha popularizado. En los primeros años, los temas de vaqueros, los programas de preguntas y premios y las revistas musicales predominaban en las preferencias del público; en la actualidad además de las series humorísticas se presenta una continuada tendencia a preferir las películas cinematográficas, la programación de deportes y los temas policíacos.*²⁷

Hay una diferenciación entre los papeles que desempeñan un hombre y una mujer y se ha demostrado que *en las series humorísticas y las telenovelas se presenta aproximadamente una mujer por cada hombre, pero en los programas policíacos y en los de dibujos animados la proporción es de cuatro a cinco hombres por cada mujer.*²⁸

Es más común que en la televisión comercial se presenta al hombre como más racional, más tolerante, más inteligente y más poderoso que las mujeres; mientras que a ellas se les muestra más ocupadas y preocupadas por la familia, más ligadas a las relaciones sociales e interpersonales y más ligadas al amor, en una palabra, la mujer es presentada como totalmente dependiente de los demás y menos competente que los demás. Se muestra a la mujer más relacionada con la vida privada (el hogar) y desde luego con una actitud totalmente pasiva. Mientras que el hombre está más relacionado a la vida pública. Los hombres requieren y solicitan ayuda física; mientras que las mujeres, necesitan ayuda de tipo emocional. *De ésta manera, los sexos se muestran en la*

²⁶ LA COMUNICACIÓN HUMANA. CIENCIA SOCIAL. Carlos Fernández Collado. Gordon L. Dahnke. Editorial MC. Graw Hill. Pág.16.

²⁷ Ibidem. Pág. 151.

²⁸ Ibidem. Pág.- 162.

*televisión como muy diferentes uno del otro. El estereotipo sexual, se refiere por igual a la manera en que los hombres son descritos, así como las mujeres.*²⁹

Un ejemplo de los roles sexuales que muestran en las telenovelas puede ser cuando los jóvenes se identifican con la agresividad que se muestra en el programa; mientras que las muchachas “imitan” a la protagonista a través de su atractivo físico, de ahí, que estén de “moda” las chicas delgadas, frívolas, despreocupadas de la vida, etc.

No solo los roles sexuales se muestran también encontramos los roles raciales, ya que se muestran (en algunas ocasiones) a los negros como más conflictivos, más violentos, más agresivos y con menores recursos.

Los efectos que pueden producir los medios de comunicación masivos van a depender de ciertas características que cada persona de la audiencia tiene, lo cual da como resultado una interminable combinación de efectos posibles.

Los medios de comunicación (algunos especialistas lo han dicho) “afectan” a las personas, en el sentido de modificar incluso su conducta y su personalidad.

Los medios de comunicación tienen muchos “efectos” en la vida cotidiana. Uno de ellos es el ayudarnos a conocer lugares remotos del mundo, por ejemplo, el conocer el estilo de vida de personas originarias de África, Australia, etc., y esto solo es posible a los encabezados de los periódicos, de las telenovelas de aquellos países, los cuales nos permiten un mayor contacto con esas culturas tan lejanas.

No solo los medios de comunicación nos transportan a lugares remotos sino también *los medios masivos afectan claramente nuestra disposición del tiempo. Concedemos tiempo a los medios masivos porque obtenemos ciertas experiencias agradables gracias a los que ocurre durante ese lapso.*³⁰ En los países desarrollados (en su gran mayoría), el tiempo libre que tienen sus habitantes lo ocupan casi siempre utilizando los medios de comunicación.

En algunos estudios que se han realizado se ha demostrado que aquellas personas que utilizan algún medio masivo impreso como las revistas, los libros o el periódico, ocupan los demás medios. Pero es muy difícil que una sola persona ocupe y se relacione con TODOS los medios de comunicación.

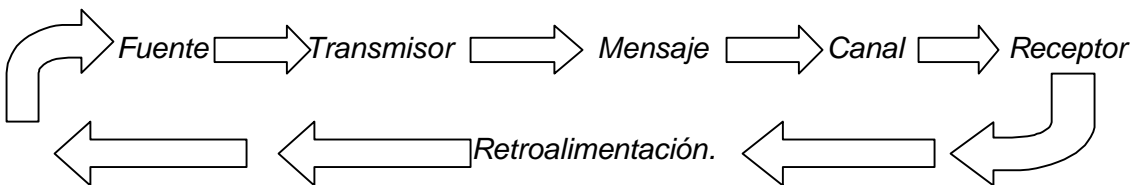
Millones de personas en todo el mundo ven la televisión en uno de los horarios más “socorridos” como lo es en la noche. En México, podemos situar entre semana a las

²⁹ Ibidem Pág. 163.

³⁰ Ibidem. Pág. 147.

telenovelas que muchas veces tienen el más alto grado de aceptación; y son transmitidas (generalmente) en la noche, es decir, entre las 7:00 y las 9:00 de la noche.

En un inicio determiné que utilizaría el esquema funcionalista de la comunicación (E-M-R), pero con el análisis que he tenido he decidido que las telenovelas producen una Retroalimentación a los televidentes por lo cual es esquema más adecuado es:



En síntesis podemos recuperar como conceptos sustantivos para esta tesis siguientes: estereotipos, ideología, telenovelas, etc. dado que a partir de ellos plantearé y estructuraré el presente trabajo dirigido a analizar la imagen, los estereotipos y la ideología que generan las telenovelas mexicanas.

CAPITULO III

IMPACTO DE LAS TELENÓVELAS MEXICANAS

CAPITULO III.

EL IMPACTO DE LAS TELENOVELAS MEXICANAS.

Los instrumentos que son utilizados para entretener al público tienen diferentes aspectos que deben ser analizados, por ejemplo, la forma en cómo se transmite, cómo se proyecta y cómo es recibida por el público, es decir, el proceso de comunicación al que se recurre (E----M----R) que se analizó en el capítulo anterior.

El proceso comunicativo no es el único aspecto a analizar sino también el impacto que puede llegar a tener algún mensaje que es transmitido por algún medio de comunicación. En especial en la televisión, ya que en ella pueden transmitirse mensajes informativos, de entretenimiento y educativos.

Los mensajes son asimilados y adoptados desde diferentes perspectivas, y son asimilados de acuerdo al sexo, a la edad, al lugar de origen, a la educación, a la ocupación, etc. Y por lo tanto el mensaje se puede llegar a convertir en un abanico de impacto.

Uno de los mensajes que son transmitidos en la televisión son las telenovelas, las cuales han estado presentes en México desde el día 6 de julio de 1958 con la primera telenovela titulada *Senda Prohibida*, la cual fue protagonizada por Francisco Jambrino y Silvia Dérbez. Desde ese momento hasta la actualidad, las telenovelas han sido parte fundamental de nuestra vida cotidiana.

Las telenovelas se puede analizar desde diferentes perspectivas tales como: centro de publicidad que está rodeado de anuncios publicitarios, como instrumentos de entretenimiento, como instrumento enajenante para la familia mexicana y como portadora de estereotipos tanto de mujeres como de hombres, de ancianos, de niños y de jóvenes los cuales son aceptados e interiorizados por el público en general.

Podríamos analizar éste último rubro en su totalidad y creo que puede llegar a ser un tema mucho más ampliado y analizado. Pero el tema central de esta tesina es la de la mujer imagen que se muestra y maneja en las telenovelas mexicanas y la forma en cómo se internaliza e influyen en la vida de las mujeres.

A continuación se desarrollarán cuatro aspectos en la forma en cómo impactan las telenovelas al público en general y en específico a la mujer.

3.1 FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL IMPACTO DE LAS TELENÓVELAS MEXICANAS.

Las telenovelas suelen atraer al público por las historias interminables y ficticias, y esto se da gracias al guión que llevan consigo las telenovelas ya que el guión narrativo de la telenovela hace que cada episodio parezca terminar en sí mismo. Las telenovelas ponen un especial énfasis en la condición principal de la vida de una mujer: la espera.¹⁰ Aunque la telenovela ha sido poco analizado; en la actualidad existen varios especialistas de ellas tales como psicólogos, sociólogos y comunicólogos. Pero creo que aún falta mucho análisis en este tema tan apasionante.

El tono de voz de los personajes puede servir para guiarnos si su intención es de sumisión, asombro, enojo, alegría, etc.

Las mujeres no solo son un punto de publicidad y de consumo sino que también pueden llegar a convertirse en personas críticas.

El público al que van dirigidos la mayoría de los programas televisivos son las mujeres y los y las jóvenes ya que ellos son los principales consumidores tanto de programas como de productos (la publicidad). Diez horas de programación televisiva diaria tienen como objetivo fundamental producir y satisfacer la demanda del público femenino y juvenil, y lo que el mismo acto involucra, es someter estas audiencias a las pautas culturales que legitiman el encierro de la vida domésticas y familiar.¹¹ También pueden llegar a ser los y las más críticos de los programas (los jóvenes y las mujeres) ya que ellos y ellas pueden generar un criterio satisfactorio o insatisfactorio (por el constante bombardeo de información, de programas, de publicidad). También ellos y ellas son los que cuentan con mayor tiempo libre y lo ocupan viendo programas televisivos.

Los programas televisivos como radiofónicos están más inclinados a la vida de la mujer, ya que ellas, cuando están realizando las labores domésticas (la comida, el quehacer, etc.) su forma de “distraerse” es a través de éstos programas. También en ocasiones, es para no sentirse sola, es decir, por el simple hecho de estar escuchando la radio o la televisión, te da la impresión de que estas siendo acompañada. No sólo en el hogar están presentes (la radio o la televisión) sino que también en el trabajo (aunque, en menor medida y se da más el uso de la radio).

Hay diferentes opiniones respecto a si los programas televisivos modifican la conducta o no. Mientras la población masculina estima que la televisión los ayuda a comprender mejor la realidad política, la población

¹⁰ PEARSON, JUDY. C., TURNER, LYNN H. 1993. Comunicación y género. Editorial Paídos Comunicación. Buenos Aires. Argentina. Pág. 370.

¹¹ MATTELART MICHELE Y PICCINI MABEL. 1987. “La televisión y los sectores populares” en La comunicación y cultura. La comunicación masiva en el proceso político. Editorial Nueva Imagen. México. Página. 31.

femenina manifiesta su interés por la vertiente de la programación adscrita al orden de la ficción.¹² Las opiniones son diferentes ya que cada sexo interpreta de diferente sentido los mensajes de la televisión.

Los hombres consideran a la televisión como un instrumento para conocer más acerca de la política también como medio de entretenimiento y de distracción y como un instrumento para adquirir status social, a través de la compra de un bien material tal y como lo es la televisión. Mientras que para la mujer es un instrumento educativo e instructivo (para toda la familia), también en ellas está presente el status que le da el aparato electrónico.

Existen cuatro elementos que están presentes en las telenovelas los cuales son: imágenes, voz, sonido y música. Estos elementos provocan que una historia sea o no aceptada por los televidentes. En segundo lugar debe existir una historia "Atractiva", es decir, que genere expectativa dentro del público y es necesario que tenga un buen guión. El guión es la visualización previa de las imágenes, la concepción del producto final, es una pauta, una guía que orienta la creatividad¹³

Existen dos tipos de género en los programas televisivos: el informativo y el dramático. Para este trabajo me enfocaré al género dramático ya que en él se encuentran las telenovelas. Como sabemos, las telenovelas es donde hay varios personajes que representan un drama el cual se desarrolla en varios capítulos.

El objetivo central del género dramático es el representar una historia de forma entendible y que sea entretenida para el televidente. Este género tiene dos características fundamentales:

- A) El ritmo de impacto emotivo y
- B) La economía creativa.

Por ritmo se debe entender a la escenas que contienen una carga dramática, emotiva, motivacional, etc. y de acuerdo a su intensidad se les clasificara como "altas" y "bajas". Por economía creativa se debe entender como la realización de un guión adecuado y con una secuencia adecuada de las escenas.

Las telenovelas tienen un impacto muy importante porque están ligadas al quehacer doméstico ya que las telenovelas "acompañan" a las amas de casa en sus labores diarios en las sociedades industrializadas las

¹² Ibidem. Página 37.

¹³ GONZALES TREVIÑO JORGE ENRIQUE. 1994 Televisión y comunicación. Un enfoque teórico práctico Editorial. Alhambra mexicana. México pagina 69.

telenovelas radiales o televisivas ayudan en la estructuración del trabajo diario de las amas de casa. Un numero de mujeres... organizan sus labores diarias de acuerdo a la transmisión de sus telenovelas favoritas.¹⁴

Una forma que contribuye en el gusto por las telenovelas es el carisma que pueden llegar a tener los protagonistas de la historia, o bien los roles sociales que representan los protagonistas (por ejemplo, en la telenovela *Simplemente María* las mujeres que seguían esta historia se identificaran con el rol social de la protagonista, en el sentido de la mujer trabajadora e independiente). Una posibilidad de satisfacción consiste en la identificación de parte de los espectadores con estrellas de las telenovelas que fingen como “modelos”, además del escapismo.¹⁵ provocado por la ficción televisiva.

Las telenovelas son aceptadas principalmente por las mujeres por que representan la historia fantástica que muchas de ellas quisieran tener. Por ejemplo, cuando se habla del amor puro entre los protagonistas, y como este ejemplo se pueden citar muchos más.

Las telenovelas, contienen significados simbólicos para las mujeres. Es decir, la esencia de los mensajes de las telenovelas es lo implícito, lo que no se menciona, lo oculto, por ejemplo, cuando se muestra la independencia que poco a poco se ha ido mostrando en las telenovelas textuales, y esa imagen de la mujer al ser repetida y representada se va interiorizando en las concepciones de las mujeres que las han visto.

Las telenovelas se basan generalmente en los sentimientos “básicos” de los seres humanos como lo son el amor y el odio, la felicidad y el sufrimiento.

3.1.1 IDEOLOGIA UTILIZADA EN LAS TELENNOVELAS MEXICANAS.

Los mensajes que se transmiten en los programas de televisión están vinculados directamente con la educación, la cultura, las tradiciones del público al que van dirigidas. Es decir, las telenovelas mexicanas recurren a temas que se presentan o se presentaron en México, por ejemplo, la telenovela *El vuelo del águila* utilizo la lucha de Independencia como tema central.

Los productores de telenovelas solo están interesados en saber cual es la audiencia (el raiting) de su programa sin importarles de que forma esta siendo asimilada su historia.

¹⁴ TORRES AGUILERA FRANC ISCO JAVIER. 1994. Telenovelas, televisión y comunicación. Ediciones Coyoacán. México pagina 28

¹⁵ IBIDEM. Pagina 31

En la comunicación de masas no existen contacto individual, directo o indirecto, en forma unilateral o en oposición. La comunicación de masa es siempre pública indirecta y unilateral.¹⁶ Muy pocas veces se da una Retroalimentación entre el público y el medio de comunicación. Pero sí deja un resultado que en ocasiones puede modificar el comportamiento del público, sin importar si son mujeres, hombres, niños o jóvenes.

Como ya se había mencionado en el capítulo anterior una función que tiene la televisión, es el entretener, ya que es un aparato que se encuentra en la mayoría de los hogares, en restaurantes, tiendas comerciales, etc. la televisión es un instrumento para ocupar el tiempo libre que tienen las personas. Así, lo describe Daniel Lerner. Es entretenimiento que entusiasma y permite al individuo evadirse de la monotonía de su día de trabajo y descargar sus sentimientos agresivos; entretenimiento que apena el corazón y a los sentimientos sugiriendo sueños de un mundo incólume a la vez que ayudan a llenar los momentos de ocio cada vez más prolongados.¹⁷ Las telenovelas son programas que en ocasiones logran reunir a millones de personas en un mismo horario; sin importar si es el horario de la comida o del trabajo. Tal es el caso de la telenovela *Los ricos también lloran*. Ya que en horario en el que se transmitía en la ciudad de México se llegaba a paralizar para ver esa telenovela.

El recurrir a instrumentos que nos llevan a evadir (al menos en un tiempo determinado) la realidad es una característica fundamental de la vida que tiene la sociedad actual.

Las telenovelas son captadas por millones de personas sin importar su clase social, su ocupación, su educación.

El público de las telenovelas decide si le gusta la historia o simplemente cambiarle de canal. Esta es una forma de control que tiene el público. Una forma de saber que le gusta la telenovela es platicar de ella, pensar que lo que puede suceder en el episodio próximo, entre muchos aspectos más.

Los medios de comunicación en especial los programas que se transmiten en la televisión pueden estar ligados a la educación. Los medios de comunicación especialmente en la sociedades industriales son instrumentos de estabilización más que de cambio. Ejercen una fuerte influencia en la divulgación del saber y conforman los modos exteriores de comportamiento. Sin embargo, hay una conexión indiscutible entre el mejoramiento de los sistemas educacionales y el grado de la influencia positiva o negativa de los medios de comunicación para las masas. Se puede afirmar que cuanto mayor es el sistema educacional de una sociedad, mejores son también los medios de comunicación.¹⁸

¹⁶ LERNER DANIEL. 1972. La comunicación colectiva y el desarrollo cultural. Ediciones CIESPAL. Quito, Ecuador. Pagina 52

¹⁷ IBIDEM PAGINA 54

¹⁸ IBIDEM. PAGINA. 58.

En una Investigación realizada por Judy C. Pearson y Lynn H. Turner se presenta que las personas que ven televisión se presenta muy continuamente que son personas más conservadoras, es decir, más tradicionales y más hogareñas. Ya que están asimilando los estereotipos que se muestran en la televisión (mujer sumisa y hombre omnipotente).

Para Marco Ordóñez Andrade en su ponencia “Los medios de comunicación colectiva y su influencia en el desarrollo cultural”, menciona que los programas que se transmiten en la televisión, lleva a un consumismo de productos que no son necesarios, dejando de lado los productos básicos. Los efectos que han creado los programas televisivos en los públicos a los cuales tienen acceso, marcos de comportamiento, fugados completamente de la realidad y apetencias y demandas contrarias al interés social; una verdadera alienación cultural trasladando los problemas de las sociedades de consumo a las urbes de los países subdesarrollados. ¹⁹El consumo de bienes suntuarios (principalmente en las telenovelas) se dan gracias a las grandes empresas de publicidad ya que ellas están contratadas por compañías. Por ejemplo, las compañías automovilísticas y de celulares convirtiendo éstos productos como parte fundamental de la vida cotidiana del público.

El ámbito cultural está presente en las telenovelas mexicanas, ya que muchas ocasiones se recurre a ellas porque no hay una cultura de leer un periódico, un libro o una revista, ya que encender el televisor y ver una telenovela es mucho más fácil. Y no necesita un esfuerzo mayor.

El siguiente cuadro muestra como en el día Domingo en la Habana Cuba es vista la televisión en un estudio que realizó, tanto a hombres como a mujeres:

	Hombres	Mujeres.
	%	%
Televisión.	55	70
Otros.	45	25
No contesta	----	5
TOTAL	100	100

Fuente: MATTELART, MICHELE Y PICCINI MABEL. Op cit. Pag.40.

¹⁹ Ibidem. Página. 65.

En este cuadro nos podemos dar cuenta que durante toda la semana las mujeres son las que están más expuestas a los programas televisivos.

El siguiente cuadro muestra las opiniones sobre los efectos que puedan tener los programas televisivos:

	Hombres	Mujeres
	%	%
Positivos	37.5	50
Negativos	7.5	5
Relativos	15	15
Ningún efecto	30	25
No contesta	10	5
TOTAL	100	100

Fuente: Ibidem. Página 41.

Por efectos positivos debemos entender que los programas televisivos generan entretenimiento, cultura e información. Por efectos negativos los entrevistados se refieren a programas y papeles totalmente estereotipados (para los entrevistados con una visión tradicional, es decir, el hombre independiente y la mujer dependiente de la sociedad); también dentro de los estereotipos utilizados encontramos una concepción totalmente clasistas. También se refiere a una desvalorización gracias a la utilización de programas televisivos.

Las preferencias por programas televisivos varían de acuerdo a los sexos. A continuación un cuadro en donde se explica ésta diferencia:

	Hombres	Mujeres
	%	%
Comedia	62	82.5
Deportes	100	55
Foros políticos	55	45
Musicales	88	80
Noticieros	93	77.5
Series de terror	80	90
Series históricas	32	35
Series policíacas.	80	85
Telenovelas	25	85

Fuente: Ibidem. Página 54.

La madre es la que generalmente “deposita” a sus hijos frente a la televisión ya que ella, es la primera persona a la que se le influye a través de los mensajes que son reproducidos en la televisión y en segundo lugar son los niños los más expuestos a éstos mensajes.

Las mujeres (que son madres) en su gran mayoría consideran a la televisión como fuente de influencia en el desarrollo educativo y emocional para sus hijos.

Para algunas madres, las telenovelas son demasiado dramáticas e incluso violentas, agresivas, etc. tal y como lo menciona una madre las telenovelas son realmente malas para los niños, son muy dramáticas... la vida de las telenovelas se retrata de una manera muy exagerada... sobre todo muy lenta.²⁰

Para muchas otras madres, consideraron a las telenovelas como “consejeras” de la vida. Tal y como lo dice una madre. Algunas telenovelas son realmente muy buenas. Usted puede aprender de ellas mucho. Cuando yo no sé que decirle a mi hija mayor, que ya tiene novio, pues le digo que vea la novela para que ella misma sepa que hacer con él... las novelas le ayudan a

²⁰ OROZCO GUILLERMO. 1996. *Televisión y audiencia. Un enfoque cualitativo.* Universidad Iberoamericana. Madrid. Página 58.

uno a resolver algunos problemas con los hijos...²¹ Aquí podemos darnos cuenta que la opinión acerca de las telenovelas puede ser muy variada. Una de las razones es el nivel educativo, la posición social. Ya que la primera opinión es de una madre de ingreso alto (no se especifica la cantidad); mientras que la segunda opinión es de una madre de ingreso bajo.

La comunicación que se da a través de los programas televisivos, trae como consecuencia una alteración en las relaciones familiares, ya que llega a lo más íntimo de un individuo que es el seno de su familia. Con la televisión ocurre que se inserta en el interior mismo de ella (la familia) para no salir jamás y ocupar un lugar de privilegio como un emisor dictatorial, pues únicamente se le debe de escuchar y ver sin posibilidades de influir sobre la programación transmitida. Derriba todas las fronteras e invade y conquista el territorio máspreciado por todos, el hogar, ahí donde se funden sanguínea y afectivamente todos los espacios individuales. No solo se le invita y acepta sino que se considera un privilegio su presencia.²² La televisión no sólo entretiene sino que también educa y a ella se le puede confiar los hijos e incluso a la mujer. Y además no tiene ningún costo económico pero sí social; en ocasiones modifica el comportamiento y desde luego la ideología del televidente.

Dentro del género de las telenovelas existe una “corriente” de telenovelas con apoyo a la comunidad, es decir, con contenido social, las cuales se fundamentan en cuatro aspectos (de tipo social):

- ◆ La telenovela de Refuerzo (es decir, con contenido social) modifica y refuerza opiniones y actitudes respecto a un valor socialmente deseable.
- ◆ La audiencia tiende a identificarse y contra identificarse con los personajes “buenos” y “malos” respectivamente.
- ◆ Al fungir los personajes de identificación como modelos de conducta, el público tiende a imitarlos en situaciones similares.
- ◆ Al gestarse una experiencia vicaria con las situaciones presentadas en la historia, se promueve el ejercicio del valor socialmente deseable.²³

Algunas telenovelas de Refuerzo son: *Acompáñame*, *Caminemos* y *Nosotras las mujeres*.

Existen estudios acerca de la relación entre la cultura y las telenovelas y cómo las telenovelas pueden llegar a ser consideradas como un instrumento cultural que llega a

²¹ Ibidem Página. 63.

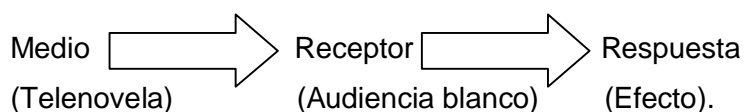
²² GIL OLIVO RAMÓN. 1993. Televisión y cultura. Volumen I. Hacia el caos sensorial. Universidad de Guadalajara. México. Página. 301-302.

²³ TORRES AGUILERA FRANCISCO JAVIER. Op cit. Página 35.

millones de personas diariamente. La relación cotidiana con la televisión y con el melodrama televisivo es un hecho que forma parte de la cultura contemporánea de nuestras formaciones sociales latinoamericanas. El fenómeno tiene una magnitud impresionante, la telenovela es el principal producto de la industria cultural televisiva, está constituida en el primer rango de auditorio continental, la relación entre el fenómeno melodramático televisivo y el melodrama de la vida diaria es un elemento de composición cultural inmediato a cualquier formación social urbana.²⁴

Las telenovelas son aceptadas por un gran número de personas no solamente por la historia que transmiten, por los actores o actrices que están protagonizando la historia, o por el horario, sino que detrás de ésta industria tele novelera encontramos diferentes productos que se “relacionan” con las telenovelas, entre ellas tenemos la moda de los personajes de la historia, los vestidos, las canciones, en algunas ocasiones las películas que a partir de la telenovela se realizan, los posters, etc. Un ejemplo, de éstos productos “tele noveleros” tenemos la telenovela llamada *Amigas y rivales* ya que en el momento de ser transmitida esta historia se puso de moda la forma de vestirse de las cuatro protagonistas: los pantalones a la cadera, los tops, el pelo suelto, etc. no solamente ésta historia ha modificado la moda, sino también, las canciones como tema central de la historia los cuales se llegan a considerar “hits” del momento.

Las telenovelas con contenido social, se han implementado desde la década de los 70’s en donde el fundamento que se pretende es dar y ayudar a los diferentes problemas que puede llegar a tener la población; entre los cuales tenemos la drogadicción, la paternidad, el SIDA, la planificación familiar, el apoyo a la ecología, etc. y el diagrama de éstas telenovelas es:

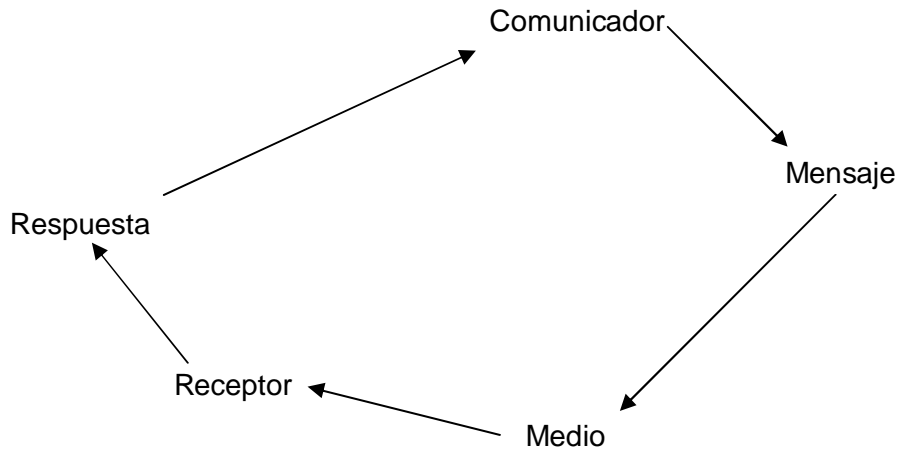


Fuente: TORRES AGUILERA FRANCISCO JAVIER. Op cit. Página 44.

El éxito que debe tener los efectos deseados son principalmente a la gran audiencia de las telenovelas y por supuesto el verse reflejado en la historia. Un ejemplo de éste tipo de telenovela es *Soñadoras* en donde se buscaba que los jóvenes que eran adictos a las drogas buscaran la rehabilitación y el efecto o respuesta que se dio fue un incremento en conocer cómo funcionaban los centros de rehabilitación para adictos.

²⁴ Ibidem. Página 36.

El esquema que pretenden las telenovelas de contenido es el siguiente:



Fuente: Ibidem Página 47.

Comunicador: Gobierno, Iniciativa privada.

Mensaje: Marco axiológico de la Constitución Mexicana referida a problemas del país.

Medio: Telenovela.

Receptor: Audiencia Blanco definida.

Respuesta: Cambio de actitud, de opinión, refuerzo de actitud, etc.

La telenovela, está fundamentada en los villanos y los personajes que tradicionalmente son: Los personajes buenos como la muchacha pobre, la madre abnegada, el joven enamorado, el marido víctima, mientras que los malos han sido la muchacha rica, la madre dominante y el esposo castrante.²⁵

3.2 PRINCIPALES ESTEREOTIPOS UTILIZADOS EN LAS TELENOVELAS MEXICANAS.

Los roles sexuales y de género que se utilizan y transmiten en las telenovelas son tradicionales, es decir, las mujeres deben ser dependientes de los hombres, deben atender y cuidar a su familia, acatar las órdenes de sus padres, de su esposo, etc.

En el aspecto profesional muy poco se habla de las mujeres que están trabajando o si lo hacen son las secretaria, trabajadoras del servicio de limpieza, etc. y muy pocas veces se habla de la ejecutiva. Aunque claro, poco a poco, se está dando paso a éste tipo de rol para la mujer en las telenovelas mexicanas.

²⁵ Ibidem. Página. 48.

En cuanto a los hombres encontramos que ellos son los que salen a trabajar, son los proveedores del hogar, los jefes y empresarios de las compañías “grandes”, los que generalmente detentan el poder tanto en el hogar como en el trabajo, etc. aquí se vuelve a repetir los roles tradicionales: la mujer dependiente mientras que el hombre es el independiente y poderoso.

Se ha demostrado que la televisión debe ser considerada como parte de nuestra vida, y ésta relación Televisión-público no es lineal, es decir, no solo se utiliza la televisión para entretener sino que sus mensajes son asimilados por las personas.

Las telenovelas utilizan estereotipos que son asimilados. Los roles sexuales y de género son en mayor número de tipo masculino, es decir, por cada cuatro hombres, hay una mujer, hay una relación 4*1. En las telenovelas son los hombres los que constituyen la fuerza laboral, los cuales desempeñan más puestos de trabajo que las mujeres; lo cual lleva inmerso un status mayor que las mujeres.

Los papeles que se representan en las mujeres, generalmente son de sometimiento y sumisión, como seres débiles, pasivos y orientados principalmente al hogar; mientras que los hombres es de personas fuertes, orientados hacia el trabajo y como poseedores del poner ante su grupo social.

Durante el año 1985, la revista Broadcasting criticó claramente la programación televisiva por la imagen de las mujeres que se ofrecía en los diferentes programas de televisión... ya que mostraba a las mujeres en papales “invisibles”, o bien se les tomaba como víctimas.²⁶ En este mismo artículo se criticaba que los papeles que representaban las mujeres eran en gran mayoría de adictas (al alcohol, a las drogas, etc.) o bien eran secuestradas, torturadas y/o asesinadas. Aquí el tema central es el papel que los productores han “encasillado” a las mujeres como víctimas.

También en el año 1985 se realizó una Investigación en las ciudades de los Ángeles y Nueva York, realizada por las investigadoras Pearson y Turner sobre las frases que utilizan los personajes tanto masculinos como femeninos y el resultado fue el siguiente: Los personajes femeninos, opuestamente a los masculinos, tienden a emplear frases más largas, un mayor número de verbos que indican una falta de seguridad o certeza (creo, supongo, me parece) más... un número mayor de palabras y frases amables (por favor)... Los personajes masculinos se caracterizan por el empleo de pausas vocalizadas (uhm, ah, oh)... justificaciones de conducta (ocurrió porque)...²⁷ Así se puede demostrar que los personajes en las telenovelas están estereotipados, ya que no solo las frases se distinguen de ser representadas por hombres o mujeres, sino también los gestos, los comportamientos, las actitudes, etc. que son parte fundamental del tipo de

²⁶ PEARSON, JUDY C. Y TURNER, LYNN H. Op cit. Página 367.

²⁷ Ibidem. Página 368.

comunicación Entonacional, paralingüístico y kinésico. Los cuales son: Entonacional el uso del énfasis (tonos), paralingüístico que son los rezongos, los abscesos de tos, el ritmo, la velocidad, etc. y el kinésico que son los movimientos del cuerpo.

Después de varios años, algunos investigadores han demostrado que los papeles que representan las mujeres poco a poco se han modificado, ya que los papeles de las mujeres se están encaminando a mujeres independientes e introducidas en la vida laboral; aunque claro, estos papeles se dan en muy pocas telenovelas. Esta pequeña modificación ha permitido que la cosmovisión que se tenía de la mujer sumisa ha ido quedando rechazada dando lugar a una nueva visión de una mujer en las telenovelas e incluso en nuestra sociedad. Petersen Perlaman escribe que en la actualidad los papeles tanto de hombres como de mujeres han ido cambiando; ya se habla de una pareja en donde ambos salen a trabajar y ambos atienden a la familia.

Hay investigaciones que se han hecho en la década de los 80's en algunas telenovelas mexicanas por ejemplo, la telenovela *Acompáñame* en donde el tema principal de ésta historia es la planificación familiar y se registró que en el periodo de transmisión de la telenovela se incrementaron las llamadas de información de los anticonceptivos y pláticas para la planificación familiar. La autora Carmen Galindo expuso: ... la televisión puede, a través de la telenovela brindar un servicio al cuerpo social por medio de técnicas de aprendizaje no formal.²⁸

A continuación analizaremos algunas de las telenovelas más importantes en México. Su importancia se puede deber a su historia, a su duración, al impacto que generó, a su audiencia, entre otros aspectos.

- * En la telenovela *Senda Prohibida* se presenta a una mujer que rompe un matrimonio, se presenta el estereotipo de una mujer "trepadora".
- * Durante 1959 (a finales) surge la consagración de la telenovela en México con *Gutiérritos* en donde se muestra el estereotipo de un capitalino de clase media que es humillado tanto en su trabajo como en el hogar. Aquí se habla del hombre.
- * En la telenovela *Teresa* se muestra el estereotipo de una joven universitaria que está en desacuerdo a su posición social y económica.
- * En 1961, se muestra la "otra" cara de las mujeres, las abandonadas y sumisas en la telenovela *La leona*.

²⁸ TORRES AGUILERA, FRANCISCO JAVIER. Op cit. Página 34.

- * En las telenovelas como *Bodas de Odio*, *La Mentira* y *Pecado Mortal* entre otras, tenemos a las mujeres que perdonan todo a su esposo, y a las mujeres “malas” que son amantes de los esposos.
- * En la telenovela *Yesenia* se representa el estereotipo que tienen algunas mujeres, como el que se muestra de seductoras, eróticas, etc.
- * En algunas telenovelas se muestra el estereotipo del mexicano como ladino, pícaro, ingenuo, torpe, etc.
- * En 1972 en la telenovela *Los hermanos coraje* se muestra la vida y los estereotipos de un pueblo en donde los únicos que detentan el poder y la autoridad son los hombres, a través de las pistolas y los caballos. Muy parecida a la vida que se muestra en las películas de Pedro Infante, en donde se muestra la autoridad de los hombres “charros”.
- * Con la telenovela *Simplemente María* se muestra el estereotipo donde una humilde costurera, que es humillada por su sociedad, y que con el paso del tiempo ya se muestra otra perspectiva de la mujer la mujer trabajadora, creativa, independiente, que asciende socialmente por su talento.²⁹
- * En junio de 1971 con la telenovela *El amor tiene cara de mujer* se muestra el estereotipo de muchachas de clase media que trabajan para desarrollarse e independizarse.
- * En los años 80’s con las telenovelas *Alcanzar una estrella*, *Quinceañera* y *Muchachitas*. Se muestra la vida cotidiana de los adolescentes, en los colegios, los amores de escuela, el tratar de realizar una vida más placentera, etc.
- * En la década de los 70’s apareció un nuevo estilo de telenovela, la infantil con *Mundo de Jugete* se habla de los estereotipos de los niños, que se encuentran en las escuelas, sus vidas, las “villanas” de la historia, etc.
- * En 1978 con la telenovela *Viviana* se habla de la vida de las prostitutas.
- * En 1979 en la telenovela *Muchacha de barrio* se habla de la humillación y denigración que sufren las personas que se dedican a pepear o a la vida de los limpiaparabrisas.
- * Para 1980 con la telenovela que ha sido traducida en 17 idiomas, *Los ricos también lloran* se muestra la vida de las personas con poder adquisitivo.
- * En los años recientes se muestra en cierto modo un estilo de matriarcado, en donde las mujeres son las que llevan en poder de la familia como *Cuando seas mía*, *La duda*, etc.

²⁹ REYES DE LA MAZA, LUIS. 1999. Crónica de la telenovela, México sentimental. Editorial Cío. México. Página 65.

El proceso por el cual han pasado las telenovelas, en cierto grado nos muestra las diversas caras que puede tener una sociedad como la mexicana, en donde se tocan temas desde educativos hasta recreativos. Las historias que se muestran en las telenovelas han ido cambiando, la concepción de la mujer sumisa ha dado paso a nuevas formas de sumisión no necesariamente del hombre hacia la mujer, sino también de los jefes a sus empleados, del padre o madre a los hijos, etc.

3.2.1 REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EN LAS TELENÓVELAS MEXICANAS.

Las telenovelas son un instrumento que se utiliza para representar a al mujer (y al hombre) de acuerdo a diferentes estereotipos que se deben utilizar en el comportamiento de las mujeres y los hombres.

En las telenovelas es más frecuente que se toquen temas de la sexualidad. En las telenovelas, aparecen mujeres más jóvenes que la población general y con frecuencia se viola, secuestra, abandona, droga o ataca a estas mujeres. A éstas, además no se les comprende ni valora ... por otra parte, las mujeres profesionales suelen representar facetas comprensivas y se presenta tanto a hombres como mujeres que ejercen sus profesiones fuera del hogar (médicos y abogados). Por lo general, se presenta a los hombres y a las mujeres como individuos con una calidad profesional equivalente.³⁰ Se demuestra así que las mujeres que se presentan en las telenovelas son generalmente víctimas al igual que en la realidad ya que ellas están subordinada, golpeadas no solo por el hombre sino por toda la sociedad (y en especial la mexicana con concepciones totalmente tradicionalista).

A continuación expondré algunas representaciones que se hacen en las telenovelas respecto a la mujer, es necesario mencionar que éstas representaciones son solo algunas de todas las que se han realizado, pero tomar en cuenta las más importantes.

1.- TODO LO QUE REALIZA LA MUJER (EN SU VIDA EN GENERAL) ESTÁ PRESENTE EL AMOR.

³⁰ PEARSON, JUDY C. Y TURNER, LYNN H. Op cit. Página 369.

Aquí, lo que se muestra es que la mujer es representada totalmente sentimental, que todo lo que realiza es por el amor, no solo de pareja, sino familiar, entre compañeros de trabajo, con los vecinos, ante la religión, etc.; la mujer utiliza sus sentimientos para vivir, en cambio, el hombre es un ser racional, objetivo. Esta dualidad nos lleva a la concepción totalmente tradicional, ya que la mujer debe estar inmersa en el hogar (en lo privado) mientras que el hombre debe estar en el trabajo, en las relaciones públicas, etc. Las telenovelas que tocan este aspecto son la mayoría de las historias, ya que en casi todas el tema central es al amor, o más bien, el “gancho” de las historias es el amor (tanto de pareja, como familiar, etc.). Por “gancho” yo lo denomino al aspecto que es el eje de una telenovela y que a partir de esa historia se desarrolla toda la trama.

2.- SE REPRESENTA A LA MUJER ABNEGADA, SUMISA Y CALLADA.

Desde la primera telenovela que se realizó en México, ha existido un tema muy “socorrido” en este tipo de programas, respecto a la conducta o comportamiento de las mujeres el cual es la sumisión, el ser abnegadas y calladas. Aquí, es importante mencionar que no es solo del hombre hacia la mujer sino ante todas las demás relaciones sociales (padre-hijo, hermano-hermana, jefe-empleado, etc.). Por ejemplo, cuando las mujeres están siendo golpeadas, humilladas, agredidas, etc., ante las autoridades se mantiene esa sumisión y eso se debe a una concepción tradicionalista, en donde, el único papel que debe desempeñar la mujer es estar ligada a la familia, a la crianza y a la educación de los hijos, al respeto (y en ocasiones hasta miedo y temor) ante su esposo, etc. este patrón de comportamiento es utilizado en muchas telenovelas. Aunque, en la actualidad la sumisión es mucho más “sutil”. Podría mencionar muchas telenovelas en donde se muestra esta representación y sería muy larga la lista. Un ejemplo *La leona*, *Bodas de Odio*, *La calle de las novias*, *La Mentira*, etc.

3.- SE REPRESENTA A LA MUJER COMO OBJETO SEXUAL.

Generalmente una de las concepciones que se tiene respecto a la mujer es como objeto sexual, eso viene desde años atrás ya que la mujer es el “pecado” mismo. La mujer no solo “sirve” para ser madre sino también para darle placer al sexo opuesto. Y esto se ve reflejado en telenovelas como *Yesenia*, *Rubí*, *Soñadoras*, *Amigas y rivales*, etc. Un “atractivo” que utilizan las telenovelas es mostrar a las mujeres atractivas, con cuerpo bien

torneado, con un escote muy pronunciado, con minifaldas, en traje de baño, etc. y así, se muestra que la mujer debe ser considerada como objeto de placer, de sexualidad, de erotismo, etc. de ahí podemos ver que muchas mujeres se comportan así, vistiéndose y provocando a los hombres, claro teniendo en cuenta todo lo que esto puede ocasionar.

4.- SE REPRESENTA A LA MUJER CON SU “UNICA” VIRTUD, SU VIRGINIDAD.

Al contrario del punto anterior, aquí se presenta de nuevo un estereotipo tradicionalista de la sociedad mexicana (para las mujeres principalmente) que es la virginidad. En la concepción tradicionalista, cuando en una familia se tiene una hija su “dignidad” de todos los miembros de la familia es la virginidad de esa mujer. Cuando esta se rompe, la dignidad de la familia se corrompe. Este estereotipo aún en la actualidad sigue siendo de gran importancia en la visión de las familias mexicanas y por lo tanto se plasma y se representa en las telenovelas de este país. Este tema generalmente se presenta en las telenovelas de corte juvenil, ya que en ellos se les “debe” fundamentar la virginidad.

5.- SE REPRESENTA A LA MUJER SUMISA (EN UN PRINCIPIO) QUE POCO A POCO SE INDEPENDIZA Y LIBERA.

La concepción que tenía la mujer de ser sumisa con el paso del tiempo, se ha modificado (por la inserción de la mujer al mundo laboral) y esto se ha visto reflejado en las telenovelas mexicanas. Desde 1971 con la telenovela *Simplemente María* se muestra la liberación que poco a poco va teniendo la mujer. Por lo tanto no se puede considerar que TODAS las telenovelas hablen necesariamente de la subordinación de la mujer. Ahora, también se muestran telenovelas en donde el humillado y subordinado es el hombre por ejemplo, *Gutiérritos* y *Cuando seas mía*.

Así he concluido este capítulo, en donde se muestra que desde 1956 hasta la actualidad las telenovelas han tenido un impacto para la sociedad, principalmente las mujeres ya que ellas son la audiencia blanco para éste tipo de programas. Y también quiero mencionar que las telenovelas han tenido un largo proceso de cambio tanto de historias como de mensajes, los cuales han sido asimilados por el grueso de la sociedad, como lo puede ser la moda, los estereotipos, las canciones, los actores e incluso las empresas productoras.

CAPITULO IV

LAS TELENÓVELAS COMO INSTRUMENTO IDEOLÓGICO

CAPITULO IV.

Las telenovelas como instrumento ideológico.

Las telenovelas son programas televisivos los cuales son vistos y aceptados por millones de personas, las cuales se ven reflejadas en algunas ocasiones, por las o los protagonistas de éstas historias.

Aunque en un inicio las telenovelas fueron “diseñadas” para las mujeres, en la actualidad encontramos a una parte de hombres (en una minoría) que frecuentan éstos programas. Y no sólo los adultos, recurren a las telenovelas sino que tanto niños como adolescentes y gente mayor ven estos programas, ya que contienen temas relacionados con todas las edades, con todas las posiciones sociales, con todo tipo de empleo, etc., lo cual conlleva una identificación para la gran mayoría de nuestra sociedad.

En este capítulo trataré de mostrar la mayoría de los estereotipos o representaciones que utilizan las telenovelas para mostrar a la mujer (aunque también incluiré al hombre). Sobre estas representaciones, aplique un cuestionario de 26 preguntas (12 preguntas abiertas y las 14 restantes cerradas) para poder detectar las opiniones de 30 personas respecto a las telenovelas, a las compañías distribuidoras y por supuesto a las imágenes que utilizan las telenovelas para mostrar tanto al hombre como a la mujer. En este universo se encuestaron a 9 hombres y a 21 mujeres.

Al aplicar esta encuesta me pude percatar que los hombres no aceptaban responder las preguntas, al saber que era relacionado con las telenovelas, ya que muchos de ellos me llegaron a decir, que eso es sólo para las mujeres. En otros casos, entrevistaba a una pareja (hombre y mujer) y el que contestaba más era el hombre.

La Ideología se transmite a través de diferentes instrumentos o vías, los cuales pueden provenir desde el seno familiar hasta las relaciones sociales, que tenemos durante nuestra vida diaria.

Las que surgen desde la familia, son las historias de vida de nuestros parientes, las costumbres que tiene esa determinada familia, los mitos y/o leyendas que nuestros antepasados nos han depositado. Todo esto al estar dentro de nuestra vida, permite que nos comportemos de cierta forma. Que pensemos, incluso actuemos de una forma específica.

Los Medios de Comunicación son formadores de ideas, conceptos, creencias, e ideologías, los cuales son observados y/o escuchados por millones de personas. Ellos (las personas) las adquieren, las manifiestan y las representan dentro de sus múltiples relaciones sociales.

Por ejemplo, cuando en las telenovelas muestran a la jovencita delgada, rubia o castaña, con una solvencia económica están mostrando un estilo de vida y una ideología, la cual les es llegada a muchas jovencitas, y por lo tanto se ven identificadas con ese personaje. Ellas hacen todo lo posible por vestirse de la misma forma que la actriz. Esta imitación nos muestra que los programas televisivos pueden considerarse como instrumentos ideológicos, los cuales son asimilados y dirigidos a millones de personas.

Las telenovelas recrean estilos de vida, a través de concepciones tradicionalistas o liberales, aceptadas por los miembros de nuestra sociedad, la cual se mueve y vive de acuerdo a estas concepciones. *Hoy día la televisión se ha convertido en el sistema nervioso fundamental del avance o retroceso de nuestra cultura nacional.*³¹

Los cambios que pudieron llegar a darse al estar en contacto con los mensajes y las concepciones que se muestran en las telenovelas sólo apoyan los ya existentes en la conciencia y la personalidad de las personas que están expuestas a éstos mensajes. Y también tenemos que recordar, que los mensajes son

³¹ Esteinou Madrid, Javier. Los Medios de comunicación como instrumentos de desarrollo. Revista Especializada en tópicos de comunicación. No. 29. Agosto-Septiembre 2002.

reforzados y retomados de las creencias y costumbres de toda la red social. Tal y como lo explica Javier Esteinou: *normalmente refuerza tendencias previamente ya existentes en el seno de las comunidades. Que la conciencia humana no solamente se produce por la acción simbólica de la televisión, sino por un conjunto más amplio de relaciones sociales y de redes culturales que impactan sobre la inteligencia y la sensibilidad de los individuos.*³²

Así nos podemos dar cuenta que las telenovelas son un instrumento ideológico ya que modifican o alteran (en cierta medida) las concepciones y las costumbres de cientos de personas. *En la actualidad debemos tener presente que en nuestro país, frente a la tradicional acción escolar y religioso, la televisión y las telenovelas se han convertido en la principal red educativa capaz de cambiar con mayor rapidez y agilidad, los valores, las actitudes, los hábitos y las conductas de los receptores.*³³

Las personas al adquirir los mensajes no los asimilan de una forma homogénea, sino que los aceptan dependiendo su propia vida y su propio conocimiento, e incluso su propia posición social. *Las informaciones de los medios que reciben, decodifican e interiorizan los receptores nunca se asimilan homogéneamente en ellas con el mismo signo ideológico, emocional y energético, con la que se emiten; sino que varían según son sus situaciones históricas, antropológicas, religiosas, económicas, familiares, políticas, culturales, materiales, regionales, étnicas, productivas, etc., que los determina como seres humanos.*³⁴

Los mensajes que son mostrados en las telenovelas, solo tendrían su importancia y relevancia, siempre y cuando haya de por medio una costumbre o creencia muy arraigada en la sociedad. De lo contrario no tendría el papel de “modificador” de conducta.

Los mensajes que se transmiten no sólo son ideologías, sino también estilos de vida, y concepciones. Un ejemplo, lo encontramos en las telenovelas, ya que

³² Ibidem.

³³ Ibidem.

³⁴ Esteinou Madrid, Javier. El estudio materialista de la comunicación de masas. Cuadernos del TICOM. No. 1. Taller de Investigación para la Comunicación masiva, Departamento de Educación y Comunicación UAM-X. Marzo, 1979. Pág. 9.

muchas de ellas se enfocan en el estilo de vida de las personas de clase económica solvente. Para el público que carece de una solvencia económica, la ven como un sueño o aspiración. Así podemos ver otro ejemplo de las telenovelas como instrumentos ideológicos, aquí, también encontramos las respuestas de nuestras encuestas, en donde la telenovela **Mirada de mujer**, fue vista por una clase social similar, en relación a la pantalla y las personas encuestadas, siendo la zona de Polanco la que mencionó más esta telenovela. *Los medios de comunicación social son medios que transmiten esquemas de vida y de valores. Es este sentido son instrumentos de educación tomando en cuenta que las relaciones interpersonales se desarrollan también en un principio de interacción educativa, que nos vamos educando de manera consciente y ordenada y de manera inconsciente por el hecho de nuestra interacción.*³⁵

La televisión, en ocasiones se ha convertido en un instrumento tanto ideológico como educativo, ya que ella se encarga de “educar, capacitar y guiar” a los millones de usuarios. Tal y como lo menciona Javier Esteinou Madrid *las tecnologías de información se convierten en los principales aparatos de consenso, porque a través de éstos se produce un nuevo y amplio proceso de educación cotidiana, sobre los individuos, que gradualmente reubica y reemplaza el sólido lugar estructural, que hasta el momento ocupaba el tradicional sistema educación formal que lentamente construye la escuela. Así, emerge una nueva “escuela electrónica” que educa cotidianamente a los individuos de forma repetitiva, sistemática, acumulativa e informal,*³⁶ Las respuestas expresadas en las encuesta, muestran que las telenovelas pueden considerarse como instrumentos ideológicos, ya que en muchas ocasiones, contestaban de forma directa, (en cuanto a las representaciones de las telenovelas en cuanto a las mujeres y los hombres), ya que muchas de nuestros encuestados y encuestadas, se vean reflejados y reflejadas en las historias, ya que ellas están inconforme con su vida o utilizadas. Siendo la zona poco importante, ya que fueron respuestas muy

³⁵ Ortiz Mondragón Guillermo. Libertad religiosa y los medios de comunicación social. Conferencia del Episcopado Mexicano. México, 2001.

³⁶ Esteinou Madrid, Javier. Los medios de comunicación y La Capacitación de la Fuerza del Trabajo. Cuadernos del TICOM, No. 23, Departamento de Educación y Comunicación, UAM-X. México, 1983.

mencionadas. Recordando una de las características que tiene la Ideología (vista en el capítulo II) es encubrir los intereses de la clase dominante, y así, lo dice Javier Esteinou respecto a los medios de comunicación. *En la etapa del desarrollo transnacional, los medios de comunicación ejercen una tarea cultural “dominante”, no en el simple sentido de ser instrumentos al servicio de la clase dominante, si no en el sentido de ser las instituciones que constituyen la principal conciencia colectiva que relaciona la mente de los individuos con la realidad. Los medios, simplemente recogen las tendencias culturales fundamentales de la sociedad y las amplifican proyectándolas de forma masiva como los referentes básicos de vinculación de los hombres con su sociedad.*³⁷

A continuación se abordará el impacto que tuvieron algunas telenovelas y las respuestas de las encuestas aplicadas en Abril en la ciudad de México.

Los programas transmitidos en la televisión, contienen mensajes (que pueden ser implícitos o explícitos) y la audiencia en ocasiones los asimila y los hace parte de su vida cotidiana. Las telenovelas manejan muchos mensajes que en ocasiones se pueden considerar positivos o negativos. A continuación un cuadro que nos explica los mensajes que son transmitidos en la televisión:

³⁷ Esteinou Madrid, Javier. Medios de Comunicación Y Desplazamiento Educativo. Revista Especializada en Tópicos de Comunicación. No. 20. Nov-2000-Enero-2001.

Canal	No de Programas	No de Horas	Procedencia	Genero	Valores	Antivalores
2	12	24	Nacional	Telenovela Comic	Familia. Amor	Celos. Intriga
5	8	26.5	I Internacional.	Dibujos animados Aventura	Éxito. Astucia	Engaño. Individualismo
9	11	27.5	Nacional	Comic. Telenovela	Amistad. Solidaridad.	Machismo. Chantaje
11	2	5.5	Internacional	Miniserries	Trabajo. Nacionalismo	Venganza.
13	13	22.5	Internacional	Comic. Aventura	Productividad	Adolación. Todo se vale.
Total de programas:	42					
Total de horas:	106.					

Fuente: Orozco Gómez Guillermo. El mensaje de la Televisión mexicana en los 90's. Un análisis axiológico de la programación de los canales 2, 5, 9, 11, 13. Universidad Iberoamericana. México. 1993. Página 13.

Este análisis que se realizó, en México entre los meses de Octubre y Diciembre del año 1991. En esos meses, según Guillermo Orozco, en el canal 2, las telenovelas de procedencia mexicana, se transmiten de las 16 a las 22 horas.

Existen varios aspectos que propician que las telenovelas se vuelven cada vez más interesantes para la audiencia tales como:

- a) Los mensajes que se muestra, diariamente van evolucionando, lo que deja como resultado, que sea de un constante cambio en la trama.
- b) Tratan problemas que pueden llevar a la identificación por parte de las personas.
- c) En algunas ocasiones representa la vida de una persona que se supera, a través de esfuerzo y de habilidad, lo que también te lleva a una cierta identificación por el personaje.
- d) En la mayoría de las telenovelas, el rol protagonista esta depositado en una mujer, lo cual, motiva a las mujeres (en su mayoría) de la audiencia a seguir viendo la telenovela.

En la actualidad es casi imposible, pensar a una sociedad sin ligarla al consumo, no solo mercantil sino también cultural ya que la mayoría de ellos están ligados a algún medio masivo de comunicación (televisión, radio, cine, prensa, internet). Siendo la televisión uno de los formadores de mensajes y productos culturales, por ejemplo, las telenovelas y sus representaciones (estilos de vida, comportamientos, estereotipos, música, revistas, moda, etc.). *El consumo no se realiza de manera indiscriminada, sino que hay un proceso selectivo de su incorporación al entorno cultural (pensando, eligiendo y reelaborando). De alguna manera, en el proceso de asimilación cultural, hemos pasado de una etapa de extrañamiento a un momento en que el consumo se convierte en la regla del juego social, gestando nuevas formas identificatorias y participativa.*³⁸

La aceptación o no de un programa tiene varios elementos, tanto externos como internos, por ejemplo, la abundancia o la escasez de programas televisivos, la emisión o la remisión de programas (tanto nuevos como repetidos) y también las fluctuaciones de la programación es decir, los cambios en la programación.

El éxito o el fracaso de una telenovela se debe a varios aspectos por ejemplo, el horario en el cual se transmite el programa o la compañía distribuidora (Televisa, Televisión Azteca, Argos, entre otros). Pero también se puede deber a los directores, a los autores o a los productores. También se puede deber a *los autores que protagonizaban las historias eran un buen pretexto para seguirle la*

³⁸ Navarro Kuri, Ramiro. Cultura juvenil y medios. Página 40.

pista a las telenovelas y analizar sus resultados, ya que es notorio en algunos casos la publicidad puesta a ciertos autores producto de su simpatía, belleza, etc.

39

Las telenovelas centran sus historias principalmente en la vida cotidiana de las personas y en la familia. En la mayoría de las historias, parten de éstos 2 puntos y se desarrolla toda la trama, en ellos se muestran los roles designados que deben desempeñar tanto hombres como mujeres (en una concepción tradicionalista). En las telenovelas de lo que se encuentra más en sus contenidos son aquellas concepciones que están íntimamente relacionados con las cosmovisiones de la familia tradicionalista. Por ejemplo, la autoridad del hombre frente a los integrantes de su propio seno familiar (abuelos, esposa, hijos); también encontramos la abnegación por parte de la esposa, no solamente ante su esposo, sino ante todas sus relaciones sociales (con los vecinos, con sus propios familiares, etc.) así como muchos estereotipos o valoraciones tradicionales.

Todos los programas transmitidos a través de la televisión dejan necesariamente un significado a todos los millones de personas que en ese momento están captando el programa o el mensaje. Tal y como lo escribe Navarro Kuri, *ninguna producción simbólica tiene un carácter aleatorio, accidental o accesorios, porque en la cultura todo modifica el ser del hombre.*⁴⁰

La industria del espectáculo forma parte de la expresión de todos los miembros de la sociedad ya sea por la moda, por la imitación, por el rechazo, ya que forma parte elemental dentro de la vida de los seres humanos, todo ser humano, necesita espacios en los cuales entra en juego el ocio.

Los productos que se muestran en la televisión son consumidos, por la expectativa de vida, en la cuál, los productos que se “necesita para vivir” son bienes innecesarios, pero éstos están regidos por la imitación a un estilo de vida específico.

³⁹ Torres Aguilera, Francisco Javier. Telenovelas, televisión y comunicación. Ediciones Coyoacán. México. 1994. Pag.86.

⁴⁰ Navarro Kuri. Op cit. Pág. 12.

Las telenovelas también se enfocan a aspectos de la movilidad social o de status social, ya que pareciera que a la clase de menor ingreso monetario, se le estereotipa o se le muestra como honrada y trabajadora, mientras que a la clase alta se le toma como un “patrón” de estilo de vida. Tal y como lo describe Guillermo Orozco, *Los personajes se desenvuelven a través de situaciones donde se enfatiza las diferencias de clase y las aspiraciones sociales y expectativas por el ascenso y movilidad de las clases medias y bajas. Se recrea el estilo de vida de la clase alta y se presenta como deseable. Se subrayan los valores de lealtad, fidelidad y cortesía en los personajes que no pertenecen a la clase dirigente. De la clase baja se identifica con los valores de laboriosidad y honestidad. Sus aspiraciones de ascenso se legitiman siempre y cuando se realicen a través de medios socialmente aprobados, como el esfuerzo, la productividad y la constancia.*

41

Cuando los programas son realizados en países diferentes a México, se presentan estilos de vida, ideologías, cosmovisiones, etc., de otros países; y por lo tanto las representaciones o los estereotipos pueden ser muy diferentes a los que se exponen en México. Por ejemplo, en México los valores que se muestran son el trabajo, la amistad y la familia. Mientras que los programas internacionales tocan temas como el ser autónomo, la creatividad, el ser profesional, el ser astuto, el ser inteligente, etc. *En las telenovelas, los valores en juego tienen que ver con la vida íntima, privada, con la interacción individual, familiar o en todo caso grupal.* ⁴²

El intercambio de programas (nacionales e internacionales) han dejado como resultado, una mezcla de ideologías, de normas y valores, que son asimilados y aceptados por la audiencia; sin pensar que en ocasiones, van en contra de nuestras concepciones. *La inevitable modernidad como la llamada Roger Bartra; su rostro anglosajón ha invadido el territorio mexicano en sus variadas producciones (cine, música, televisión, etc.), llenando a sus pobladores de nuevas fantasías y frustraciones. Esta irrupción ha provocado el desmantelamiento del*

⁴¹ Orozco, Gómez, Guillermo. El mensaje de la televisión mexicana en los 90's. Un análisis axiológico de la programación de los canales 2, 5, 9, 11, 13. Universidad Iberoamericana. México. 1994. Pág. 14.

⁴² Ibidem. Pág. 22.

discurso oficialista de la identidad nacional, generando la disociación entre nación y sociedad moderna. Pero ya nada puede detener la transformación cultural. ⁴³

Los medios de comunicación (principalmente la televisión) tienen 2 grupos sociales a los cuales se les bombardea tanto en mensajes como en los productos publicitarios; las mujeres y los jóvenes. *Los medios de comunicación solo ven en los jóvenes a consumidores. En particular, la televisión no solamente propone el consumo sino, el estereotipo del consumidor, moldea y configura su propia Retroalimentación, frente a este narcisismo juvenil, identificado con las clases medias y que se presenta como un entorno cultural ficticio, aparece un sector de la población juvenil, fundamentalmente el de las clases bajas y los barrios marginales, que sólo ve con recelo y repudio el modelo de vida presentada por los medios y que resulta inalcanzable y excluyente para ellos.* ⁴⁴

Uno de los recursos más frecuentado y utilizado por las compañías distribuidoras de telenovelas es el rating, la cual es la “medida” que se utiliza para saber el número de personas que están viendo un programa determinado. El rating no solo se utiliza en la televisión sino también en la radio. Este método se utiliza principalmente para determinar el tipo de público el cual está viendo una telenovela y para entender cuales pueden ser sus productos que quieran consumir. Por ejemplo, para las amas de casa, productos de limpieza o cosméticos; para los adolescentes o jóvenes ropa o la película que está de moda. *En otro sentido, el conocimiento de la audiencia permite a las productoras conocer la cantidad y el tipo de gente que se expone a los diferentes programas que integran la programación. A partir de este conocimiento se pueden tomar decisiones importantes sobre la continuidad de un programa, cambios en la programación, ajustes de horario, etc.* ⁴⁵

El rating solo es una aproximación que tienen las compañías distribuidoras. Cuando hay un programa con altos índices de rating eso no significa necesariamente que sea el mejor programa; sino solamente se considera como el

⁴³ Navarro Kuri, Ramiro, Op cit. Pág. 15.

⁴⁴ Ibidem. Pág. 38.

⁴⁵ Torres Aguilera, Francisco Javier. Op cit. Pág. 55.

programa más visto y/o aceptado. La empresa que determina el rating en México es INRA (International Research Associates).

Para la obtención del rating existen 4 formas, las cuales son:

- 1) *Entrevistas coincidentes. Consiste en contactar a las personas en el preciso instante en que están expuestas al medio.*
- 2) *Entrevistas recordatorias. Aquí se tiene seleccionada una muestra de personas que están dispuestas a ser entrevistadas diariamente por una semana sobre lo que vieron o escucharon en televisión y radio, el día anterior.*
- 3) *Videómetro. Es un aparato electrónico que se conecta al televisor y que permite leer, almacenar e incluso transmitir información sobre los canales que se está viendo y los cambios hechos en un determinado tiempo.*
- 4) *Diarios de televidentes. Esto funciona mediante formas de control que se envían a un número de hogares seleccionados, en donde se dará la información de los programas que se ven diariamente durante una semana.*⁴⁶

En el primer caso, tenemos, que es muy factible que la información obtenida sea verídica y también se puede saber algo más del televidente, por ejemplo, el sexo, la edad, etc. sobre su desventaja, es que solo se puede localizar al entrevistado en su hogar. En el segundo caso su ventaja es que la entrevista se realiza de forma directa, no solo se puede ubicar al entrevistado en su hogar y en ocasiones se puede consultar a toda la familia. Y su desventaja, es la desconfianza que puede llegar a tener el entrevistado y el factor en ocasiones de no recordar las cosas y los programas. En el caso 3, la ventaja es el resultado de forma electrónica, hay un anonimato de los hogares y se pueden llegar a obtener la información no sólo por día, sino por semana y por mes. Sus desventajas, es que no se puede obtener información demográfica. Y por último, en el caso 4, la ventaja es la economía y el apoyo de la familia. Mientras sus desventajas, es la falta de cooperación por parte de las familias.

⁴⁶ Ibidem. Pág. 57 y 58.

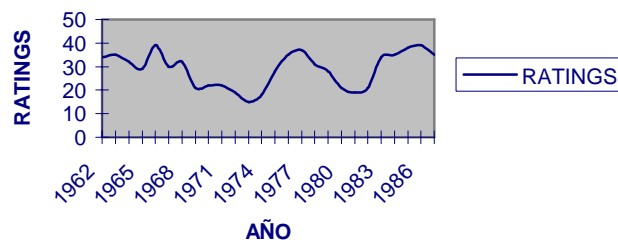
No solo el rating es la medida de audiencia, también existen otros 2 métodos los cuales son el Hut y el Share:

- A. *Rating. Porcentaje de los tele hogares (hogares con por lo menos un televisor que funcione) sintonizados a una estación o un canal en un tiempo determinado.*
- B. *Hut. Porcentaje del total de tele hogares que tienen encendido el televisor en un momento determinado.*
- C. *Share. Porcentaje del total de televisores encendidos (Hut) que están sintonizados en un canal concreto en un tiempo determinado.*⁴⁷

Salazar lleva a cabo una crítica a una de las compañías distribuidoras de telenovelas mexicanas Televisa ya que *pone en evidencia la condición extrema del consumismo, pues sin importar la calidad de los productos culturales (cantantes, estrellas, grupos musicales, telenovelas, noticieros, conductores de programas, etc.) los transforman en modelo de vida y paradigmas de consumo propiciando una “verdadera revolución cultural”.*⁴⁸ Este estilo de vida generado de los medios de comunicación los más expuestos a seguir este patrón de vida son las nuevas generaciones (niños, adolescentes), ya que ellos han vivido y conocido el mundo a través o de la televisión o de Internet.

Las telenovelas han pasado por ciertas etapas a través del siglo XX (del año 1962 hasta 1987) en los cuales han existido etapas de auge y de escasez, tal y como lo muestra la gráfica siguiente (cuadro, las tendencias históricas de los ratings de las telenovelas).

Tendencia histórica de los ratings de las telenovelas



⁴⁷ Ibidem Pág. 58.

⁴⁸ Navarro Kuri, Ramiro. Op cit. Pag. 43.

Aquí podemos observar que los años de auge han sido 1966, 1985 y 1986. Debemos recordar que en 1966 se transmitió la telenovela **María Isabel**, siendo esta una de las más importantes (tanto por su historia y por su nivel de audiencia). En el año 1985 se transmitió la telenovela **Cuna de lobos**.

Durante los años de la presidencia de Ernesto Zedillo entra una nueva televisora, Televisión Azteca. Televisión Azteca empezó a transmitir teleseries de diferentes países de América Latina (Argentina, Venezuela, Perú, Chile – y Colombia con *Café con aroma de mujer*).

Desde los inicios de las telenovelas mexicanas, se representa no sólo el patriarcado que puede existir en una familia, sino también el matriarcado. Un ejemplo, se da con la telenovela **Colorina** en donde el papel que interpreta María Teresa Rivas muestra al autoritarismo y el poder que puede llegar a poseer una mujer. En algunas telenovelas se ha utilizado esta representación de la mujer. *Dimitrio Sarrás experimentó en **Rina y Colorina** dos de sus obras maestras cuestionando la hipocresía de los valores familiares y las muy complejas llamadas buenas conciencias.*⁴⁹

Otra de las representaciones que han utilizado las telenovelas para mostrar a la mujer es la que representó Amparo Riveles en dos de sus telenovelas **Niebla y Estafa de amor**. En donde se muestra a la madre abnegada, que trabaja toda la jornada (tanto en lo público como en lo privado). Para la madre está siempre primero el bienestar y la educación de sus hijos sin importar que ocurra en ella, también se muestra a la mujer engañada y abandonada por su esposo. Estas representaciones permiten que muchas mujeres se vean identificadas con los personajes, ya que ellas han sido abandonadas y no tomadas en cuenta en las decisiones familiares.

En algunas telenovelas se han tocado temas de gran importancia social como el machismo y su relación con la familia y frente a un grupo social determinado, el alcoholismo y sus consecuencias, el racismo, etc. Temas que aún en la actualidad

⁴⁹ Terran, Luis. Lagrimas de exportación. Crónica de la telenovela. Una aproximación al fenómeno de la telenovela. Editorial Clío. México. 2000. Pag.30.

se han tocado en telenovelas como **Ellas, Niña amada mía, Te sigo amando, Al norte del corazón**, etc.

En algunas telenovelas se ha tocado y mostrado el estilo de vida y las repercusiones que existen cuando se viola a una mujer. Este tema ha estado en innumerables telenovelas por citar algunas tenemos: **Mi pequeña soledad, Mirada de mujer, La duda**, etc.

Hay una telenovela en donde se muestra la ruptura generacional que existe entre los padres y los hijos. Esta coyuntura deja como resultado jóvenes desorientados, rebeldes, inconformes con su vida, dispuestos y encaminados, hacia la violencia y a la delincuencia, etc., estas representaciones se hacen presentes en **Pobre juventud**.

La primera telenovela histórica que se transmitió en la televisión, fue **La tormenta** . En esta telenovela se abordaron temas relacionados con el indigenismo, el mestizaje. En ella, también se abordó el tema de la Independencia y posterior a ella, esa ebullición que se da después de una lucha armada. Mientras que la telenovela **El vuelo del águila** fue la primera historia abordada con realismo y apego a los acontecimientos ocurridos en México, en el inicio del siglo pasado.

El 24 de julio de 1973 se transmite por el canal 8 la telenovela **Los que ayudan a Dios**. Hay 4 protagonistas, *Martha, Alicia, Elena y Julia... Las 4 mujeres pertenecen a diferentes clases sociales, tienen diferentes profesiones y por consiguiente, muy diversos problemas, pero todos se relacionan con las labores que desempeñan en el hospital.*⁵⁰ Martha, es una millonaria que apoya con donativos; Alicia es una mujer humilde, que ha trabajado desde niña y ha tenido una vida muy difícil; Elena, es una ginecología y dedicada a su profesión; y Julia, es una joven pediatra, guapa,, inteligente de familia acomodada. *A Maricruz Oliver el público la identificó por los papeles de villana que ha encarnado en la televisión sin embargo en esta telenovela su papel es completamente grato, un personaje*

⁵⁰ González, Eduardo, "Un reparto estelar en la telenovela **Los que ayudan a Dios**. En: Televisión Mexicana. Del 25 al 31 de julio de 1973. No. 221. Pag. 4-5.

*bueno que de vez en cuando hay que realizar para equilibrar con los papeles de maldita, que son los que más me atraen*⁵¹.

Existen telenovelas en las cuales se unen 2 estilos de historias; las policíacas y las tradicionales, es decir, se presenta a la mujer humillada. Un ejemplo, de esta dualidad la vemos en la telenovela **Tal y como somos** *el melodrama combinó elementos típicos una mujer de su casa, maltratada por su marido... Su padre y la típica mujer abnegada encauzaban el puente hacia el cambio y desestructuraban la trama original transformándola en un ejemplo de serie negra; crímenes , detectives, secuestros, traición, dobles intenciones, persecuciones, etc.*⁵²

A partir de la telenovela **Quinceañera** se denominó a las 7 de la noche por canal 2 de Televisa, como el horario exclusivamente juvenil. En esta telenovela se abordaron los temas de corrupción y delincuencia juvenil, drogadicción, violación, tráfico de estupefacientes, desintegración familiar, etc. en esta telenovela se muestra a la mujer humillada, ultrajadas, calumniadas, engañadas, etc.

En la telenovela **Gotita de amor** se muestra el estilo de vida de las personas con bajos recursos mientras que en **Serafín** se aborda la historia al estilo Walt Disney, es la historia de un ángel de la guarda que ayuda a un niño y a su familia durante toda la trama.

En 1999 Televisión Azteca logra mantener con 12 puntos de Rating la telenovela protagonizada por Silvia Navarro y Sergio Basañes **Catalina y Sebastián**.

En 1997, Rubén Galindo y Santiago Galindo realizaron la telenovela **Al Norte del Corazón**, en la cual existieron elementos para mantenerse en el gusto del público tales como: Atractivo visual (Dana García, Aneete Michelle y José Luis Pila), música grupera y ambiente campirano. Estos tres elementos permitieron mantener esta historia con 12 puntos de Rating.

La primera producción de la compañía Argos fue la telenovela **Nada personal**, protagonizada por Damián Bichir, Ana Colchero y José Ángel Llamas.

⁵¹ Ibidem.

⁵² Terran, Luis. Op cit. Pag. 44.

Después de **Nada personal** siguió una telenovela que se mantuvo durante su transmisión arriba de los 30 puntos de Rating, **Mirada de mujer** en la cual se proyecta a la mujer independiente, buscando romper con el estilo de vida “normal” al pretender cambiar la ideología del hombre machista.

La telenovela **Mirada de mujer** se basa en la telenovela producida y dirigida por Ernesto Alonso, titulada **Amor prohibido**. En ambas telenovelas se toca el tema de la infidelidad y del abandono de los hijos y de la esposa.

La telenovela **Nada personal** tocó temas relacionados principalmente en la política mexicana por ejemplo utilizó discursos del presidente Carlos Salinas de Gortari.

En la telenovela **Mirada de mujer** se ve no a la típica mujer abnegada, simplemente se ve a una esposa que se da cuenta que su matrimonio es una mentira. *La magistral interpretación de Angélica Aragón es de una mujer que ha dedicado su tiempo, su vida a su marido y a sus hijos y que recibe un baldazo de agua fría cuando escucha que su esposo quiere el divorcio para compartir su existencia con una muchacha muy joven, todo lo contrario de la placidez hogareña de la esposa.*⁵³ En esta telenovela también se muestran algunos valores tradicionales en la vida familiar mexicana, como el machismo, el autoritarismo, etc.

La telenovela **Demasiado corazón** optó al igual que **Nada personal** por hablar de la política en ella se abordan temas como el narcotráfico, los crímenes, las persecuciones, violencia, desnudos, sexo explícito, por lo cual no tuvo una gran aceptación entre la audiencia.

*El señor Miguel Sabido produjo una serie de telenovelas de contenido social, denominado telenovelas didácticas. Miguel Sabido, con su hermano Irene, produjeron una serie de telenovelas de contenido social, y con apoyo de la Secretaría de Educación Pública hicieron posible programas de alfabetización, tanto para los jóvenes como para personas mayores; de central de la natalidad y de planeación Familiar, problemas agrarios y de niños de la calle,*⁵⁴.

⁵³ Ibidem. Pagina 48.

⁵⁴ Ibidem pagina 78.

En la telenovela **Acompáñame** se aborda el tema del control de la natalidad. Por su parte **Caminemos** se enfocó a la planificación Familiar. Mientras que **Vamos juntos** el tema del aprendizaje integral para personas adultas.

En **Nosotras las mujeres**. Se abordaron al estilo de vida de las mujeres de clase media, con diversos problemas a enfrentar como el matrimonio, los hijos, el divorcio, etc.

Otra telenovela de contenido social, fue **El combate**, en donde se tocan temas como la ignorancia, la desinformación y la sociedad de las personas. Como apoyo a la alfabetización de las personas que viven en el campo, se transmitió la telenovela **Por amor**. Para mostrar la condición de vida por la que atraviesan los niños que viven en la calle, se produjo la telenovela **Los hijos de nadie**.

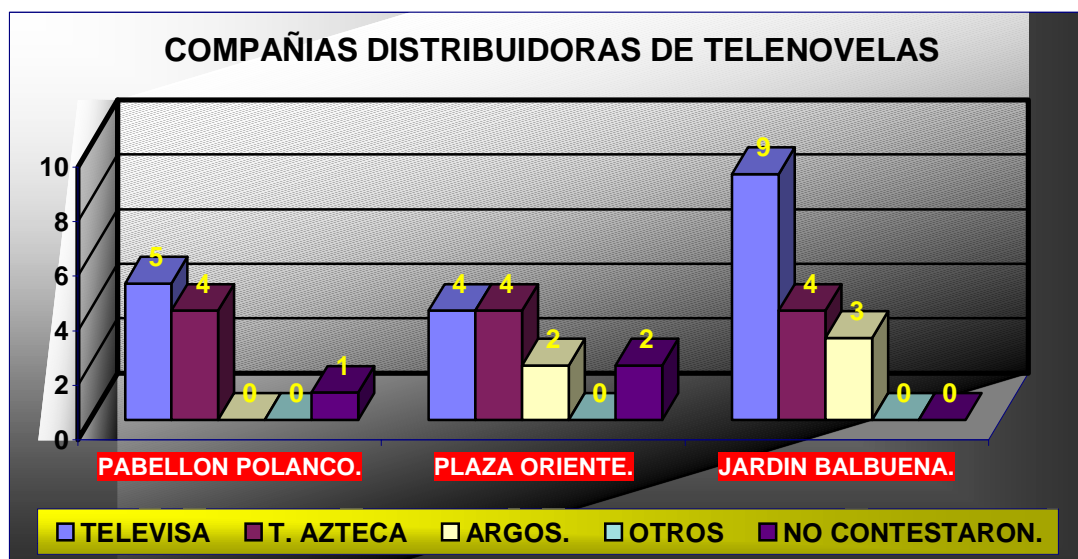
A continuación daré paso al análisis de las respuestas de las entrevistas. En ellas se ve que las telenovelas han dejado algo dentro de la concepción de los entrevistados, porque depositan en las respuestas muchas de sus vivencias propias reflejadas en las telenovelas. Ya sea a través de concepciones de creencias, de leyendas, de cosmovisiones, de su personalidad.

Gráfica compañías distribuidoras.

En la gráfica de las Compañías distribuidoras, tenemos que la empresa distribuidora que desde hace 47 años sigue siendo líder en todos los niveles socioeconómicos y esto se puede deber que en ocasiones la única imagen que capta la televisión es la de Televisa. Esta compañía en sus telenovelas sigue mostrando a la mujer y al hombre con concepciones totalmente tradicionalistas, por ejemplo el ser machista o autoritario y la abnegación y la humillación.

En la última década Televisión Azteca ha ganado audiencia ya que trata temas como la política, el matriarcado, la liberación femenina, la homosexualidad, entre otros. aquí podemos ver que de 30 personas entrevistadas 12 frecuentan la programación de ésta televisora.

Por su parte Argos, ha sido poco aceptada ya que solo es mencionada en 5 ocasiones.

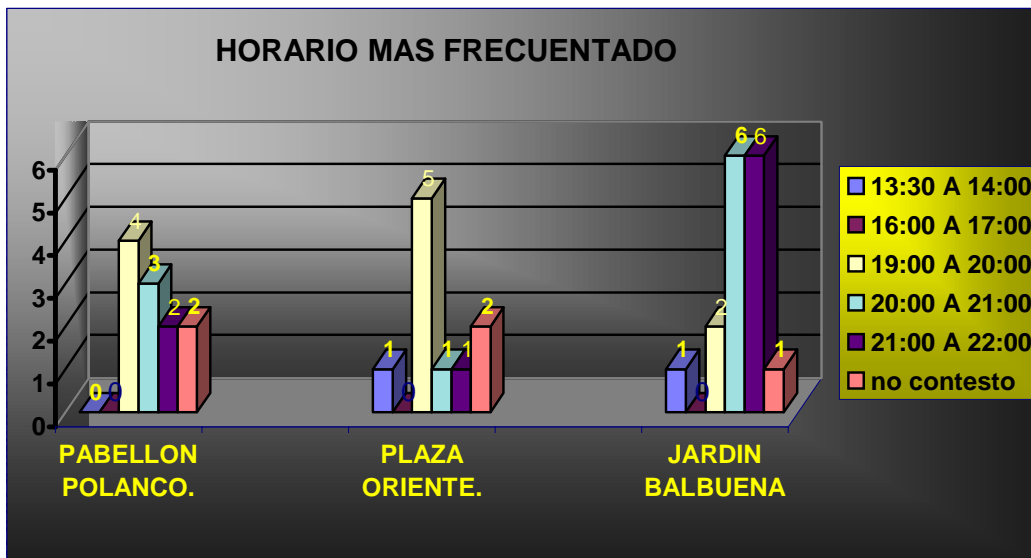


Gráfica de horario.

El horario menos frecuentado fue el de 16:00 a 17:00 horas ya que es considerado el horario infantil. Televisa ha destinado esta hora a telenovelas infantiles mientras que Televisión Azteca no ha recurrido a éste tipo de programas.

El horario con 2 menciones fue el de 13:30 a 14:00 horas ya que este es el horario en el que la mayoría de la población se encuentra en la escuela y/o trabajo.

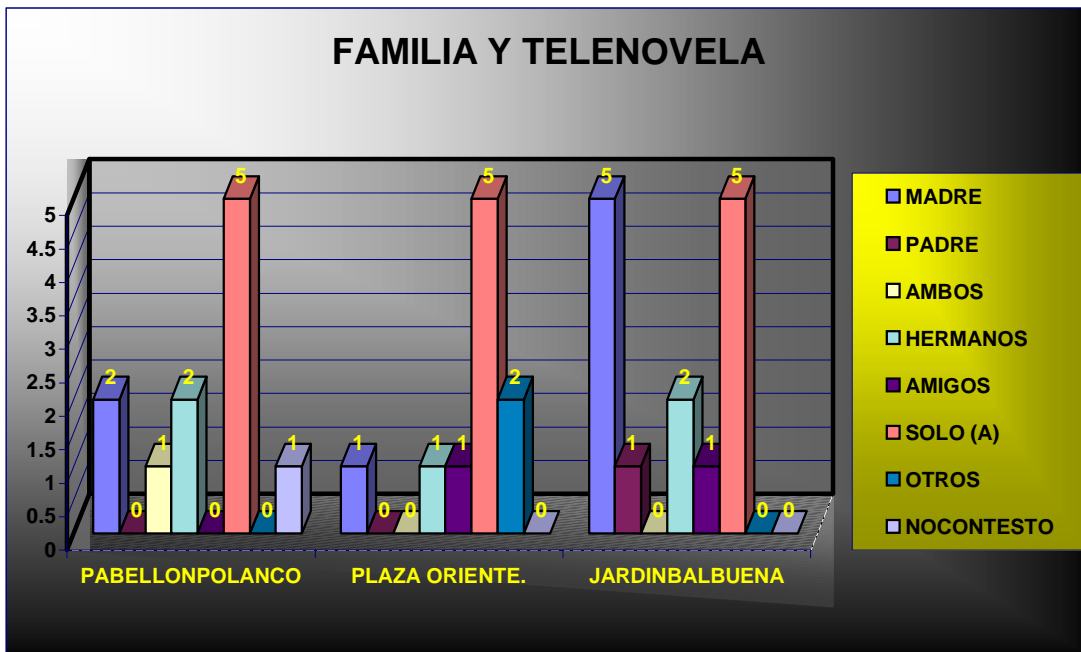
El horario con mayor audiencia es de las 19:00 a las 22:00 horas, ya que es considerado el horario estelar, esto es porque las compañías distribuidoras se enfocan en temas como el amor, la amistad, el machismo, la drogadicción, el sexo, las intrigas, etc. estas historias que son de mayor interés para al población juvenil y adulta debido a que las personas se encuentran en sus hogares después de una larga jornada labora, doméstica y académica. Este horario obtuvo 30 menciones.



Gráfica de familia y telenovelas.

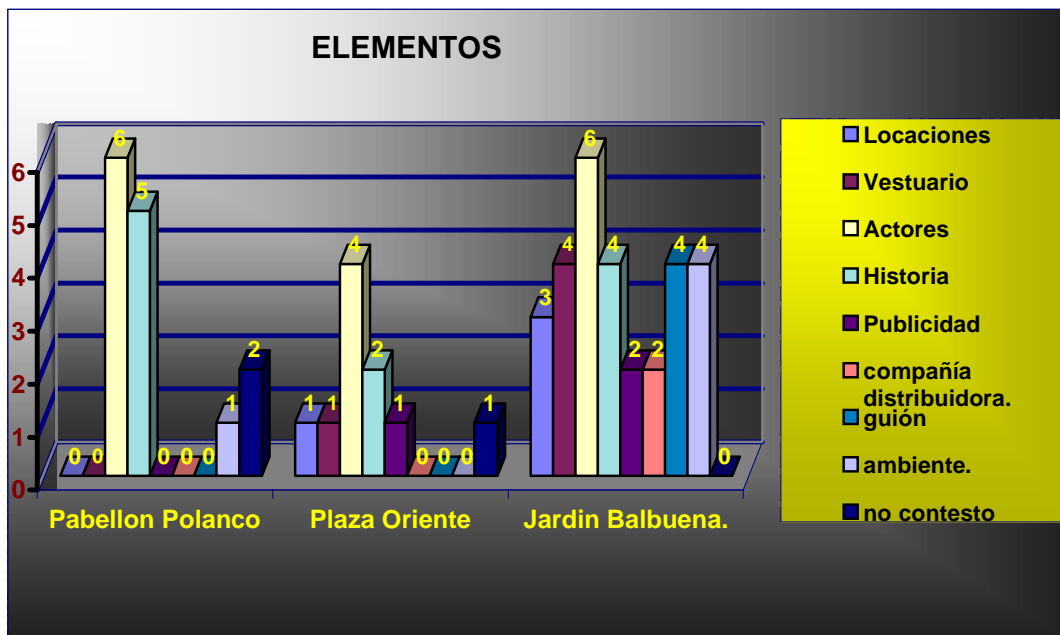
La mayoría de las personas entrevistadas ven las telenovelas solos, se puede deber a varios motivos (tal como ellos mismos lo mencionaron); evitar distracciones, porque viven solos, porque ha muchos no les interesan ver este tipo de programas.

También vemos que a las personas les gusta ver las telenovelas en compañía de su madre, ya que 8 menciones lo hicieron notar.



Gráfica de elementos que motivan ver una telenovela.

El elemento principal que motiva a ver una telenovela son los actores que participan en ella, ya que ellos representan algún personaje que provoca identificación o aceptación entre la audiencia. En segundo lugar encontramos la historia, que aborda la telenovela ya que es el “gancho” a través del cual el público se interesa por una determinada telenovela, y en ella encontramos la adaptación del guión. Los elementos restantes no son de mucho interés para el público.



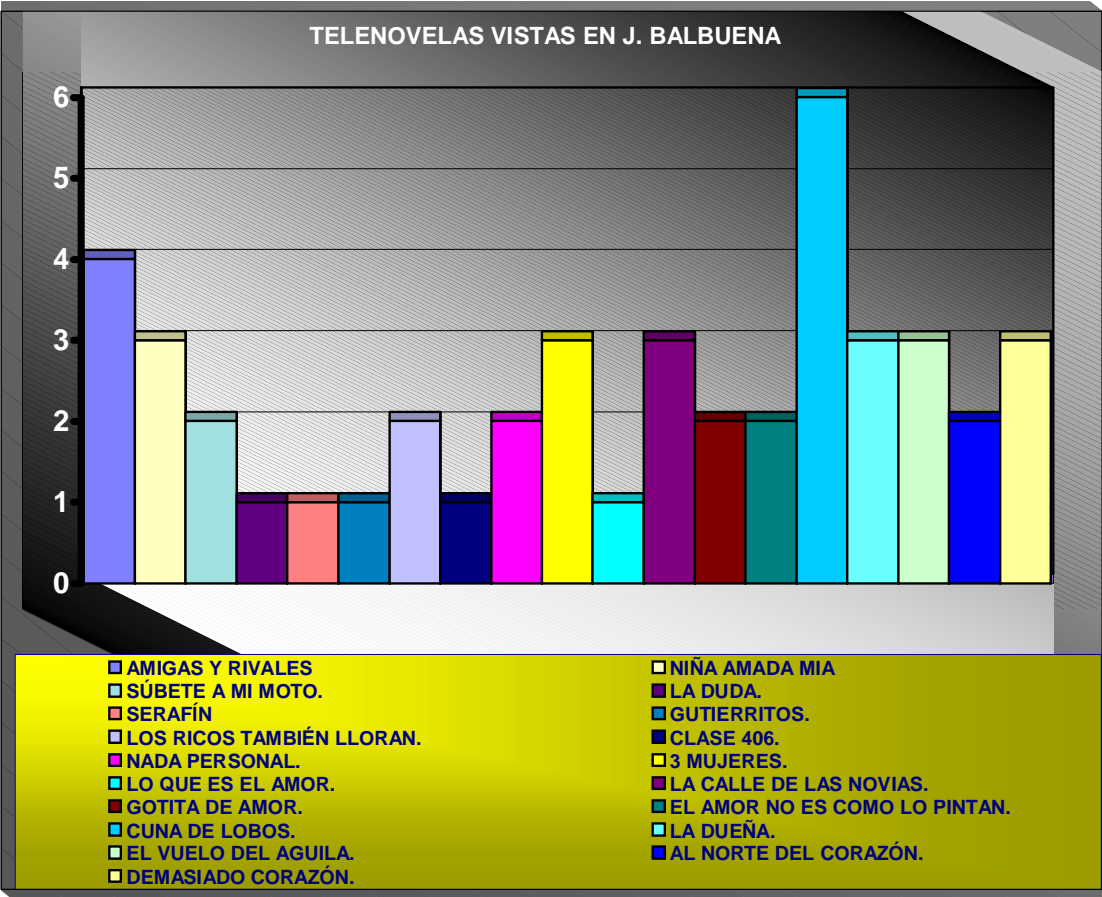
Gráfica. Grupo de telenovelas.

JARDIN BALBUENA.

En esta gráfica podemos observar que la posición socioeconómica puede provocar que los gustos sean diferentes. Para poder entender esto es necesario mencionar algunos de los temas que cada telenovela ha enfocado:

Cuna de lobos. En esta telenovela se aborda el matriarcado, el poder y la autoridad que puede llegar a tener una madre respecto a sus hijos. El poder económico que tiene una familia y como éste corrompe. Aquí las personas se identifican con el estilo de vida media alta. Las personas que se identificaron fueron los que se entrevistaron en la colonia Jardín Balbuena.

NOTA: Las personas que se entrevistaron fueron quienes se encontraron en un momento determinado en las plazas o en las colonias las cuales, se estipularon en el proyecto (Pabellón Polanco, Plaza Oriente y colonia Jardín Balbuena). No necesariamente, las personas viven en estas zonas.



PABELLON POLANCO.

Tenemos 4 telenovelas que se mencionaron en esta colonia, Mirada de Mujer, La Mentira, Amigas y Rivales y Cuando Seas Mía. Este grupo de telenovelas nos transportan a un nivel socioeconómico medio. Por lo que tal vez las personas se ven identificadas y reflejadas tanto en el estilo de vida como en algunos personajes. Tal vez la ideología, las costumbres, los valores, las concepciones que se mostraron en esas historias, les afectó directamente a ellos.

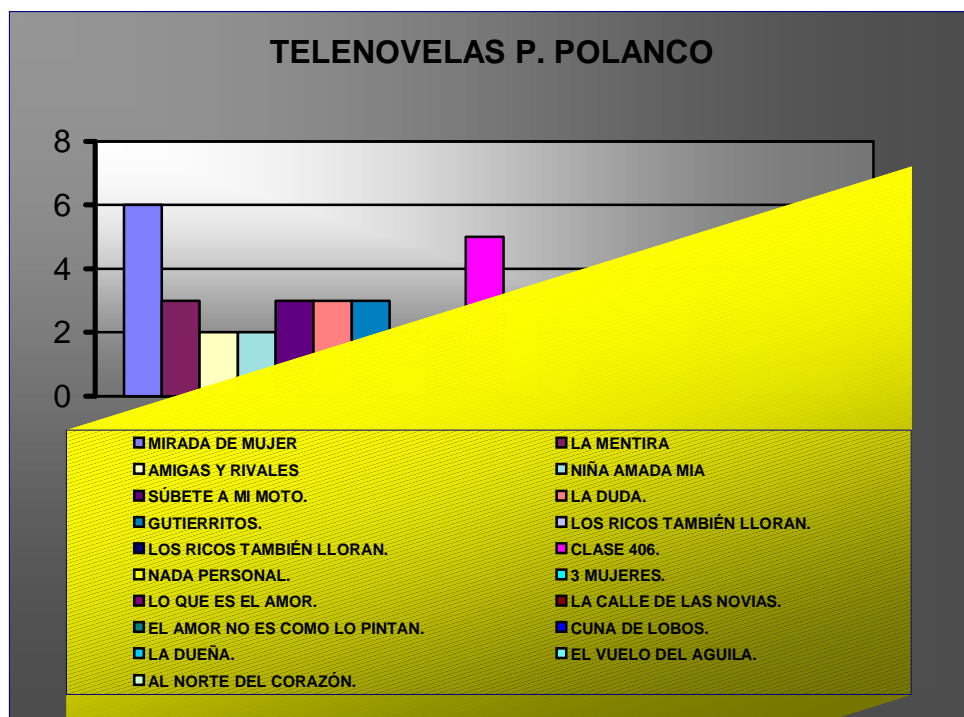
Aquí también podemos ver que de 5 telenovelas mencionadas en esta colonia (Cuna de Lobos, Mirada de Mujer, La Mentira, Amigas y Rivales y Cuando Seas Mía), tres de ellas son distribuidas por la empresa Televisa, siendo ésta la más frecuentada por esta zona.

Mirada de mujer. En esta telenovela se abordaron temas relacionados con la liberación de la mujer, pero también con temas de la familia tradicionalista como el machismo, el autoritarismo, el patriarcado, etc. aquí podemos ver que las personas que se identificaron con esta historia son personas del mismo nivel socioeconómico que se muestra en la telenovela, nivel medio alto, alto. Las personas de Pabellón Polanco, mencionaron 6 de 10 personas.

Tenemos a la telenovela Clase 406, en la cual se abordan temas juveniles como las relaciones que se dan entre compañeros de una escuela, las relaciones con sus padres, con su familia. Aquí, tenemos una representación de la clase social acomodada y media, la cual se apega mucho a las personas que contestaron la encuesta.

También podemos ver que las dos telenovelas más vistas en esta zona (Mirada de Mujer y Clase 406) reflejan ideologías y valores totalmente opuestos, en la primera se aborda más las relaciones familiares (patriarcado y matriarcado), las relaciones de pareja y su influencia en las relaciones sociales y familiares;

mientras que en la segunda se sigue abordando los temas más “importantes” dentro de la vida del adolescente, la sexualidad, la drogadicción, dejando de lado la importancia que debe tener la educación como la familia. También tenemos que mencionar, que son producto de dos televisoras; la primera de Argos y la segunda de Televisa. Las historias mantienen la línea con la que han trabajado.

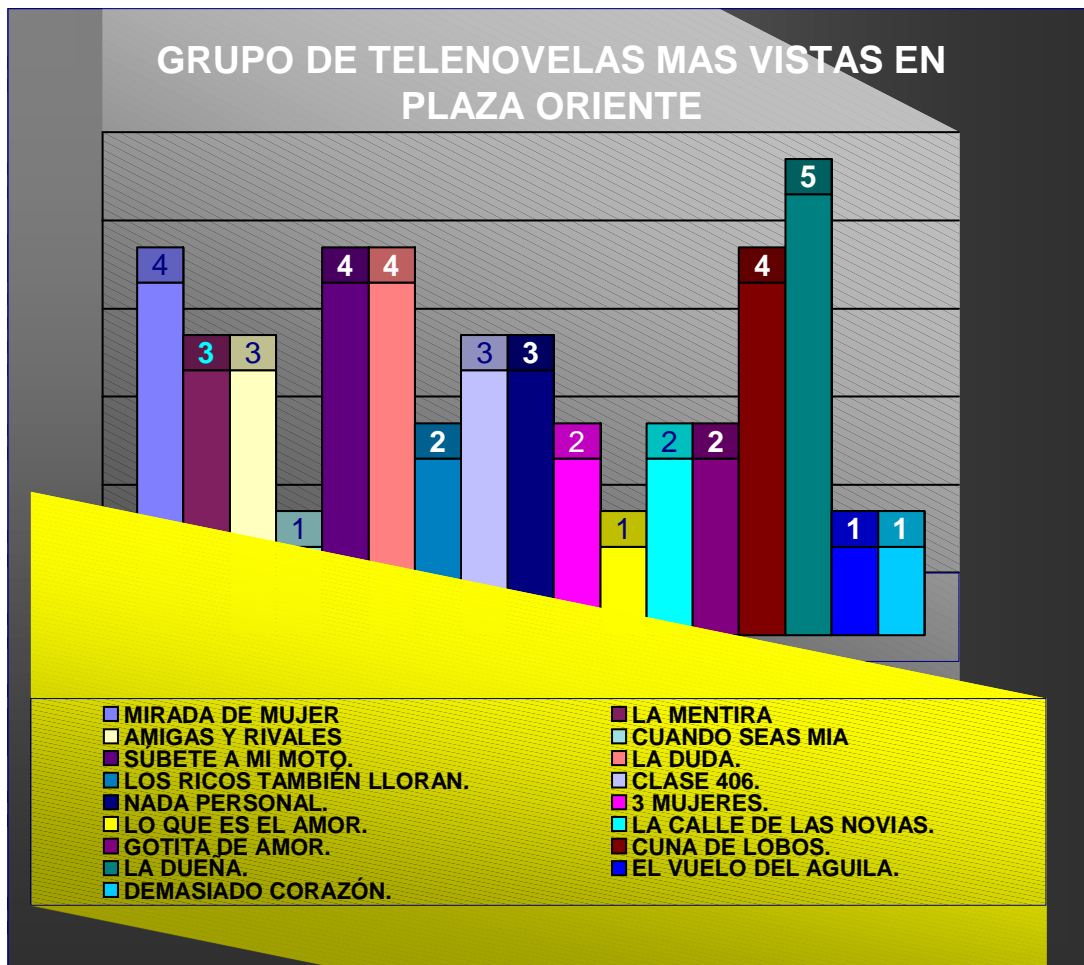


JARDIN BALBUENA.

La dueña. En esta telenovela, se abordaron temas totalmente tradicionalistas como el patriarcado, el autoritarismo, a las personas no conforme con su vida, o siendo utilizada la mujer como objeto sexual. Aquí podemos ver que las personas de Plaza Oriente, se identifican con esta telenovela ya que se relaciona (la telenovela) con personas de clase media.

Aquí, encontramos que seguida de la Dueña, hay cuatro telenovelas que fueron vistas en esta zona, Mirada de Mujer, Súbete a mi Moto, La Duda y Cuna de Lobos. Dos de éstas telenovelas abordan el tema del patriarcado y como la madre puede llegar a dominar toda una familia (La Duda y Cuna de Lobos). Mientras que Mirada de Mujer aborda los temas relacionados con la familia, la infidelidad, la

homosexualidad, la violación. Y por último, tenemos Súbete a mi Moto en la que se tocaron temas como: el cáncer, el maltrato hacia la mujer, los embarazos no deseados, el narcotráfico, el secuestro, entre otros., con un nivel de vida medio y toques juveniles.



Graficas representación de la mujer.

A) PLAZA ORIENTE.

Las personas encuestadas se identificaron con 3 representaciones, como objeto sexual, como mujeres trabajadoras e independientes. Esto puede ser causado por una vivencia propia y cercana, a cada una de las personas entrevistadas. La

telenovela que enfoca su trama en estas representaciones es **La dueña**, telenovela más vista en esta zona del D.F.

En segundo lugar encontramos la imagen de la mujer sentimental, es decir, que se considera la mujer poco objetiva, importándole todo lo relacionado con la familia, con la pareja, con sus seres queridos, etc. la cual obtuvo 4 menciones. Por último, encontramos con 3 menciones humillada, inconforme con su vida, sumisa, utilizada e inocente.

Aquí vemos que las mujeres y los hombres identifican y aceptan que las telenovelas ven y utilizan el estereotipo de la mujer como objeto sexual, trabajadora e independiente. Éstas imágenes pueden considerarse como instrumentos ideológicos para tratar de modificar las actitudes, comportamientos y personalidades. Estos elementos, podemos ver que son inconscientes o conscientes. Las personas al asumir el papel de mujer trabajadora e independiente, lo refleja en su vida y en sus respuestas, porque la mayoría de nuestros entrevistados, comentaron que no sólo se está dando una apertura en los roles o personajes de las telenovelas, sino que también en sus hogares se ha dado un cambio. Mientras que los 3 hombres, reconocieron que las actitudes de los productores y las compañías poco a poco iban cambiando el representar a la mujer. Las compañías más vistas en esta zona fueron Televisión Azteca y Televisa.

B) PABELLÓN POLANCO.

Por su parte las personas entrevistadas en esta zona mencionaron en 6 ocasiones, que la mujer se representa inconforme con su vida y sentimental. De ello podemos derivar que se busca un cambio en su vida, a través de aspiraciones, de objetivos personales, metas, sueños. Las personas entrevistadas se ven identificados con la telenovela **Mirada de mujer**, en la cual se abordan temas como la inconformidad con la vida, pero a la vez vinculada sentimentalmente con su familia.

En segundo lugar tenemos los valores tradicionales de la sociedad mexicana, respecto a las actitudes que deben tener las mujeres, ser sumisas, inocentes y recibir humillaciones.

Por último con 4, 3 y 1 mención encontramos a las mujeres vistas y tratadas como objeto sexual, independientes, utilizadas, trabajadoras, respectivamente.

Aquí vemos que las mujeres y los hombres identifican y aceptan que las telenovelas ven y utilizan el estereotipo de la mujer inconforme con su vida y sentimental. En esta zona, existió una uniformidad (tanto hombres como mujeres) al mencionar que el estereotipo más utilizado en éstos programas es el estar inconforme con su vida y aspirar a un cambio en su posición socioeconómica. Incluso 2 hombres contestaron que, ellos se veían identificados con los personajes, que no se encontraban de acuerdo al ingreso económico que tenían. Esto nos puede servir para recordar que la ideología tiene una característica en cuanto a la posición social, es decir, cada individuo debe tener presente que tipo de relaciones y de que forma éstas relaciones sociales influyen respecto a la posición económica y social se pertenece. Y en cuanto a la mujer sentimental, se manifiesta que aún se sigue con las concepciones tradicionalistas, en donde el lugar que debe ocupar la mujer es la familia y todo lo relacionado con los sentimientos dejando de lado lo objetivo.

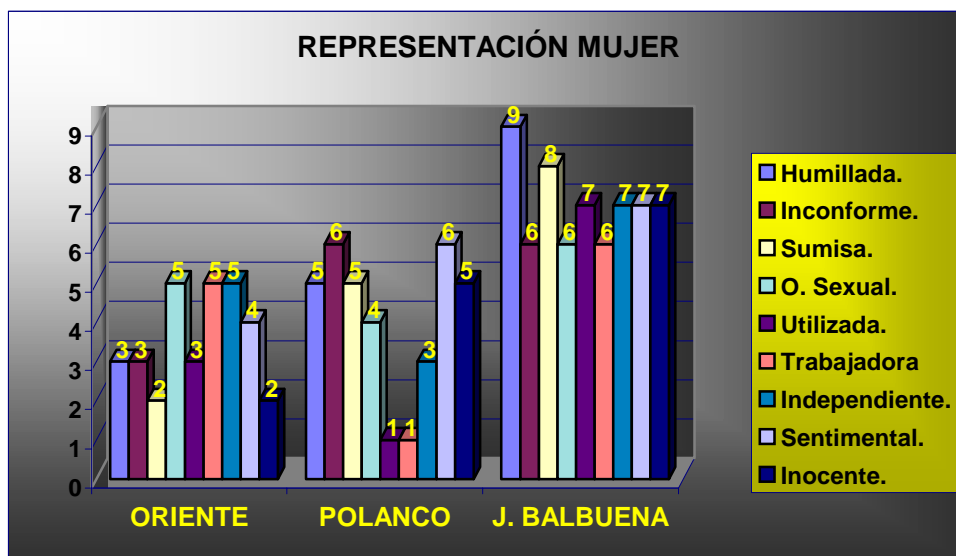
C) Jardín Balbuena.

En esta zona, se encontró una imagen 9 ocasiones mencionadas, el ser humillada la mujer, (siendo la única zona en la que se encontró un número mayor de respuestas a una sola representación). Aquí se repiten los patrones de la vida tradicional.

En segundo lugar encontramos las representaciones; el ser sumisa, el sentirse utilizada, el ser independiente, el ser poco objetiva (sentimental) y el ser inocente.

Por último, las representaciones menos mencionadas fueron ser trabajadora, el estar inconforme con su vida y ser vista como objeto sexual. Esta zona se identificó con la telenovela **Cuna de lobos**.

Aquí vemos que las mujeres y los hombres identifican y aceptan que las telenovelas ven y utilizan el estereotipo de la mujer humillada. En esta zona 9 de 10 personas informó que la mayoría de las telenovelas que ha visto, han utilizado y mostrado a la mujer humillada, dentro de todas sus relaciones. Tanto hombres como mujeres reconocieron que se han visto identificados con esta imagen ya que las mujeres, transportan sus propias vivencias a la trama de la telenovela; mientras que los hombres reconocen que han humillado a sus compañeras o a sus esposas. Las telenovelas deben considerarse un instrumento ideológico, ya que tienen un fin determinado, el cual es apoyar la condición de la mujer utilizada, sumisa, humillada, para así afrontar una vida masculinizada, en donde, los únicos que detentan el poder son los hombres. Recordemos lo mencionado dentro del Capítulo II, la ideología puede ser utilizada como instrumento de control, es decir, se utiliza para justificar la conducta del individuo para la legitimación del poder.



Gráficas representación del hombre.

A) PLAZA ORIENTE.

En esta zona, se ve a los hombres con la característica de tener más de una relación, y aquí tanto hombres como mujeres encuestados, pudieron verse reflejados. Las telenovelas centran muchas historias en este estereotipo (sin resaltar alguna compañía distribuidora).

En segundo lugar, encontramos al hombre irresponsable, aquí se puede ligar a la falta de apoyo a la familia, a la pareja o a él mismo. En tercer lugar, tenemos al hombre autoritario, con 5 menciones.

Aquí vemos que los hombres y las mujeres identifican y aceptan que las telenovelas ven y utilizan el estereotipo del hombre como mujeriego. Los hombres reconocieron que en ocasiones ven a las mujeres como objetos sexuales, y como diversión (recordar la respuesta de las mujeres de ésta zona). La ideología de muchos hombres se ve reflejada dentro de las telenovelas, ya que pareciera que para demostrar su hombría, necesitan poseer a más de una mujer; esto está íntimamente ligado a la educación y a la cultura que se les inculca a los hombres desde pequeños. De ahí, la identificación con los personajes de las telenovelas. La ideología deja una “huella” en los individuos por ejemplo, la concepción al hombre como mujeriego. Las respuestas fueron contundentes 8 de 10. Esta concepción nos demuestra una vez más que las telenovelas son instrumentos ideológicos, que depositan en la audiencia alguna concepción o refuerza las ya existentes.

B) PABELLÓN POLANCO.

Se repite lo mencionado respecto a la mujer, ya que no se está conforme con la vida que se tiene. En segundo lugar, tenemos con 7 menciones el hombre que tiene más de una relación. En tercer lugar, el ser adicto (alcoholismo, drogadicción, tabaquismo, el juego) y el ser egoísta.

Al igual que las mujeres, los hombres (para las personas de Pabellón Polanco) la imagen más representativa de las telenovelas respecto al hombre es el estar inconforme con su vida. Revisar cita de la mujer en esta zona.

c) JARDÍN BALBUENA.

En primer lugar el ser autoritario y mujeriego. En segundo lugar, el ser dependiente, irresponsable y adicto. En tercer lugar, el ser egoísta y el estar inconforme con su vida.

Por último, quisiera mencionar que en ninguna zona hubo alguien que mostrara al hombre como sumiso, pareciera que este concepto solo se le atribuye al sexo femenino.

Aquí vemos que los hombres y las mujeres identifican y aceptan que las telenovelas ven y utilizan los estereotipos de autoritario y mujeriego. La ideología que se tiene en esta sociedad mexicana está inmerso el papel que debe desempeñar tanto el hombre como la mujer. En donde el hombre es considerado como el proveedor del hogar, la autoridad, el único que puede utilizar la violencia. Ya que él no puede mostrar sus sentimientos. Esta concepción tradicionalista se ve reflejada en las telenovelas, ya que muestran al hombre autoritario y mujeriego, lo cual le permite demostrar su hombría. Las respuestas fueron tanto de hombres como mujeres, lo cual nos refleja que una mayoría se ha dado cuenta de esta imagen.

Las telenovelas deben considerarse instrumentos ideológicos porque no sólo se llegan a considerar como entretenimiento o distracción, sino que los personajes y los estilos de vida que en ellas se reproducen, forman parte integral de la personalidad, de la conciencia, de las costumbres, de la ideología de cada persona.

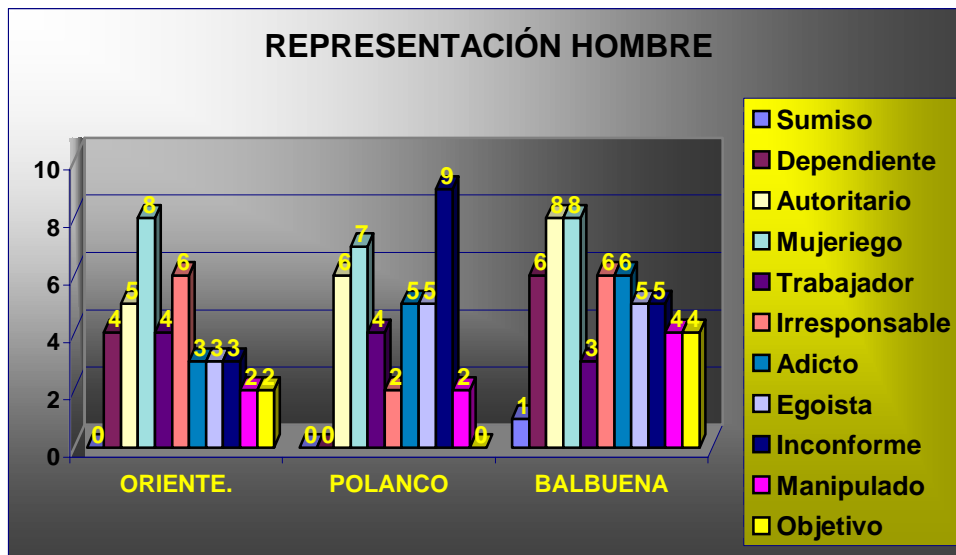
Los pasajes que en ellos se presentan tienen un trasfondo tanto social como cultural, ya que está inmerso dentro de nuestra vida cotidiana.

Las respuestas de nuestros entrevistados, nos demuestran que las imágenes de hombres y mujeres que se utilizan en las telenovelas, forman parte de su vida

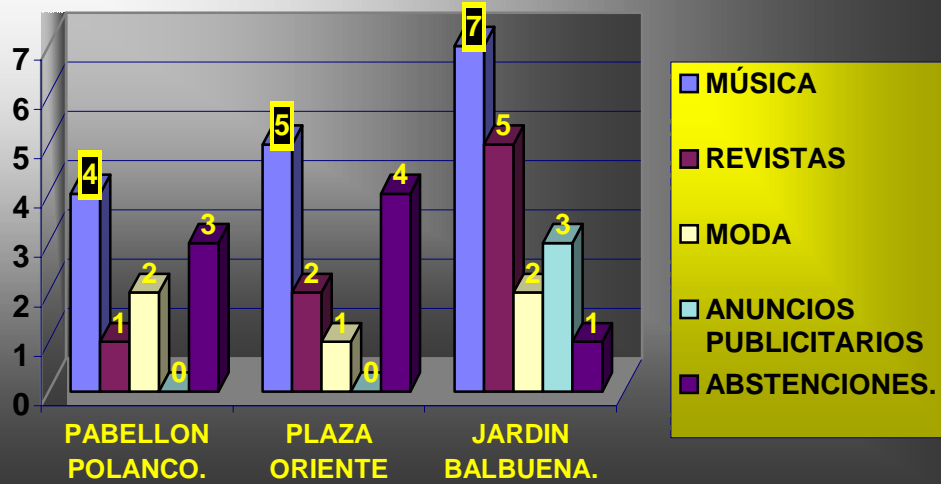
diaria. Ya que ellos, asumen esas imágenes y las reproducen dentro de sus complejas redes y relaciones sociales.

En torno al televisor, se reúne la familia (en ocasiones) y de los temas que se tocan dentro de las telenovelas, pueden surgir algunos comentarios. También encontramos que las personas prefieren ver las telenovelas solas ya sea por evitar distracciones, o porque esa persona es la única que ve ese tipo de seriales.

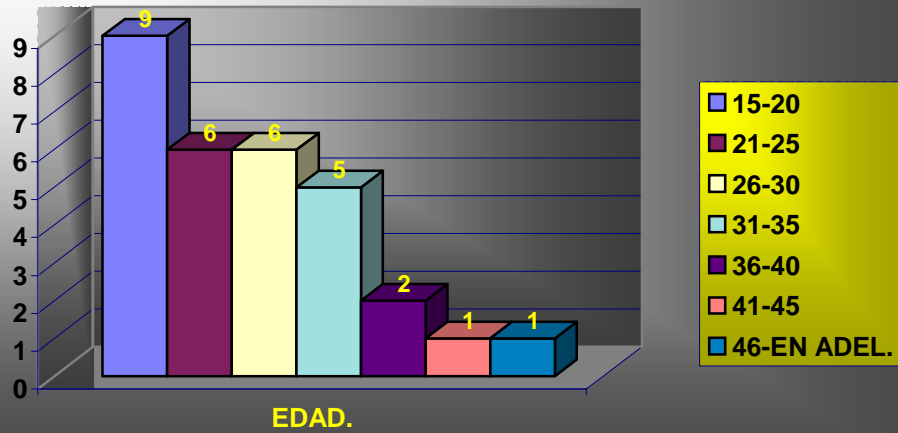
Detrás de las telenovelas, encontramos una serie de productos que generan entre ellos tenemos, las revistas especializadas en telenovelas (TV y Novelas, Teleguía) programas, música, publicidad. De éstos productos, lo más consumido es la música y las revistas. Tal y como se ve reflejado en la gráfica de las encuestas. La moda o estilo de vida, que se representa en las telenovelas son motivo de imitación por un gran porcentaje de la audiencia. Siendo principalmente el público más vulnerable los jóvenes y los adolescentes. Ya que en esa etapa de su vida, no se ha formado aún su identidad, y tienen que recurrir la imitación para una aceptación propia y reforzar su identidad aún no determinada.



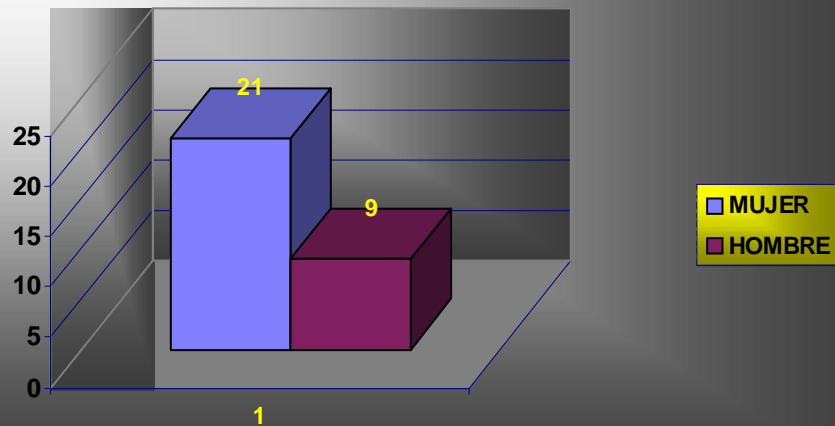
PRODUCTOS QUE SE CONSUMEN DURANTE LAS TELENOVELAS



EDAD DE ENTREVISTADOS



SEXO DE ENTREVISTADOS



ANEXO

Edad: _____ Sexo: _____

Ocupación: _____

Escolaridad: _____

Colonia: _____

¿Cuántos miembros forman su familia? () Hombres () Mujeres ()
Ingreso familiar (aproximado)

1.- En el último año, ¿ha visto alguna telenovela?

SI _____ NO _____

2.- Recuerda ¿cuál fue la compañía distribuidora de las telenovelas que ha visto?

Televisa
Televisión Azteca
Argos
Otra

3 ¿De esa compañía, usted ve sus telenovelas.?

Si _____ No _____

4. ¿Por qué motivo? _____

5.- Mencione 3 telenovelas que a usted le hayan gustado: _____

6.- Normalmente, ¿Cuál es el horario en el que usted ve alguna telenovela?.

1:30 a 2:00 PM.
4:00 a 5:00 PM.
7:00 a 8:00 PM.
8.00 a 9:00 PM.
9:00 a 10:00 PM.

7.- ¿Por qué motivo usted, frecuenta ese horario? _____

8.- ¿Con que frecuencia ve las telenovelas?

Diariamente
Cada 3er dia
Cada semana
Cada 2 semanas
Otra, especifique.

9.- En compañía de quien (o quienes) ve las telenovelas?

Madre.
Padre
Ambos
Hermanos
Amigos
Solo (a).

10.- ¿Por qué motivo..?_____

11.- ¿Cuanto tiempo le dedica usted a las telenovelas?

Una hora
Dos Horas
Tres Horas
Cuatro horas
Cinco horas.

12.- ¿Cual de las siguientes elementos lo motiva ha ver algunas telenovelas.

Locaciones.
Vestuario.
Los actores.
La Historia.
Publicidad.
Compañías distribuidas.
El guión.
Ambiente en el que se desarrolla.

13.- Que trascendencia han dejado en usted las telenovelas en su vida diaria?.

Entretenimiento.
Rechazo.
Aceptación.
Si es rechazo Por qué?_____

14.- ¿Alguna vez ha imitado el comportamiento de algún personaje de telenovelas?

Si_____ No_____

15.- ¿Cuál?_____

16.- ¿Por qué? _____

17.- ¿Considera que la telenovela, une o separa a la familia?.

Si _____ No _____

18: ¿Por qué? _____

19.-¿Ha consumido alguno (o Algunas) de los sig. productos que generan las telenovelas?

Moda.

Revistas (Tv y novelas)

Música.

Anuncios publicitarios (posters, etc.)

20.- ¿Cuáles de este grupo de telenovelas ve o ha visto?

- ⇒ Mirada de mujer.
- ⇒ La mentira.
- ⇒ Amigas y rivales.
- ⇒ Cuando seas mía.
- ⇒ Niña amada mía.
- ⇒ Súbete a mi moto.
- ⇒ La duda.
- ⇒ Serafín.
- ⇒ Gutierrezitos.
- ⇒ Los ricos también lloran.
- ⇒ Clase 406.
- ⇒ Nada personal.
- ⇒ 3 mujeres
- ⇒ Lo que es el amor.
- ⇒ La calle de las Novias.
- ⇒ Gotita de amor.
- ⇒ El amor no es como lo pintan.
- ⇒ Cuna de lobos.
- ⇒ La Dueña.
- ⇒ El vuelo del Águila.
- ⇒ Al Norte del corazón.
- ⇒ De masiado corazón.
- ⇒ Romantica Obsesión.

21.- ¿Cuáles representaciones de la lista siguiente cree, ¿qué utilizan las telenovelas para mostrar a la mujer?

- ◆ Humillada.
- ◆ Inconforme con su vida.
- ◆ Sumisa.
- ◆ Como objeto sexual.
- ◆ Utilizada.
- ◆ Trabajadora.
- ◆ Independiente.
- ◆ Sentimental.
- ◆ Inocente.

22.- ¿Con que frecuencia considera que se muestran estas representaciones en las telenovelas?.

Frecuentemente.
Eventualmente.
En ocasiones
Nunca.

23.- ¿Cuáles representaciones de la lista siguiente, cree que utilizan las telenovelas para mostrar al hombre?

- ◆ Sumiso.
- ◆ Dependiente.
- ◆ Autoritario.
- ◆ Mujeriego.
- ◆ Trabajador.
- ◆ Irresponsable.
- ◆ Adicto.
- ◆ Egoísta.
- ◆ Inconforme con su vida.
- ◆ Manipulado.
- ◆ Objetivo

24.- ¿Con que frecuencia considera que se muestran estas representaciones en las telenovelas?.

Frecuentemente.
Eventualmente.
En ocasiones
Nunca.

25.- ¿ Las telenovelas para usted muestran la realidad.?

26.- ¿Qué opinión tiene de las telenovelas?.

CAPITULO V
CONCLUSIONES

CAPÍTULO V.

Conclusiones.

A lo largo de éstos 4 capítulos hemos analizado diferentes aspectos que generan las telenovelas, como pueden ser: la publicidad, los productos tele noveleros (revistas, canciones), los estereotipos o representaciones tanto de la mujer como del hombre, también el aspecto comunicativo (E-M-R), como representación cultural (mensajes, estilos de vida, etc), como espacio de entretenimiento y recreación, como formador de personalidades (a través de la imitación).

Pero el aspecto más importante, el tema central de esta tesina, son los estereotipos que se manejan o se utilizan y se asimilan dentro de las telenovelas. Un ejemplo, de esto, se vio reflejado en las respuestas de nuestros encuestados al elegir cuál había sido la telenovela que a ellos les había gustado, o se veían reflejados en ese programa. Cada zona (Pabellón Polanco, Plaza Oriente, Jardín Balbuena) eligieron diferentes títulos, lo cual nos puede decir, que el ambiente social, económico e incluso geográfico puede determinar la aceptación, el rechazo, la imitación o no hacia un programa determinado.

En cuanto a las representaciones encontramos, que según los encuestados, las telenovelas utilizan el estereotipo del hombre como mujeriego, aquí debemos hacer una pausa, ya que este estereotipo está ligado directamente con las concepciones tradicionalistas, ya que el hombre, para mostrar su poderío, autoridad, debe tener y poseer más de una mujer, de lo contrario no es considerado hombre, este estereotipo se encuentra muy presente en nuestra sociedad mexicana, y por eso es que se ve reflejado en las telenovelas.

En cuanto a la mujer tenemos (según los encuestados) 3 representaciones; el utilizar a la mujer en lo sexual, en lo sentimental, en lo laboral; el estar inconforme con su vida (y a esta representación se puede considerar tanto al hombre como a la mujer), ya que no está de acuerdo con el ingreso económico, con el trabajo, con la educación, en la política, etc. y esto se puede reflejar con la vida diaria de éstos 30 encuestados, ya que para ellos las telenovelas no sólo son programas, sino que sus vidas están “ligadas” a ellos, al expresar su inconformidad.

Y por último tenemos a la mujer sumisa y utilizada, iniciando en el seno familiar hasta llegar a los miembros de toda su sociedad, (incluyendo a los medios de comunicación, en específico las telenovelas), etc.

En base a éstos planteamientos, podemos revisar nuestras hipótesis de trabajo.

Las telenovelas son un reforzador para modificar el comportamiento de la mujer.

Los capítulos de este trabajo nos demuestran que sí, ya que las mujeres al verse reflejadas en los personajes de las telenovelas modifican su comportamiento, repitiendo e imitando las actitudes de los actores. Un ejemplo, lo encontramos en el capítulo III con la ayuda de la Investigación que realizó Guillermo Orozco, en su libro T.V. y Audiencia un Enfoque Cualitativo. En él se plantea que una mujer al no saber darle un consejo a su hija, le recomienda, que ve la telenovela para que haga lo mismo que la protagonista.

Un ejemplo, más lo observamos en las respuestas de nuestros entrevistados, ya que ven reflejada en las telenovelas su vida y a través de ellas (de las telenovelas) viven, y recrean su propia vida.

Debe quedar algo claro, que no debe utilizarse la palabra **reforzador** ya que solo apoya en el comportamiento de las personas (tanto mujeres como hombres), también, existen personas que para ellas, solo las telenovelas son un medio de entretenimiento y no modifican su comportamiento.

El principal estereotipó que se utiliza en las Telenovelas mexicanas, es la subordinación de la mujer.

Creo que esto está más que aclarado tanto en lo teórico como en la respuestas, ya que todo apunta a lo mismo, en las telenovelas se reflejan muchas de las concepciones de nuestra sociedad mexicana y una de ellas es la sumisión de la mujer.

La mayoría de las telenovelas (tanto de Televisa como de T.V. Azteca) aborda este tema. Algunas de ellas de forma explícita y otras de forma oculta.

Y no solo la sumisión de la mujer por el hombre, sino de la mujer a la mujer ya que ellas mismas tratan de utilizar a sus compañeros, hermanas, para reforzar y aceptar la condición de sumisión de las mujeres.

Las mujeres interiorizan la subordinación, la cuál es apoyada por las Telenovelas.

Esta hipótesis se puede contestar con la respuesta anterior, ya que la subordinación de la mujer desde pequeñas se nos inculca, a través de los juegos, de las palabras, de las actitudes, que incluso las madres nos transmiten. Las telenovelas se pueden considerar como un apoyo para transmitir esta subordinación.

Para explicar mejor esta hipótesis lo encontremos reflejado en las encuestas, ya que las telenovelas que tuvieron un mayor numero de menciones fueron las que abordan este tema, de manera tanto explícito como implícito.

Con lo anterior, he contestado las hipótesis sobre las cuales se basa el presente trabajo, voy a dar paso a las preguntas que abordé desde el inicio . Las respuestas se extrajeron principalmente de las encuestas, que también tendrá el respaldo de las teorías planteadas.

¿Cual es la imagen de la mujer que se proyecta en las Telenovelas mexicanas?

Existen muchas imágenes que utilizan las telenovelas, desde las positivas como las negativas. Las 1ras se refieren a la independencia, al éxito, al trabajar, al no depender de alguien para sobrevivir; Mientras que las 2das. Son todas las concepciones tradicionalistas, las cuales están enraizadas en nuestro fuero interno.

Una de las concepciones, tradicionalistas es ser sumisa, utilizada, humillada. Estas representaciones se muestran en la mayoría de las telenovelas. Hay otras como el estar inconforme con su vida, el ser vista y utilizada como objeto sexual. El considerar a la mujer como sentimental, es decir que su vida está concentrada en los sentimientos y no ser objetiva.

¿Que tanto influyen las Telenovelas en la concepción que tienen las mujeres de sí mismas?.

Las personas, se definen así mismas de acuerdo a su experiencia propia, pero detrás de ella se encuentran algunas de las concepciones que se muestran no solo en el entorno familiar, sino también de acuerdo a los estereotipos que se muestran en los medios de comunicación ya que, muchas horas de su vida están en contacto con ellos.

En ese mismo sentido, otra de sus producciones son las telenovelas. Lo vemos reflejado en las respuestas, las representaciones en muchas ocasiones los encuestados se ven reflejados. Por ejemplo a los hombres al contestar si a ellos se les preguntaba si las telenovelas muestran al hombre como mujeriego, ellos decían que sí y al final ellos aceptaban que se ven reflejados en esta imagen.

Las telenovelas muchas veces han presentado la **actitud** que deben tener los hombres ante las mujeres y la mayoría de las veces se refiere al aspecto altanero y despectivo. Existen diferentes actitudes; a) como la persona y el trato tierno, con dulzura y sutileza; b) o todo lo contrario despectivos, altaneros, denigrantes.

Tanto hombres como mujeres opinan que las telenovelas deben considerarse como un medio de entretenimiento, recreación y distracción. Pero a la vez, reconocen que son parte de su vida ya que se ven identificados o atraídos por la historia.

Los mensajes que se han mostrado hace aproximadamente 40 años, en las telenovelas generalmente van enfocados a la imagen y actitud que deben poseer tanto el hombre como la mujer.

Existen muchas representaciones que van de acuerdo a la edad de cada persona.

- a) niño. se muestra, que deben dejar de lado el interés académico, solo importando la amistad, el compañerismo, la fantasía, los juegos y los sueños, pocas veces se abordan temas como la violación a niños, siendo un tema actual y de gran dimensión social.
- b) Adolescentes y jóvenes. Aquí se muestra el lado “oscuro” de ellos, ya que se representa la adicción, el ocio, el vandalismo, la denigración, entre otros. Esto no representa que todos los jóvenes vivan en un estereotipo de vida. Debe haber un cambio en las concepciones con respecto a ésta cultura en efervescencia.
- c) Adultos pareciera ser que los temas más comunes en este tipo de programas son la infidelidad, la intriga, la denigración, la adicción, los abusos.

Quisiera concluir que los contenidos de las telenovelas deben llevar otro enfoque y otro tipo de mensajes, desde una perspectiva más humana en donde se toquen temas relacionados con los valores reales de la sociedad mexicana dejando de lado todos los intereses de las compañías distribuidoras a las cuales sólo les interesa generar mayores ganancias, mayor audiencia y el considerarse confiables.

Deben abrir espacios en los cuales se incluyan temas relacionados con la cultura y la educación, con un enfoque más social.

BIBLIOGRAFÍA

1. Bordieu, Pierre. **CAPITAL CULTURAL, ESCUELA Y ESPACIO SOCIAL.** Editorial Siglo XXI. México.1997./
2. Bourdieu, Pierre y Passeron, Jean-Claude. **LA REPRODUCCIÓN.** Editorial Laia.Barcelona. 1981./
3. Clay Lindgren, Henry. **INTRODUCCIÓN A LA PSICOLOGÍA SOCIAL.** Editorial Trillas. México. 1979./
4. De la Peña, Francisco. **DE LA IDEOLOGÍA A LA CULTURA.** Instituto Nacional de Antropología e Historia. CONALCULTA. México.1992./
5. **ENCICLOPEDIA SALVAT.** Salvat Editores. Barcelona. 1975./
6. Esteinou Madrid, Javier. **LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO INSTRUMENTOS DE DESARROLLO.** Revista Especializada en Tópico de Comunicación. No. 29.Agosto-Septiembre. 2002./
7. Esteinou Madrid, Javier. **LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA CAPACITACIÓN DE LA FUERZA DE TRABAJO.** Cuadernos del TICOM. No. 23. Departamento de Educación y Comunicación. UAM-X México. 1983./
8. Esteinou Madrd, Javier. **MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DESPLAZAMIENTO EDUCATIVO.** Revista Especializada en Tópico de Comunicación. No. 20. Nov-Enero. 2001.
9. Fernández Collado, Carlos. **LA COMUNICACIÓN HUMANA. CIENCIA SOCIAL.** Editorial Mc. Graw Hill./
10. Germaná, Cesar. **REVISTA DE SOCIOLOGÍA.** Volumen. 11 No. 12. 1999./
11. Gil Olivo, Ramón. **TELEVISIÓN Y CULTURA. Vol. I. HACIA EL CAOS SENSORIAL.** Universidad de Guadalajara.. México. 1993./
12. Gómez Jara, Francisco y De Dios Delia Selene. **SOCIOLOGÍA DEL CINE.** SEP. Diana. México. 1973./
13. Gonzáles, Eduardo. **UN REPARTO MULTISTELAR EN LA TELENOVELA.** Televisión Mexicana. Núm. 221. Julio de 1973./
14. Gonzáles, Jorge. **LA COFRADÍA DE LAS EMOCIONES INTERMINABLES.** Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México. 1994./
15. Gonzáles Treviño, Jorge Enrique. **TELEVISIÓN Y COMUNICACIÓN. UN ENFOQUE TEÓRICO-PRÁCTICO.** Editorial Alhambra Mexicana. México. 1994./

16. Guariglia, Osvaldo. **IDEOLOGÍA, VERDAD Y LEGITIMACIÓN.** Fondo de Cultura Económica. Argentina. 1993./
17. Lenk, Curta. **EL CONCEPTO DE IDEOLOGÍA.** Editorial Amorrortu. Buenos Aires.1971./
18. Lerner, Daniel. **LA COMUNICACIÓN COLECTIVA Y EL DESARROLLO CULTURAL.** Ediciones CIESPAL, Quito. 1972.
19. Martínez Medellín, Francisco J. **TELEVISA SIGA LA HUELLA.** Instituto Politécnico Nacional. México. 1992./
20. Márquez Elenes, Laura. **LA TELENVELA EN LA VIDA COTIDIANA.** Periódico El Norte. 1988./
21. Márquez Elenes, Laura. **LO QUE APRENDEMOS DE LAS TELENVELAS.** Periódico El Norte. 1988./
22. Mattelart, Michele y Piccini, La Televisión y los sectores populares en, **LA COMUNICACIÓN Y CULTURA. LA COMUNICACIÓN MASIVA EN EL PROCESO POLÍTICO.** Editorial Nueva Imagen. México. 1987./
23. Mazziotti, Nora. **LA INDUSTRIA DE LA TELENVELA.** Editorial Paídos Comunicación. Buenos Aires. 1996./
24. Méar, Anee. **TELENVELA COMO PROCESO HÍBRIDO.** Instituto de la Comunicación./
25. Orozco, Guillermo. **TELEVISIÓN Y AUDIENCIA. UN ENFOQUE TELEVISIVO.** Universidad Iberoamericana. Madrid. 1996.//
26. Ortiz Mondragón, Guillermo. **LIBERTAD RELIGIOSA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.** Conferencia del Episcopado Mexicano. México. 2001.
27. Paoli, Antonio. **COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PERSPECTIVAS TEÓRICAS.** Editorial Trillas. México. 1983./
28. Reyes de la Maza, Luis. **CRÓNICA DE LA TELENVELA. MÉXICO SENTIMENTAL.** Editorial Clío. México. 1999/.
29. Ricci Bith, Dio y Zani, Bruna. **LA COMUNICACIÓN COMO PROCESO SOCIAL.** Editorial Grijalbo, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México. 1986./
30. Rodríguez Aroldo, Assmar, Evelín y Jablanski, Bernardo. **PSICOLOGÍA SOCIAL.** Editorial Trillas. México. 2002./
31. **RTC** Foro de Consulta Popular de Comunicación Social. México. 1983./
32. Secord, Paulo y Backman, Carl. **PSICOLOGÍA SOCIAL.** Editorial Mc. Graw Hill. México. 1979.//

33. Terán, Luis. **LAGRÍMAS DE EXPORTACIÓN. CRÓNICA DE LA TELENVELA. UNA APROXIMACIÓN AL FENÓMENO DE LA TELENVELA.** Editorial Clío. México. 2000.
34. Torres Aguilera, Francisco J. **TELENVELAS, TELEVISIÓN Y COMUNICACIÓN. EL CASO DE MÉXICO.** Editorial Coyoacán. México. 1994./
35. Williams, Raymond. **SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL ARTE.** Editorial Paídos Comunicación.. Buenos Aires. 1981.