

Artículo de investigación.

Cómo citar: Fuenmayor, V. (2018). Imágenes de la mujer y visiones de mundo en la telenovela. Caso: *Voltea pa' que te enamores*. *Mediaciones*, 14(21), 94-117. doi: 10.26620/uniminuto.mediaciones.14.21.2018.94-117

Editorial: Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO.

Recibido: 10 de octubre de 2017

Aceptado: 29 de enero de 2018

Publicado: 02 de julio de 2018

Conflicto de intereses: los autores han declarado que no existen intereses en competencia.

Imágenes de la mujer y visiones de mundo en la telenovela. Caso: *Voltea pa' que te enamores*

Women's images and World Visions in Soap Operas. The Case of *Voltea pa' que te enamores*

Imagens da mulher e visões de mundo na telenovela. Caso: *Voltea pa' que te enamores*

Verónica Fuenmayor C.

Resumen

La telenovela es un producto televisivo muy estudiado, especialmente como género representativo de Latinoamérica. Entre los temas abordados se encuentra cómo sus contenidos pueden reproducir y promover en las audiencias representaciones sociales en torno a la pareja, la familia y las relaciones de género, entre otras. Esta investigación busca analizar las concepciones de imagen de la mujer presentes en la telenovela *Voltea pa' que te enamores*. La investigación se abordó desde la metodología cualitativa. Se crearon categorías de análisis propias para la realización del análisis de contenido de un grupo de capítulos seleccionados, con la finalidad de conocer el tratamiento de dicho tema en la telenovela escogida. El estudio concluyó que a pesar de que en la telenovela analizada se intentó mostrar imágenes de la mujer no hegemónicas, se mantienen en alto grado estereotipos conservadores. Consideramos recomendable seguir estudiando estas temáticas, especialmente si tomamos en cuenta el potencial del género como estrategia de eduentretenimiento.

Palabras clave

Análisis de contenido, imagen de la mujer, representaciones sociales, telenovela.

Verónica Fuenmayor C.

vfubv@yahoo.com

Universidad Central de Venezuela,
Venezuela

Este artículo es el resultado de la investigación "Imágenes de la mujer y visiones de mundo en la telenovela *Voltea pa' que te enamores*", la cual fue presentada como trabajo especial de grado para optar al título de magister scientiarum en Comunicación Social en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela.





Abstract

Soap operas are a widely studied television product, particularly as an emblematic Hispanic genre. This paper approaches, among other topics, how their contents can reproduce and create in the public social representations of couples, family, and gender relationships. This research analyzes the conceptions of women's images present in *Voltea pa' que te enamores*. The authors followed a qualitative approach. They created categories of analysis appropriate for the content analysis of a set of chapters chosen, in order to know how such topic is addressed in the soap opera. It was concluded that, even though there was an attempt to show non-hegemonic women's images, some conservative stereotypes still play an important role. The authors suggest to conduct further research on this kind of topics, especially taking into consideration the potential of this genre as an education and entertainment strategy.

Key Words

Content analysis, women's images, social representations, soap opera.

Resumo

A telenovela é um produto televisivo muito estudado, especialmente como gênero representativo de Latinoamérica. Entre os temas abordados encontra-se como seus conteúdos podem reproduzir e promover nas audiências representações sociais em torno do casal, a família e as relações de gênero, entre outras. A presente investigação procura analisar as concepções da imagem da mulher presentes na telenovela *Voltea pa' que te enamores*. A investigação abordou-se desde a metodologia qualitativa. Criaram-se categorias de análises próprias para a realização da análise de conteúdo dum grupo de capítulos escolhidos, com a finalidade de conhecer o tratamento de dito tema na telenovela escolhida. O estudo concluiu que apesar de que na telenovela analisada se tentou mostrar imagens da mulher não hegemônicas, se mantêm em alto grau estereótipos conservadores. Consideramos recomendável seguir estudando estas temáticas, especialmente se tomamos em conta o potencial do gênero como estratégia de edu- entretenimento.

Palavras-chave

Análise de conteúdo, imagem da mulher, representações sociais, telenovela.

Introducción

La televisión es uno de los medios con más difusión y alcance en la sociedad actual. Según Marcelino Bisbal, "se ha convertido en el 'canal cultural' por excelencia, y algunos llegan a decir que la cotidianidad se 'juega' en y a través



de la pantalla televisiva” (2005, p. 24). El entorno ya no se vive a través de la propia experiencia, sino de las imágenes del mismo que recupera la televisión (Martín-Barbero, 1991).

Para Jesús Martín-Barbero su alcance llega mucho más allá del momento en que es observada directamente, ya que su mayor influencia ocurre a través del imaginario que genera y a partir del cual interactuamos. Su capacidad de influir desborda el tiempo y el espacio del aparato (1991).

Dentro de este medio existe un género que capta la atención de un alto porcentaje de la población: la telenovela, cuya trama “rosa” cautiva al espectador y lo mantiene atado a ella por una cantidad importante de episodios para disfrutar del esperado capítulo final.

La telenovela se construye a partir de la realidad y como representación suya, con historias múltiples que giran en torno a un conflicto humano, la mayoría de las veces de carácter amoroso. La identificación que se produce entre las situaciones vividas por los personajes y los espectadores explicaría —en gran medida— la popularidad del género.

Debido a su alto nivel de atracción, la telenovela ha merecido importantes estudios, que van desde sus contenidos hasta su influencia en la sociedad, ya que,

como toda práctica cultural, la comunicación audiovisual y, en concreto, las telenovelas [...] están inscritas en la ideología y viceversa, como una suerte de condición recíproca... [...]. Lo que implica, que no sólo evidencia los valores presentes en la sociedad en un momento determinado, sino que los reproduce y puede crear patrones y estereotipos en la misma. (Vilches, 1984, p. 60, en Sanabria, s. f.).

En tal sentido, Ibrahim Guerra (s. f.) plantea que más allá de la finalidad publicitaria o de entretenimiento de este género, es importante considerar los mensajes que a través de él son emitidos. Especialmente los que guardan relación con valores y creencias que se evidencian en las tramas de las telenovelas. Desde ellos se muestran estereotipos con respecto al papel desempeñado —principalmente— por la mujer en la sociedad, las características que ella debe poseer, e incluso, su fin último en la vida; esto debido a la influencia que pueden ejercer en el espectador (normalizando situaciones que no lo son, legitimando comportamientos, etc.).

Ahora bien, lo planteado no es exclusivo para el género femenino, ya que desde las telenovelas también se proponen modelos que refuerzan las masculinidades hegemónicas. Sin embargo, se hace especial énfasis en lo tocante a las mujeres, ya que son ellas las principales agentes de socialización dentro



del hogar, y el género básicamente va dirigido a ellas¹. Puede observarse cómo la trama gira en torno a una protagonista, que es quien concentra el ideal a seguir, con lo cual todo lo concerniente a las características que debe poseer, tanto físicas como comportamentales y, en última instancia, su papel en la sociedad, son los tópicos abordados en la misma.

Por ello, el objetivo central de nuestra investigación será analizar las distintas concepciones de la imagen de la mujer presentes en la telenovela *Voltea pa' que te enamores*² y las visiones de mundo implícitas en las mismas. Es decir, lo que nos proponemos con este estudio es mostrar la imagen de la mujer³ (representaciones sociales de la mujer) que se evidencia en las prácticas sociales y en la corporeidad (aspecto físico) que poseen o que se les adjudican en la telenovela *Voltea pa' que te enamores*.

Para ello, se parte de la descripción de las interacciones de varias mujeres con su entorno familiar, laboral y académico, fundamentalmente. El interés está en investigar las características de los mensajes vinculados a estereotipos para el género femenino transmitidos a través de la telenovela seleccionada y el tratamiento dado a los mismos. Así, se busca aproximarnos a las posibles visiones de mundo que dichas representaciones implican (Verón y Escudero, 1997; Martín-Barbero y Muñoz 1992; Mazziotti, 2006).

Entonces, nuestro estudio busca dibujar, caracterizar y describir, las prácticas intersubjetivas de las mujeres que aparecen en la telenovela mencionada, especialmente a través de sus roles interpretativos como protagonista, antagonista y principales personajes secundarios.

Consideramos que un estudio de este tipo, posibilitaría la comprensión de la sociedad en la que se consume dicho producto, entendiéndolo por *comprensión de la sociedad* la posibilidad de describir y caracterizar, *grosso modo*, las

1 Esto se puede evidenciar en los estudios realizados por OBITEL Capítulo Venezuela, los cuales afirman que para el año 2013 “los índices de audiencia muestran que la preferencia por la ficción se mantiene en el género femenino” (Alvarado y Torrealba, 2014, p. 506) y al hablar de ficción, en el caso venezolano, el formato que más se produce sigue siendo la telenovela.

2 Se eligió esta telenovela en vista de los altos índices de audiencia de la misma durante su transmisión en Venezuela, lo cual se puede evidenciar en el hecho de que fue transmitida por primera vez en el año 2006 por el canal Venevisión (en *prime time*), pero fue retransmitida en el año 2011 por Venevisión Plus (también en *prime time*) y nuevamente por el canal Venevisión en el año 2014 (en el horario vespertino) y está siendo transmitida actualmente de nuevo por el canal Venevisión Plus (en el horario de las 10 p. m.).

3 *Imagen* es el concepto que más suele utilizarse como sinónimo de representación social. Al hacerse esto, se entiende por imagen no solo un mero reflejo del mundo exterior, una huella impresa mecánicamente y anclada en la mente. “La imagen condensa también un conjunto de significados y sistemas de referencia para un determinado grupo social. La imagen es objetivada junto con una carga de efectos, valores, y condiciones de naturalidad. Los conceptos así naturalizados se transforman en auténticas categorías del lenguaje y del entendimiento” (Ortiz-Boza, 2007, p. 311).



prácticas culturales y, por lo tanto, las visiones de mundo que se evidencian al relacionarse los sujetos entre sí en un momento histórico determinado. Adicionalmente, un estudio de este tipo sirve para aportar información pertinente en relación no solo con las visiones de mundo implícitas en las telenovelas y todo lo que estas involucran, sino con la posibilidad de utilizar a la telenovela como herramienta de eduentretenimiento⁴.

Estudios culturales y estudios críticos latinoamericanos de la comunicación: la importancia de las audiencias

Si deseamos enmarcar nuestros planteamientos dentro de una perspectiva comunicacional debemos comenzar por destacar los estudios sobre la polisemia de los mensajes de los medios realizados por los llamados estudios culturales de la escuela de Birmingham, en los que se plantea la existencia de significados hegemónicos y alternativos en el mismo contenido. Se destacan los aportes de esta corriente debido a que implican el paso de una visión de la comunicación de masas que da todo el poder a los emisores de los mensajes y asume al receptor como un ente pasivo, presa fácil de la manipulación mediática, para considerar a las audiencias como capaces de hacer frente a los mensajes de los medios, puesto que, si los mensajes contienen significados alternativos, su recepción por parte de las audiencias puede terminar resistiendo los valores dominantes (Lozano, 1997).

En este sentido, Stuart Hall, al referirse a la violencia en los *Westerns* plantea que:

nunca puede haber un significado único, unívoco, para un ítem léxico, sino que dependiendo de su integración en el código bajo el cual ha sido elaborado, sus posibles significados podrían organizarse en una escala que transcurre desde los *dominantes* a los *subordinados*. Esto evidentemente tiene consecuencias en el otro extremo de la cadena comunicativa: la recepción. No existe ninguna ley que asegure que el receptor va a tomar el significado preferente o dominante de un episodio de violencia, precisamente de la misma manera que el productor lo había codificado. (2004, p. 225, *énfasis en el original*).

Así, sin dejar de pertenecer a la corriente crítica y de plantear la influencia que tienen los medios en cuanto creadores y reproductores de imaginarios,

⁴El eduentretenimiento es el uso del entretenimiento como una práctica comunicacional específica generada para comunicar estratégicamente respecto de cuestiones del desarrollo, en una forma y con un propósito que pueden ir desde el *marketing* social de comportamientos individuales en su definición más limitada, hasta la articulación de agendas en pos del cambio social liderada por los ciudadanos y con un propósito liberador (Tufté, 2009, en Pérez, 2012, p. 125).



se comienza a asumir que las audiencias pueden resistir dichos mensajes y sus valores dominantes (negociar con los mismos o rechazarlos), dependiendo entre otras cosas de mediaciones sociales, como las subculturas a las cuales pertenecen: edad, género, grupo étnico, ocupación, entre otros.

Esta nueva perspectiva abre una brecha para ver el potencial de los medios como educadores y no solo como deformadores de conciencias. Así, la realización de estudios de recepción permite conocer los gustos, intereses y preferencias de las audiencias y con esa información se puede utilizar el potencial de los medios para formarlas.

Del mismo modo, en Latinoamérica se han desarrollado los estudios críticos latinoamericanos de la comunicación entre cuyos planteamientos se encuentran los realizados en relación con la “apropiación crítica de los mensajes” y las “mediaciones simbólicas” (Pineda, 2004), y que, al igual que los estudios culturales, van un paso más allá de los planteamientos realizados por las corrientes críticas precedentes. Esta visión latinoamericana, sin dejar de considerar la importancia de los medios en la creación y reproducción de imaginarios colectivos, atribuye al receptor la facultad de resistir dichos mensajes hegemónicos, de negociar con los mensajes transmitidos por los medios, de forma similar a como lo plantea la escuela de los estudios culturales, dando cierto poder a las audiencias en el proceso de apropiación de los mensajes, pero dejando claro el papel que juegan los medios en el proceso de socialización, con lo cual las mismas características que hacen de la televisión y de la telenovela herramientas de propagación de los valores no deseados son las que hacen posible que se conviertan en herramientas educomunicativas.

En tal sentido, Jesús Martín-Barbero, en su artículo “Televisión, melodrama y vida cotidiana”, refiriéndose específicamente a su investigación de la telenovela, plantea que

En primer lugar nuestra investigación apunta al hecho de que la cultura en América Latina no puede continuar siendo entendida como la producción de objetos “espirituales”, “legítimos” acotados por los parámetros de las artes tradicionales, entendemos la CULTURA como una dimensión sujeta a las PRÁCTICAS COTIDIANAS A TRAVÉS DE LAS CUALES LA GENTE PRODUCE EL SENTIDO DE LA VIDA [...] se pretende, pues, investigar la televisión como mediación, como tejido de relaciones, de presiones provenientes por una parte de la lógica industrial de producción y por otra de la trama cultural desde donde se la observa, en medio de unas relaciones de dominación, no entendidas como homogenización fatalista, sino, repetimos, desde la óptica de un receptor activo. (1987, pp. 62-63, mayúsculas en el original).



Podemos observar en los planteamientos de Martín-Barbero el énfasis que realiza en el estudio de las prácticas cotidianas —dentro de las cuales se encuentra ver telenovelas— a través de las cuales las personas producen el sentido de la vida. En este sentido, una de las teorías que aborda el tema de la creación del conocimiento de la vida cotidiana es la de las representaciones sociales, cuyos planteamientos esbozamos a continuación.

La teoría de las representaciones sociales

Antes de entrar de lleno en el tema de las representaciones sociales, es preciso hacer mención a algunos planteamientos teóricos que anteceden a los realizados por Serge Moscovici y en los cuales sus planteamientos se inscriben. Para ello, debemos explicar someramente lo que se entiende por realidad social y referirnos a Peter Berger y Thomas Luckmann, quienes a partir de los planteamientos de Alfred Schütz desarrollan este concepto. Para Berger y Luckmann:

La construcción social de la realidad hace referencia a la tendencia fenomenológica de las personas a considerar los procesos subjetivos como realidades objetivas. Las personas aprehenden la vida cotidiana como una realidad ordenada, es decir, las personas perciben la realidad como independiente de su propia aprehensión, apareciendo ante ellas objetivada y como algo que se les impone. (1991, en Araya, 2002, p. 13).

Esto implica que las personas, en sus interacciones con otras, construyen socialmente ciertos conocimientos a los que les dan categoría de realidad a pesar de ser producto de esas mismas interacciones. Por ello, para los autores, el mundo de la vida cotidiana es aquel que las personas establecen como realidad, un mundo en el cual el sentido común, que lo conforma, es asumido como la realidad por excelencia, con lo que dicho mundo se impone sobre la conciencia de las personas, quienes lo perciben como una realidad ordenada, objetivada y ontogenizada (Araya, 2002).

Lo anterior implica que la realidad de la vida cotidiana es una construcción intersubjetiva, un mundo compartido en el cual los procesos de interacción y comunicación en los que las personas comparten permiten que se experimenten las unas a las otras. En el mundo de la vida cotidiana,

El medio cultural en que viven las personas, el lugar que ocupan en la estructura social, y las experiencias concretas con las que se enfrentan a diario influyen en su forma de ser, su identidad social y la forma en que perciben la realidad social. (Araya, 2002, p. 14).



Aclarado este punto, podemos dar entonces paso al concepto de representaciones sociales. Así, según Cruz (2006), la tesis de Moscovici es bastante sencilla: las representaciones sociales constituyen un conjunto de afirmaciones, conceptos y explicaciones cotidianas que provienen de las comunicaciones interpersonales, cuyo objetivo no es científico, sino práctico y consiste en ayudar a la regulación de los comportamientos tanto intra- como intergrupales.

En este sentido, es a través de las representaciones sociales que las personas pueden explicar su entorno, ya que estas conocen la realidad circundante por medio de explicaciones extraídas de los procesos de comunicación. El pensamiento social y las representaciones sociales sintetizan dichas explicaciones conformando un tipo particular de conocimiento: el conocimiento del sentido común, el cual implica cómo la gente piensa y organiza su vida cotidiana.

Sin embargo, las representaciones sociales no son meras reproducciones a nivel mental de lo real, sino reconstrucciones activas de la realidad, en las que se agregan matices, acentuando algunos aspectos y eliminando otros, esto es, interpretando lo real a partir de un punto de vista individual, que se encuentra fundamentado en las experiencias anteriores, el contexto social y la visión de mundo que envuelve al sujeto.

Este planteamiento supone que las personas no solo procesan, sino que también generan la información, por lo cual no son simples reproductoras de información, sino productoras tanto de informaciones como de significados (Colina, 2000).

Lo antes expuesto evidencia la importancia de este concepto cuando se trata de explicar la construcción social de la realidad, ya que dicho concepto sirve para exponer el proceso de apropiación y generación del conocimiento del sentido común. Esto es importante, no solo porque sirve para explicar cómo y por qué las personas ven el mundo como lo hacen, sino porque estas concepciones de la realidad que las personas poseen, sirven también para establecer relaciones entre ellas y para regular de cierto modo los comportamientos de las mismas.

En el caso que nos ocupa, que es la telenovela, esta teoría plantea que una de las fuentes que determinan a las representaciones sociales son las diversas modalidades de la comunicación social, entre las que podemos incluir a los diversos medios (al transmitir valores, creencias, conocimientos y modelos de conducta) y la comunicación interpersonal, ya que, según la teoría, es en las conversaciones de la vida cotidiana donde no solo afloran las representaciones sociales, sino donde se construyen.



Según Carlos Colina, Moscovici hizo demasiado énfasis en que el lugar por excelencia en el que se forjan las representaciones sociales son las conversaciones que se dan en la comunicación interpersonal, sin embargo, este plantea que los distintos medios de comunicación también nos presentan modelos de conducta y de pensamientos, informaciones, valores y creencias que influyen en las prácticas y las visiones de la realidad de las personas. Afirma también el autor mencionado que existen sorprendentes coincidencias entre la teoría de las representaciones sociales y la perspectiva de las mediaciones, ya que en la conformación de las representaciones sociales se encontraría la información proveniente de los medios, pero también la que proviene de otras instituciones como la escuela, la iglesia, etc., y la que el propio sujeto recolecta de su experiencia cotidiana. Con lo que —al igual que en la perspectiva de las mediaciones— se estaría superando el mediacentrismo, porque la práctica con las cosas y la observación de las mismas también cuentan. Las representaciones sociales emergen en medio de mediaciones que no son solo tecnológicas, numerosos procesos influyen en los procesos sociales, porque la multicausalidad siempre estará presente en los procesos comunicacionales (Colina, 2000). Esto coincide con lo planteado en las teorías de los estudios culturales y los estudios críticos latinoamericanos de la comunicación ya mencionados.

Representaciones sociales, estereotipos de género y conformación de identidades

Para comenzar este punto debemos primero definir *estereotipo*, el cual se asume como una de las formas más frecuentes de representación social, consistente en una imagen mental, generalmente muy simplificada, de alguna categoría social (persona, institución o acontecimiento), la cual es compartida por un gran número de personas en sus categorías esenciales. Para Tajfel, “la representación social es más que el estereotipo, pero este constituye una parte importante de la representación social” (1982, p. 22, en Cruz, 2006, p. 44).

Entonces, desde el estereotipo se asignan características comunes a los miembros de un mismo grupo, marcando, al mismo tiempo, diferencias con otros. Así, cuando un sujeto es asignado a una categoría social, también se le asignan las características de esa categoría social, con lo cual se espera que piense, sienta y se comporte de forma coherente con dichas características. En vista de esto, los demás interactuarán con el sujeto de acuerdo con las expectativas que tengan de él como miembro de la categoría en cuestión. Es decir, los sujetos no son tomados como individuos, sino como parte de un grupo y son percibidos como muy parecidos entre ellos.

Lo descrito no sucede solo con las personas que no pertenecen al grupo y que lo perciben “desde afuera”, también sucede con los individuos que integran



la categoría social: la pertenencia a determinados grupos va a configurar su identidad tanto individual como grupal.

Es así como los estereotipos adscritos a las distintas categorías sociales en las que se inscriben los sujetos van a determinar la manera en la que las personas pertenecientes a dichas categorías sociales se ven a sí mismas y ven a los demás, y, por ende, cómo ven las formas de comportarse dentro de sus propios grupos y con las personas de los grupos a los cuales ellos no pertenecen. Esto es, cómo establecen su identidad tanto individual como grupal y, con ello, las características que deben poseer, cómo deben comportarse, qué papeles les corresponde desempeñar, etc.

De acuerdo con Hall (2010), los estereotipos tienen tres características fundamentales: en primer lugar, reducen, esencializan, naturalizan y fijan la diferencia entre los miembros de los distintos grupos sociales; en segundo lugar, dividen lo normal y aceptable de lo anormal e inaceptable, con lo cual excluyen lo que no encaja, lo que es diferente; y, en tercer lugar, tienden a ocurrir cuando hay grandes desigualdades de poder.

Es evidente que dentro de los estereotipos se encuentran los estereotipos de género y estos cumplen las funciones antes mencionadas específicamente en lo concerniente a las características, los roles, las formas de comportarse y de interactuar en las relaciones entre “hombres” y “mujeres”.

Es así como las representaciones sociales de género construyen la feminidad y la masculinidad como un conjunto de rasgos naturalizados y objetivados, que operan como representaciones sociales de sí, de los otros y las otras y de los grupos sociales en general, al actuar estableciendo normas y dirigiendo la acción de las personas en un sentido y no en otro, con lo cual no solo se permite la comunicación y la actuación de las personas, sino también el enjuiciamiento y la calificación de esa actuación.

Es por ello que son tan importantes para la comprensión de la constitución de las identidades tanto individuales como grupales de las personas, ya que, a pesar de que las representaciones sociales en general, y dentro de ellas las de género, no son estáticas ni inamovibles, su transformación no es sencilla, con lo cual pueden asumirse los roles, las características y los afectos de hombres y mujeres como algo natural que no puede cambiar.

Es el género el que define las posibilidades de ser, tanto en hombres como en mujeres y lo que asigna roles y posiciones sociales diferentes. Asimismo, desde el género se realizan valoraciones en relación con “lo masculino” y “lo femenino”, determinando relaciones desiguales entre ambos. Por ello, en opinión de algunos autores, el llamado sistema sexo/género ha creado históricamente



una situación de discriminación y marginación de las mujeres en aspectos económicos, políticos, culturales y sociales. Esto ocurre en los ámbitos público y privado en los que se establece una distinción muy clara y diferenciada que sitúa a los hombres en la esfera pública y productiva y a las mujeres en la esfera privada y reproductiva.

A este respecto, plantea Lamas:

Aunque hay variantes de acuerdo con la cultura, la clase social, el grupo étnico y hasta el nivel generacional de las personas, se puede sostener una división básica que corresponde a la división sexual del trabajo más primitiva: las mujeres paren a los hijos, y por lo tanto, los cuidan: ergo, lo femenino es lo maternal, lo doméstico, contrapuesto con lo masculino como lo público. La dicotomía masculino-femenino, con sus variantes culturales (del tipo el yang y el yin), establece estereotipos las más de las veces rígidos, que condicionan los papeles y limitan las potencialidades humanas de las personas al estimular o reprimir los comportamientos en función de su educación de género. (1995, p. 4).

La mayoría de los rasgos de género se producen en el proceso de socialización, el cual implica el ajuste del individuo a los modelos de conducta, a los valores y a los marcos simbólicos que fueron formulados antes de su nacimiento. Estos marcos simbólicos se convierten en modelos a seguir y son buscados como destinatarios de la identidad social. Todos los individuos hacen suyos algunos de los valores que la sociedad había establecido previamente para cada uno de los sexos.

En el caso específico de los estereotipos de género, estos presentan al menos dos niveles de conceptualización: los estereotipos de papeles de género, que designan las actividades propias de cada sexo, y los estereotipos de características de género, que designan los rasgos de personalidad que distinguen a hombres y mujeres. Ambos niveles están íntimamente relacionados, e incluso, es frecuente que los estereotipos de características cumplan la función de legitimar los papeles que se espera desempeñen hombres y mujeres en la sociedad.

En este sentido, es necesario acotar que, a pesar de que ha sido demostrada la falta de sustento empírico para la mayor parte de estas creencias sociales en torno a las diferencias de género durante los últimos treinta años en la investigación psicológica, el peso cultural de estas creencias hace que sigan estando muy arraigadas en las personas, fundamentalmente debido al principio de complementariedad de los sexos en la función reproductora. Por ello, plantea María Auxiliadora Banchs (2000), que tanto a nivel del discurso como a nivel de los comportamientos y prácticas sociales, existen aún fuertes resistencias



para aceptar la resignificación de las relaciones de identidad de género, ya que estas están ancladas en una memoria social patriarcal milenaria⁵.

Ahora bien, volviendo al tema de la telenovela y su papel como reproductora y creadora de representaciones sociales de género, debemos mencionar algunos autores que han hecho referencia al asunto en cuestión. Así, según Baczko, los medios expresan y cimientan un imaginario social que marca la distribución de los papeles y las relaciones sociales, que expresa e impone ciertas creencias comunes y que fija modelos formadores (en Mazziotti, 2006). En tal sentido, la apelación a lo afectivo de la telenovela la convierte en un vehículo privilegiado para la construcción de deseos, aspiraciones e intereses de las audiencias, junto con la regulación y control de los mismos. Es así como la telenovela funciona como una escuela de identificación de sentimientos, modales y valores, de lo que se puede decir y sentir (Mazziotti, 2006).

Mazziotti y Baczko concuerdan en que la telenovela puede ser un factor influyente en el proceso de socialización de las audiencias, con lo cual serían un vehículo de valores y creencias que establecería una plataforma normativa y valorativa como base para las dinámicas sociales. Esto es particularmente cierto en el caso de la adquisición de los elementos básicos de la identidad de género. A este respecto, plantea Gabriela Rojas:

Los procesos creativos de representación social sirven para plasmar y reforzar el orden patriarcal. La cultura de masas y los productos de entretenimiento configuran roles sociales arraigados y legitimados por las acciones cotidianas, que a través de una continua y persistente cuota de reiteración, noche a noche, tarde a tarde, con una exposición promedio de cuatro horas diarias de diferentes telenovelas, ayuda a consolidar un mensaje vestido con el mismo traje de novia. (2013, p. 188).

La idea básica que subyace a los planteamientos de los distintos autores mencionados es que en la telenovela se pueden evidenciar representaciones sociales de género que pueden guiar el comportamiento de las personas que las consumen, sus relaciones con las demás personas (hombres y mujeres) y la manera en la que se perciben a sí mismas y a los demás.

Por ello, aunque existen diferencias en cuanto a los estereotipos presentes en las telenovelas latinoamericanas, dependiendo del tipo de telenovela (rosa,

⁵ Otra autora que aborda este tema es Judith Butler, con su teoría de la *performatividad* del género, cuyos planteamientos, aunque tienen diferencias con algunos de los expuestos aquí hasta el momento, mantienen algunos elementos en común con lo planteado por los autores citados, específicamente en lo concerniente a la afirmación de que el género es una construcción social y por ende no es ni inamovible ni incambiable y adicionalmente, no está ligado por ningún tipo de lazo indisoluble al sexo de las personas.



realista, social, etc.), de la época en la cual fue hecha o del país en que se realizó, en la mayoría de los casos pueden encontrarse características similares en relación con los estereotipos y representaciones de género femenino, es decir, con la imagen de la mujer.

María Teresa Páramo Ricoy, en su investigación *Mirada de género en el aroma de las telenovelas*, afirma que, en el caso particular de México, el estereotipo dominante de belleza desde la Colonia es el europeo (la élite hegemónica y conquistadora), lo cual coincide también con una actitud de desprecio por lo indígena. Manifiesta que generalmente, la gente pobre y subordinada (desde el punto de vista social), siempre es morena, mientras que las heroínas son eminentemente blancas y muy delgadas y adicionalmente buenas, sensibles, nobles, valientes y, en la mayoría de los casos, sufridas, sacrificadas, débiles y dependientes. El caso de las villanas es opuesto al de las heroínas, ya que estas son estereotipadas como fuertes, audaces, agresivas, osadas, poderosas, independientes y, en gran número de las ocasiones “calientes”⁶, todos estos estereotipos asignados como positivos en el caso de los hombres (Páramo, 1999).

Según Páramo, las mujeres para poder ser elogiadas deben poseer las características de la heroína, ya que, el patrón de conducta femenino que se aleje de estos parámetros será sancionado con terribles castigos dentro de la telenovela y con el desprecio y el odio de los espectadores. Aunque hay casos que no encajan en el molde más tradicional, en líneas generales, estos son los estereotipos de género más representativos de las telenovelas mexicanas.

De igual modo, Rojas plantea para el caso de las telenovelas venezolanas, que “el destino matrimonio y el destino madre son dos pilares enraizados y naturalizados por la cultura, por lo tanto serán los moldeadores de personajes femeninos en cada una de las telenovelas que se transmitan” (2013, p. 184). No hay final feliz sin boda, esta es la representación del éxito de la protagonista y la redención de cualquier error cometido. Además, la protagonista debe ser virgen, pero esto en los nuevos discursos ya no se reduce a mantenerse casta y pura (puesto que esto está cada vez más alejado de las realidades de las audiencias), sino que se permite un vuelco corto y seguro: el rol de la virgen se ve personificado ahora en la madre, en tal sentido, el sacrificio por los hijos es visto como otro acto de heroísmo al cual aspirar (2013).

A pesar de ello, de acuerdo con la autora, existen grietas en el discurso, como por ejemplo *La señora de Cárdenas*, escrita por José Ignacio Cabrujas en 1977, telenovela en la cual el tema central era el divorcio de la pareja, y el mismo (el divorcio) terminó siendo el final feliz. Afirma, asimismo, que desde los años 80 se han ido agregando otros destinos a las protagonistas, como el hecho de

⁶ Para el *Diccionario Larousse ilustrado*, vulg., excitado sexualmente (2003).



que las acciones de las mismas salieran de la sala y los cuartos de una casa y se trasladaran a oficinas en las que las mujeres de las telenovelas comenzaron a trabajar. A partir de los 90, esta tendencia comenzó a ser más evidente y comenzaron a verse mujeres de distintas tallas, edades y necesidades, esto debido a la irrupción de las telenovelas brasileñas en el mercado local, cuyos temas más diversificados y personajes complejos influyeron en los gustos de las audiencias quienes comenzaron a establecer comparaciones entre las producciones tradicionales de México y Venezuela y las hechas en Brasil (Rojas, 2013).

Este breve recuento permite observar cuáles han sido, en líneas generales, los estereotipos de género presentes en la telenovela latinoamericana, a través de dos ejemplos muy representativos del género: las telenovelas venezolanas y mexicanas.

Metodología

Como puede observarse de lo expuesto hasta ahora, el objeto de estudio de esta investigación es la imagen de la mujer que se evidencia en la telenovela *Voltea pa' que te enamores*: su aspecto físico, el tipo y calidad de sus relaciones afectivas e interpersonales de toda índole, metas y aspiraciones en la vida, entre otros aspectos. Por ello, se enmarca esta investigación dentro de la metodología cualitativa, ya que comparte gran cantidad de criterios con la misma, como lo son: énfasis en aspectos cualitativos sobre los cuantitativos, carácter inductivo de la investigación, perspectiva holística del objeto de estudio y carácter idiográfico de la misma.

Para analizar la telenovela seleccionada se utilizó el análisis de contenido cualitativo, ya que, entre las características más resaltantes de esta herramienta se encuentran que indica tanto el contenido manifiesto como el contenido latente de los datos a ser analizados, se centra en la comunicación, pero no solo en el plano verbal de la misma, ya que puede ser aplicada además a materiales visuales y sonoros, pintura, fotografía, video, música, entre otros, todo lo cual en ocasiones se denomina “material simbólico”.

A diferencia del análisis de contenido cuantitativo, el paso final no se limita a la obtención de frecuencias para cada clase elaborada, sino que el alcance del mismo se enriquece de la elaboración teórica de los investigadores (surgida tanto de su experiencia previa como de los conocimientos aportados por la investigación) y del entrelazamiento de las operaciones de recolección de datos, codificación, categorización e interpretación final. Por ello, en este enfoque se pone de relieve el objetivo interpretativo de la técnica, en otras palabras, la



obtención de resultados integrales, profundos e interpretativos más allá de los aspectos léxico-gramaticales (Cáceres, 2003).

En el caso particular de esta investigación los componentes del análisis estuvieron constituidos de la siguiente manera: a) Objeto o tema: Imagen de la mujer en la telenovela; b) Unidad de muestreo: Telenovela *Voltea pa' que te enamores* (21 capítulos: los 7 primeros, los 7 centrales, los 7 finales, con un muestreo intencional para ver la evolución de los personajes a lo largo de toda la telenovela); c) Unidad de registro: (La más pequeña a estudiar) los personajes femeninos principales (protagonista, antagonista y personajes secundarios femeninos más relevantes); d) Unidad de contexto: (La de mayor contenido que establece los límites de la información a ser tomada en cuenta) las escenas donde aparecían los personajes a ser analizados; e) Las categorías de análisis se establecieron en el momento de la observación de la telenovela y después, e incluyeron: las características físicas y de personalidad de los personajes antes citados; su relación con otros personajes; la toma de decisiones en relación con su vida y sus relaciones (valores morales: fidelidad, honestidad, espíritu de sacrificio, superación personal, etc.); las manifestaciones verbales de las mismas, el entorno físico en el cual se desenvolvían. Todas las categorías tuvieron un carácter nominal, es decir solo pretendían clasificar la información, indicando presencia o ausencia del elemento y dirección a favor o en contra de algo; f) En función de las caracterizaciones de los distintos personajes femeninos analizados en la telenovela, se relacionaron dichas descripciones con los valores morales y sociales que se promueven o se infieren de las acciones de los mismos. Tal asunto se consideró fundamental porque se cree que la relación entre acciones (las formas como los personajes se interrelacionan entre sí, con el entorno, con las instituciones) y los valores que las fundamentan pudieran caracterizar tanto las imágenes de mujer como las visiones de mundo en juego dentro de la telenovela.

Por último, el procedimiento utilizado para aplicar la técnica antes citada consistió en a) la observación de los 21 capítulos seleccionados de la telenovela; b) el establecimiento de las categorías de análisis para sistematizar la información recogida; c) el análisis desde una perspectiva cualitativa de los datos obtenidos en la telenovela observada; d) la conclusión con base en el análisis de la observación.

Análisis y discusión: una historia narrada por mujeres

Aunque *Voltea pa' que te enamores* narra la historia de amor de Dileidy y Luis Fernando —jóvenes que tendrán que superar infinidad de obstáculos para poder finalmente ser felices juntos— la telenovela en cuestión no es solo el relato



de la vida de estos dos personajes, sino de un grupo de mujeres que conviven con ellos, viviendo sus propias historias.

Así tendríamos a:

Dileidy (la protagonista): La muchacha humilde, buena, noble, estudiosa, que sueña con obtener un título universitario y encontrar a su príncipe azul.

María Gracia (la antagonista): La muchacha que es capaz de hacer todo por conseguir al hombre al que quiere, incluso traicionar una amistad, porque “en el amor y en la guerra todo se vale”.

Gladys (madre de la protagonista): La mujer humilde que tuvo un sinfín de malas experiencias con los hombres y que debió criar a sus hijos sola y, sin embargo, conserva intacta su alegría de vivir y la esperanza de poder alcanzar los sueños que tuvo que posponer.

Eglée (madre del protagonista): La mujer que aparentemente lo tiene todo, pero precisamente por eso se aburre, ya que, luego de haber alcanzado todas las metas y cumplido a cabalidad con lo que se esperaba de ella, se pregunta ¿y ahora qué?

Rosita (abuela del protagonista): La señora mayor que es la voz de la experiencia.

Cristinita (hermana del protagonista): La niña malcriada y antipática, que cree tener la verdad en sus manos para juzgar y condenar a todos a su alrededor.

Pascuita (del grupo de amigas de Eglée): La que desea ser la “mujer perfecta”, la perfecta esposa y ama de casa. Felicita sería una versión más joven de este tipo de mujer.

Matilde (del grupo de amigas de Eglée): La que desea triunfar en el aspecto profesional y no tiene interés en las actividades relacionadas con el hogar ni con las ideas más tradicionales de mujer.

La Nena (del grupo de amigas de Eglée): La mujer sola y con una hija, que se queda sin dinero y está en busca de una segunda oportunidad tanto en la vida como en el amor.

Felicita (hija de Pascuita): La muchacha que solo espera el momento de casarse para ser feliz, que basa su autoestima en su apariencia física y termina desarrollando un trastorno alimenticio.



Tatianita (hija de la Nena): La muchacha de familia adinerada que luego queda en la bancarrota, consentida y malcriada, que como única aspiración desea encontrar un esposo que se haga cargo de ella.

Yuraima (cuñada de la protagonista): La muchacha pobre que sale embarazada en la adolescencia y tiene que asumir y enfrentar sola las responsabilidades que implica tener un hijo.

Para comenzar es importante mencionar que, en un principio, al parecer, no existe una única imagen de la mujer en la telenovela *Voltea pa' que te enamores*, sino varias imágenes, las cuales vienen dadas por “tipos” de mujer representados por uno o varios de los personajes femeninos principales.

Sin embargo, cuando observamos más a fondo, podemos percatarnos de que todas estas imágenes o representaciones de mujer presentes en la telenovela guardan más relación entre sí que diferencias, podríamos decir que son variaciones sobre un mismo tema. Por ello, vamos a continuación a describir estas similitudes y otras consideraciones en relación con la telenovela.

Primeramente, debemos acotar que a simple vista pareciera que esta es una telenovela que se aleja de los lugares comunes que imperan en la mayoría de los ejemplos de este género en relación con la imagen de la mujer; sin embargo, cuando se hace una revisión más exhaustiva de los contenidos presentes en la misma, podemos darnos cuenta de que sigue siendo una telenovela bastante “tradicional” en cuanto a la imagen de la mujer que se presenta y que tal vez la “frescura” que parece tener se deba al uso del lenguaje coloquial y al cambio en los escenarios y las locaciones que privilegia un poco más los exteriores.

Sin embargo, se observa que en esencia lo que prevalece en esta telenovela se asemeja significativamente a lo que presentan la mayoría de las telenovelas: en primer lugar, se hace énfasis en que el fin último de toda mujer es conseguir una pareja y que se considera como un fracaso el estar “sola” en la vida. El trabajo y hasta los hijos quedan en segundo plano, la prioridad es conseguir pareja. Esto concuerda con lo planteado por Rojas (2013) en relación con las representaciones sociales de género en las telenovelas venezolanas, donde el destino matrimonio es uno de los pilares naturalizados y enraizados por la cultura, por lo que será un moldeador de personajes femeninos en cada una de las telenovelas que se transmitan.

Esto lo observamos en las conversaciones que tienen la mayoría de los personajes femeninos estudiados, con excepción de Gladys, para quien estar sola ha sido una elección y quien, al final de la telenovela, a pesar de haber conseguido una pareja estable, decide no vivir con esta persona, sino llevar una



relación de “novios” que comparten momentos, pero viven en casas distintas, tienen su propia vida y conservan su “libertad”. Sin embargo, esta situación es vista como atípica por el resto de los personajes, para quienes es una opción muy “moderna” y de la cual vale la pena “estar pendientes a ver si funciona”.

Otra excepción la representa Matilde, quien parece darse cuenta de que ella no funciona en pareja y que puede ser feliz estando sola con sus hijos (luego de dos matrimonios fallidos), sin embargo, ella siente culpa por no tener pareja y un poco de tristeza, cuando ve a su alrededor las parejas constituidas de sus amistades y se ve sin una relación, y finalmente culmina su historia estableciendo una relación con Santiaguito, quien, por ser más joven que ella, ve la vida de un modo desprejuiciado y no tiene reparo en establecer una relación casual con ella, también como novios que no viven juntos y que no se “enrollan”.

De resto, los demás personajes femeninos concentran sus energías en conseguir una pareja con la cual casarse o mantener la pareja que ya tienen. Casos extremos son los representados por Pascuita y Felicita, pero, en líneas generales, los demás personajes femeninos en mayor o menor grado se encuentran en pos de esta misma meta: conseguir pareja y casarse con esta.

Cristinita es el único personaje femenino que termina sola en la telenovela, es decir, cuyo final feliz no implica una pareja, lo cual no significa que a lo largo de la telenovela ella no haya querido conseguir una, sino que luego de que su relación fracasara y que nacieran sus hijas, estas pasaron a ser su prioridad y ya no pensó que tener un esposo era algo importante para ella. También pudiéramos remitirnos en este caso a lo planteado por Rojas (2013), cuando afirma que el rol de la virgen ahora no se reduce a mantenerse casta y pura (sin relaciones sexuales), sino en el caso de que el personaje en cuestión ya no lo sea (casta), este rol se verá personificado en el de la madre que se sacrifica por los hijos.

Igualmente sucede en lo concerniente al trabajo. Aunque se traslada el sitio de reunión (en un porcentaje considerable) de las casas de las distintas protagonistas a su lugar de trabajo y la mayoría de las mujeres de esta telenovela trabajan, los problemas asociados con ellas no están nunca relacionados con el trabajo, los temas de conversación presentados siguen siendo las relaciones amorosas de los personajes, nunca una problemática relacionada con lo que hacen como profesionales.

Una creencia más que se ve resaltada es la de que la mujer que es “buena” tiene que serlo hasta el extremo y que amor verdadero significa anteponer los deseos y las necesidades del ser amado por sobre las necesidades y deseos propios. Estas son las características fundamentales de Dileidy, quien ayuda



a todos, es “buena” con todos, comprende las necesidades de todos y se pone en su lugar, incluso de María Gracia luego de que ella perjudicara su relación con Luis Fernando (el protagonista) para poder conquistarlo y eventualmente casarse con él.

Asimismo, como parte de este punto, se puede destacar la actitud “sacrificada” de Eglée, quien no se graduó para que su esposo Rómulo pudiera hacerlo y que, además, luego de divorciada de este, mantuvo en secreto una nueva relación con un hombre menor que ella (Santiaguito) para no hacer daño a sus hijos, especialmente a Luis Fernando, ya que Santiaguito era su mejor amigo.

Todos estos valores y creencias implican características que deben poseer las mujeres para ser consideradas buenas: la bondad, el sacrificio, la sumisión, la abnegación hacia el amado y los hijos, etc., estereotipos de género que son característicos de las telenovelas tradicionales en Latinoamérica (Páramo, 1999; Rojas, 2013) y que forman parte del paradigma patriarcal.

En relación con la apariencia física, no se hace mención explícita de la misma, salvo en el caso de Felicita y Pascuita, quienes hablan abiertamente de la cirugía cosmética como requisito indispensable para mantener a su marido y su novio “contentos” y “sin mirar para los lados”, y “La Miss” (María Gracia), a quien todas las demás temen porque “cómo se puede competir con alguien tan alta, tan bella, tan perfecta”. Sin embargo, puede evidenciarse que en la telenovela no hay personajes con sobrepeso, ni afrodescendientes, ni “feas”, en líneas generales son todas de contextura delgada, de tez blanca o morena clara y cabellos lisos y en muchos de los momentos en los que las amigas se reúnen a conversar, no es almorzando o tomando un café, sino haciendo ejercicios en las clases de yoga de La Nena. Adicionalmente, cuando Felicita comienza a evidenciar signos de tener bulimia, el mensaje que le transmiten los demás personajes es que no es verdad que esté gorda, en ningún caso que tener un poco de sobrepeso no es necesariamente negativo, a menos que se llegue al punto de que la obesidad atente contra su salud y su vida. Esto ratifica lo planteado por Morella Alvarado y Lilian Ovalle en relación con que “[...] la feminidad está vinculada no sólo a formas de comportamiento, sino también a la configuración de modelos corporales específicos” (2012, p. 43), los cuales, de no ser alcanzados, pueden llevar a la exclusión de quienes no reproducen el modelo de belleza legitimado, planteamiento que coincide con lo expuesto por Hall en relación con los estereotipos y uno de sus rasgos característicos: la exclusión de todo lo que no encaja y es diferente (2010).

A pesar de estos hallazgos, hay algunos aspectos que consideramos son positivos y contribuyen, aunque tímidamente, con la evolución del género televisivo. En tal sentido, fue positivo el esfuerzo realizado para promover una campaña de prevención del cáncer de mama, en la cual insertaron un micro



donde podía verse a las protagonistas de la telenovela alentando a las mujeres a realizarse el autoexamen de senos, todo esto en el marco del mes de la lucha contra el cáncer de mama, con lo cual utilizaron el género televisivo para algo más que entretener, es decir, para educar; sin embargo, este tipo de iniciativa solo se dio en esa oportunidad.

Otro aspecto positivo que vale la pena resaltar es que a pesar de que el mayor peso en cuanto a los logros de la mujer sigue estando en sus relaciones amorosas, también se hace hincapié en sus logros académicos. Así, la mayoría de los personajes femeninos son profesionales y ejercen su profesión, algunas ocupan altos cargos en sus lugares de trabajo y las más jóvenes se gradúan en la universidad.

Por último, dentro de los aspectos positivos está el hecho de que se haya tratado el tema de la bulimia y de la imagen corporal por un periodo considerable de la telenovela, e incluso el plantear la terapia como alternativa viable y exitosa para su solución.

Sin embargo, aunque en la telenovela se ven ciertos avances con respecto a telenovelas anteriores, seguimos observando que en su mayoría continúa manejando valores bastante conservadores en relación con los roles desempeñados por las mujeres, representaciones de género en las que todavía se la ve principalmente como una persona destinada al matrimonio y los hijos.

Podemos afirmar, entonces, que, aunque en un comienzo se pensó en la posibilidad de que las representaciones sociales de género femenino presentes en esta telenovela pudieran mostrar cierto distanciamiento de los estereotipos de género tradicionales, esto no resultó ser de ese modo. Todavía, como plantea Banchs, el núcleo central de la identidad de género sigue inamovible —la visión patriarcal milenaria— (2000), y aunque existen elementos periféricos de identidades de género emancipados (los personajes femeninos en el trabajo, ocupando altos cargos, estudiando y graduándose en la universidad, etc.), estos elementos periféricos aún hoy están en una lucha por emancipar el núcleo.

En tal sentido, concluimos que no hay varias imágenes de mujer, varios tipos de constructo de mujer, sino variaciones de un mismo tema, un núcleo central patriarcal aún, con diversidad de elementos periféricos en pugna por emanciparlo. Por lo que pudiéramos suponer que, si tomamos la telenovela *Voltea pa' que te enamores* como ejemplo representativo de la telenovela venezolana en la actualidad, todavía queda trabajo por hacer si se desea utilizar este género tan popular en Venezuela y Latinoamérica como herramienta de eduentretenimiento.



Conclusiones

Primeramente, podemos concluir que gracias al nivel de penetración que tiene la televisión en los hogares de la mayor parte del mundo, los mensajes que son transmitidos a través de esta llegan a cantidades importantes de la población en general y, adicionalmente, pueden producir un impacto en las personas en relación con la percepción de sí mismas, de los demás y de lo que los rodea y, además, de su relación con los otros y con el mundo, es decir, en la construcción social de la realidad. Por ello, siendo la telenovela uno de los géneros más populares en Latinoamérica, lo aquí planteado se aplica perfectamente a este género.

En la telenovela, se producen situaciones cotidianas en las cuales los personajes toman posición con respecto a los acontecimientos y las situaciones que se les presentan. Estas posturas y tomas de posición obedecen a unos valores, a unas creencias, unas normas de comportamiento, es decir, a unas representaciones sociales, que estos personajes transmiten —no siempre de manera explícita— a las audiencias, contengan éstas mensajes positivos o negativos.

Adicionalmente, este es un tipo de género con el cual las audiencias pueden identificarse e involucrarse a nivel emocional, por lo cual la transmisión de valores, creencias y actitudes —las representaciones sociales— que plantea pueden ser asimiladas sin mayor resistencia, puesto que son transmitidas de modo tal que el televidente siente que se entretiene y no que está siendo educado.

En este sentido, la telenovela analizada hace intentos por superar los lugares comunes presentes en las telenovelas anteriores, comenzando con la utilización de un lenguaje coloquial mucho más cercano a los televidentes que el lenguaje acartonado utilizado anteriormente y, además, muchas locaciones en exteriores, lo que también es un avance en relación con sus predecesoras. Además, busca utilizar el género para educar, específicamente en dos temas: el autoexamen para la detección temprana del cáncer de mama y la bulimia y su tratamiento. Otro aspecto positivo a resaltar es que la mayoría de los personajes femeninos son profesionales y trabajan.

Sin embargo, a pesar de que en ella se hacen los intentos antes mencionados por separarse del resto de representantes del género y ser innovadora al utilizarlo como herramienta educativa, todavía evidencia muchos lugares comunes en cuanto a las representaciones sociales de la mujer, mostrándola como alguien que, al final del día, solo desea ser madre y esposa, alguien que haría prácticamente cualquier cosa por conseguir esta meta y para quien, su vida profesional y laboral, de hecho, su crecimiento personal y los demás aspectos de su vida están supeditados al rol de madre y esposa, lo cual es en



extremo conservador —en casos específicos hasta machista—. Todos estos planteamientos se encuentran insertos dentro de la visión patriarcal.

Referencias

- Alvarado, M., y Ovalle, L. (junio, 2012). De los medios a las hipermediaciones: la mujer perfecta. *Anuario ININCO*, 1(24), 37-64.
- Alvarado, M., y Torrealba, L. (2014). *Venezuela: cultura de la violencia y tv militarista*. Anuario Obitel 2014: Estrategias de producción transmedia en la ficción televisiva. Recuperado de <https://goo.gl/2H9FkK>
- Araya, S. (2002). *Las representaciones sociales: ejes teóricos para la discusión* (Cuaderno de Ciencias Sociales 127). San José, Costa Rica: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso). Recuperado de <https://goo.gl/BEpJWa>
- Banchs, M. (2000). Representaciones sociales, memoria social e identidad de género. *Revista Akademo*, 2(1), 58-76.
- Bisbal, M. (2005). *Televisión, pan nuestro de cada día*. Caracas: Alfadil Ediciones.
- Cáceres, P. (2003). Análisis cualitativo de contenido: una alternativa metodológicamente alcanzable. *Psicoperspectivas. Revista de la Escuela de Psicología*, 2, 53-82. Recuperado de <https://goo.gl/YqXRPx>
- Colina, C. (abril-junio, 2000). De las teoría(s) de las representaciones sociales a las mediaciones. Críticas desde el enfoque constructivista. *Revista Comunicación*, (110).
- Cruz, F. (2006). *Género, psicología y desarrollo rural: la construcción de nuevas identidades. Las representaciones sociales de la mujer en el medio rural* (Serie Estudios). Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Subsecretaría. Secretaría General Técnica. Recuperado de <https://goo.gl/13AMmR>
- Guerra, I. (s. f.). *La telenovela: arquetipos dramáticos, publicidad y propaganda*. Recuperado de <https://goo.gl/1io5hJ>
- Hall, S. (2004). Codificación y descodificación en el discurso televisivo. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, (9), 210-236. Recuperado de <https://goo.gl/r7kHdH>



- Hall, S. (2010). *Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Instituto de Estudios Peruanos. Instituto de Estudios Sociales y Culturales. Pensar. Universidad Javeriana. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Eduardo Restrepo, Catherine Walsh y Víctor Vich (editores). Enviñ editores. Primera edición, agosto. Recuperado de <https://goo.gl/aerXvf>
- Lamas, M. (1995). *La perspectiva de género*. Revista de Educación y Cultura de la sección 47 del SNTE. N° 8, Guadalajara. México. Recuperado de <https://goo.gl/QN7hpG>
- Lozano, J. (1997). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México, D. F.: Alhambra Mexicana.
- Martín-Barbero, J. (1987). Televisión, melodrama y vida cotidiana. *Signo y Pensamiento*, 6(11), 59-72. Recuperado de <https://goo.gl/YsUxLH>
- Martín-Barbero, J. (abril, 1991). Dinámicas urbanas de la cultura. Ponencia presentada en el seminario *La ciudad: cultura, espacios y modos de vida*, Medellín, abril de 1991. *Revista Gaceta de Colcultura*, (12). Recuperado de <https://goo.gl/NEzfQh>
- Martín-Barbero, J., y Muñoz, S. (1992). *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Mazziotti, N. (2006). *Telenovela: industria y prácticas sociales*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Ortiz-Boza, M. (2007). Estereotipos masculinos y femeninos en una campaña de planificación familiar desde el modelo de las representaciones sociales de Moscovici. *Ra Ximahi*, 3(2), 307-324. Recuperado de <https://goo.gl/KZUG7p>
- Páramo, M. (enero-junio, 1999). Mirada de género en el aroma de las telenovelas. *Revista Iztapalapa*, 45, 261-278. Recuperado de <https://goo.gl/N3oeqr>
- Pérez, M. (julio-diciembre, 2012). Edu-entretenimiento: estrategia comunicativa para la promoción de los derechos sexuales y reproductivos de los adolescentes en Montería-Córdoba. *Anagramas*, 10(21), 123-132. Recuperado de <https://goo.gl/HD4LN7>



- Pineda, M. (2004). *Las ciencias de la comunicación a la luz del siglo XXI*. Maracaibo: La Universidad del Zulia, Vicerrectorado Administrativo, Maracaibo.
- Pascual, E. (Coord. Ed) (2003). *El Pequeño Larousse Ilustrado*. Caracas: Ediciones Larousse Venezuela.
- Rojas, G. (julio-diciembre, 2013). Mujeres de telenovela: la otra en el espejo. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, 18(41), 175-188.
- Sanabria, C. (s. f.). Estructura narrativa de las telenovelas: de las transnacionalizadas a las literarias. *Revista Comunicación*. Recuperado de <https://goo.gl/Sr6s4C>
- Verón, E., y Escudero, L. (1997). *La telenovela, ficción popular y mutaciones culturales*. Barcelona: Ediciones Gedisa.