

Las telenovelas como generadoras de estereotipos de género: el caso de México*



Martha Estela Pérez García**
Sandra Adriana Leal Larrarte***

Recibido: 2017-05-27 Enviado a pares: 2017-05-30
Aprobado por pares: 2017-06-18 Aceptado: 2017-07-05
DOI: 10.22395/angr.v16n31a7

Resumen

Las telenovelas han contribuido a la reproducción de los estereotipos de género que se introducen en el imaginario colectivo como una normalidad. Sus historias representan mujeres con roles pasivos, víctimas de discriminación, violencia, sexualidad y cosificación. El objetivo de este artículo es analizar cómo los estereotipos contribuyen al mantenimiento del sistema sexo-género como un constructo cultural inequitativo. El método utilizado para su elaboración fue una investigación documental con datos y testimonios sobre los papeles que juegan los sujetos femeninos en las telenovelas. Uno de los hallazgos a destacar es la persistencia de interpretaciones poco apegadas a la realidad, que no dan cuenta de la transformación de los roles de la vida moderna. Entre las conclusiones más significativas de este artículo hay que señalar el escaso compromiso de las televisoras para contribuir al cambio cultural presentando a mujeres reales como protagonistas de sus historias.

Palabras clave: estudios de género; telenovela mexicana; nación; desigualdad; sistema sexo-género; violencia simbólica; educación con medios; ley de medios; discriminación positiva.

* Artículo de investigación proveniente del proyecto "Violencia simbólica y participación política de las mujeres", el cual se ha trabajado en las ciudades como Juárez en México, Armenia en Colombia y Torino en Italia.

** Doctora en ciencias sociales, profesora-investigadora de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (México), dirige la línea Género, seguridad humana y convivencia social. meperez@uacj.mx

*** Magíster en Ciencias de la Comunicación, docente-investigadora de la Universidad del Quindío (Colombia), líder del grupo Semióticas de Ficción en la línea de Semiótica y narrativa. sanarida70@gmail.com

Soap operas as generators of gender stereotypes: the case of Mexico

Abstract

Soap Operas have contributed to the reproduction of gender stereotypes that are introduced in the collective imagination as a normality. Their stories represent women with passive roles, victims of discrimination, violence, sexuality, and reification. The objective of this article is to analyze how stereotypes contribute to the maintenance of the sex-gender system as an inequitable cultural construct. The method used for its elaboration was a documentary investigation with data and testimonies about the roles played by female subjects in soap operas. One of the findings to be highlighted is the persistence of interpretations little attached to reality, which do not account for the transformation of the roles of modern life. Among the most significant conclusions of this article is the lack of commitment of television stations to contribute to cultural change by presenting real women as protagonists of their stories.

Keywords: gender studies; Mexican soap opera; nation; inequality; sex-gender system; symbolic violence; media education; media law; positive discrimination.

As telenovelas como geradoras de estereótipos de gênero: o caso do México

Resumo

As telenovelas contribuem para a reprodução dos estereótipos de gênero que são introduzidos no imaginário coletivo como uma normalidade. Suas histórias representam mulheres com papéis passivos, vítimas de preconceito, violência, sexualidade e coisificação. O objetivo deste artigo é analisar como os estereótipos promovem a manutenção do sistema sexo-gênero como um construto cultural desigual. O método utilizado para sua elaboração foi uma pesquisa documental com dados e depoimentos sobre os papéis que os sujeitos femininos desempenham nas telenovelas. Um dos achados que se destaca é a persistência de interpretações pouco atreladas à realidade, que não dão conta da transformação dos papéis na vida moderna. Entre as conclusões mais significativas deste artigo, há o escasso compromisso dos canais de televisão para contribuir para a mudança cultural apresentando mulheres reais como protagonistas de suas histórias.

Palavras-chave: desigualdade; discriminação positiva; educação com meios; estudos de gênero; lei de meios; nação; sistema sexo-gênero; telenovela mexicana; violência simbólica.

INTRODUCCIÓN

El México posrevolucionario requería de un modelo de reinterpretación de la historia, de la realidad y de las instituciones sociales. También necesitaba los medios a través de los cuales los mensajes de reinterpretación tuvieran un alcance masivo. De manera que la ideología estatal se sostuvo en un proyecto de nación que descansaba en los periódicos, la radio y primordialmente en la televisión, mismos que promovían la imagen democrática y de modernidad (Lizaur, 2014) que se quería transmitir al mundo.

Principalmente la televisión fue usada por el Estado como alguna vez se utilizaron ciertas manifestaciones artísticas como el cine y el muralismo. El compromiso, según lo dice Lizaur (2014), consistía en crear o engrandecer personajes ante la audiencia y anular o mostrar negativamente a los que se opusieran al progreso de la nación. Aquellos comportamientos considerados antisociales no podrían ser mostrados según la agenda oficial de contenidos.

Esto contribuyó a que se generaran representaciones desapegadas de la realidad social, mismas que conformaron una visión parcial del mundo. Entre los tipos ideales promovidos estaba la construcción cultural de género orientada por modelos de comportamiento, imagen, roles e identidades que las mujeres y los hombres debían seguir, el cual debía ser apegado a la moral, buenas costumbres y todo aquello que demandaba el conservadurismo de la sociedad mexicana.

De manera que los medios reprodujeron la desigualdad entre hombres y mujeres a través de los estereotipos de género, influyendo negativamente desde las edades más tempranas en la construcción de la propia personalidad y asumiendo como real el modelo social normalizado de desigualdad, discriminación y violencia de género (García *et al.*, 2014).

Este artículo tiene el objetivo de reflexionar sobre la imagen estereotipada de las mujeres en las telenovelas a través de la teoría de género. Muestra cómo la alianza del Estado con las productoras de las teleseries anuló la imagen de las mujeres en las pantallas para convertirlas en seres pasivos y sexuados.

Las interrogantes que se intentan resolver van orientadas a tres cuestiones básicas: ¿Cuáles son los estereotipos de género aplicados a las mujeres en las telenovelas mexicanas? ¿De qué manera los cambios de las estrategias políticas y económicas aplicadas a los canales de televisión han influenciado la mirada que tienen sobre la mujer? ¿Cómo ha afectado la imagen de la mujer el desarrollo de políticas de género?

El artículo se divide en cinco apartados: el primero se denomina "El género y sus elementos conexos"; en este se atraen tres principales conceptos para la reflexión: género, violencia simbólica y estereotipos de género. Refiere a la construcción del género como eje modelador de la desigualdad social, a la violencia simbólica como aquella que se deriva de hábitos adquiridos que constituyen, estimulan prácticas de presión y sujeción hacia las mujeres, y a los estereotipos de género como los tipos ideales relacionados con la discriminación, los prejuicios en función del poder y del estatus.

La segunda parte se denomina "Las telenovelas en México: un apoyo al proyecto de nación". Refiere los inicios de la televisión en el país, las circunstancias políticas bajo las cuales se crea el proyecto y la complicidad con los empresarios.

La tercera lleva por título "Las mujeres en las telenovelas como arquetipos ideales"; ofrece un recorrido reflexivo sobre la representación de las mujeres en las telenovelas por más de medio siglo.

La cuarta parte denominada "Las leyes, los medios y la discriminación de género" muestra que no hay leyes elaboradas específicamente para vigilar la discriminación de género en la televisión, ya que las que existen solo tocan de manera ínfima la problemática. Para concluir, *Las reflexiones finales* argumentan sobre el reto de los medios de generar una ciudadanía mediática reflexiva y pro activa ante la discriminación, la inequidad y la violencia.

La *metodología* para la realización de este artículo se centró en una investigación documental de recopilación de datos y de testimonios sobre las telenovelas en México, especificando su influencia en los estereotipos de género.

EL GÉNERO Y SUS ELEMENTOS CONEXOS

A las formas de las relaciones entre hombres y mujeres se les denomina procesos de formación de género. El género se entiende como la organización social entre los sexos, y sus relaciones, así como el papel que las mujeres o los hombres tienen en una sociedad determinada. Dichas interacciones entre los sexos se convierten en una categoría social, es decir, en una construcción social dada en un tiempo, un espacio determinado, en una relación condicionada y predeterminada por la biología (Entel, 2004).

El género tiene que ver con las simbolizaciones atribuidas al hecho de ser varón o mujer en cada cultura. Significa que lo que determina la identidad y el comportamiento de género no es el sexo biológico, sino el hecho de haber vivido desde el nacimiento las experiencias, ritos y costumbres atribuidos al sexo femenino o masculino (Entel, 2004).

La idea general del concepto de sexo en relación con el género, consiste en que el primero queda determinado por la diferencia sexual inscrita en el cuerpo, mientras que el género se relaciona con los significados que cada sociedad le atribuye. El mundo en que vivimos está lleno tanto de señales como de mensajes que sitúan a hombres y mujeres en distintos espacios (doméstico, laboral, relacional, geográfico, etc.) con distintas asignaciones de roles. Desde el mismo instante en que una niña o un niño vienen al mundo, incluso antes de nacer, se les colocan etiquetas que definen su futuro (Entel, 2004).

Los ideales de género configuran estereotipos, y la transgresión a los mismos implica sentimientos de culpa que marcan profundamente, solo que no suelen ser procesos conscientes por lo que no se reflexiona sobre ello. De los varones se espera que sean los proveedores y protectores; en cambio, de las mujeres, que sean madres, esposas y cuidadoras del bienestar físico-emocional de la familia. Para la mujer las dificultades son

mayores, toda vez que tienen que subsistir en escenarios dominados por los esquemas de poder masculino induciendo a la exclusión femenina (Pérez, 2011).

Estas circunstancias que significan para Lagarde (1994) la expropiación de las mujeres implican que cada uno de los géneros adquiera en la sociedad actividades productivas, reproductivas, intelectuales, afectivas, eróticas y políticas inmodificables; de esta forma, el cuerpo sexuado se convierte en la base sobre la que se construye o se disciplina. Para el género femenino particularmente se da lugar a la opresión porque se le restringe, se le controla, se le circunscribe a lo materno, a lo conyugal, en definitiva a la familia. Esto permite que la interdependencia entre los géneros fluya con el sometimiento de las mujeres en relación con los hombres, puesto que ellos estructuran el mundo a partir de las relaciones de género apropiándose del lado público-productivo para ejercer el dominio, así como el control de la vida de los sistemas económicos, sociales, culturales y políticos.

La relación género-cuerpo no se inscribe socialmente bajo una uniformidad porque tiene peculiaridades distintivas como la raza, la edad, la sexualidad y la clase social. Estos elementos son indicadores que jerarquizan la condición social de las mujeres al crear diferencias entre ellas y definir su poder de incidencia política y social, de forma que es bajo estas condicionantes que se organiza la sociedad (Scott, 1997).

Identidad de género

Ante estos marcajes el individuo concibe su existencia social a través de la identidad de género. Si bien la identidad¹ es el resultado de las características particulares que posee cada individuo o grupo. Estas diferencias no solo se dan entre los sujetos o las colectividades, también existen entre los géneros, es decir, el sexo femenino y el masculino poseen experiencias peculiares relacionadas con sus vivencias que están marcadas por el estatus desigual en que se desarrollan socialmente.

Podemos entender la identidad de género como la auto-percepción que construye cada individuo conforme a lo que su cuerpo representa socialmente, y la identidad sexual como la expresión social-sexual de cada sujeto. Tanto la identidad de género como la identidad sexual constituyen la guía de comportamiento y autoconcepción de cualquier individuo, sea mujer u hombre. Es bajo estos preceptos que se determinan las desventajas con que el sexo femenino es concebido, así como el marcaje social que produce un estatus de desequilibrio en las relaciones entre los sexos, es decir, lo concerniente a las mujeres queda comprendido en un estado de sometimiento que se percibe como un asunto natural (Pérez, 2011)

Tal como lo mencionaba Entel (2004), los estereotipos constituyen creencias generalizadas atribuidas a mujeres y a hombres a través de una percepción sesgada que se recibe de la familia, los medios de comunicación e incluso, de la escuela.

¹ La identidad queda entendida como un proceso de movimiento y transformación que reúne características que distinguen y diferencian a un sujeto o a un grupo (Lagarde, 1992).

Los rasgos asociados a los hombres están relacionados con la independencia, la lógica, la actividad física, la ambición, la confianza en sí mismos y la objetividad. Mientras que los rasgos relacionados con las mujeres tienen que ver con la dulzura, la locuacidad, el interés por la apariencia o la necesidad de seguridad. Tradicionalmente se han considerado positivos los rasgos masculinos, mientras que los femeninos son considerados negativos. Obviamente esta visión está sesgada, pero es la que se transmite habitualmente a través de los medios de comunicación (García, *et al.*, 2014).

Estereotipos de género

Los ciudadanos recibimos constantemente estereotipos de género en los diferentes medios de comunicación y los percibimos como algo natural (Mateos, 2007). En este sentido, la televisión es uno de los medios de información y movilización de la opinión pública más poderosos (Núñez, 2005), a través del cual se transmiten numerosos estereotipos como mecanismos de poder.

Los estereotipos de género van más allá de una simple categorización o división social, ya que pueden hasta definir la ocupación de ambos sexos. Se relacionan con la discriminación, el prejuicio en función del poder y el estatus. Es común ver en la publicidad a las mujeres en papeles familiares o de dependencia, casi siempre como objeto decorativo y exaltando su sociabilidad más que su competencia. En cambio los hombres son exaltados como independientes y en ámbitos públicos (Ganahl, *et al.*, 2003).

La telenovela, por su parte, sigue el mismo formato que la publicidad en cuanto a la representación de las mujeres. Las dóciles son ubicadas en espacios domésticos, mientras que a las antagonistas se les observa en espacios públicos como a los hombres; sin embargo, contrario a ellos se caracterizan por ser seres carentes de moral y de poder público.

Por otra parte, teniendo en cuenta que el concepto central de la telenovela siempre es el amor, el papel de la mujer generalmente se relaciona con ser "rescatada" de su realidad (la pobreza) por un hombre exitoso. Es por esta razón que el matrimonio que se representa casi siempre al final de la novela ocurre en sectores pujantes de la ciudad. "Claramente la plenitud del amor no está en un escenario popular", afirman Betty Martínez *et al.* (2006, p.71)

Las telenovelas regularmente hacen énfasis en el público femenino. Sus contenidos priorizan los personajes de las mujeres construyendo o reproduciendo estereotipos ideales de género. El espacio por definición de los espectadores de las telenovelas mexicanas lo envuelve un carácter doméstico, porque los horarios, la programación, las condiciones de vida familiar, la capacidad de acceso a un televisor y la novedad del producto promueven que la práctica se oriente a un acto compartido entre varias personas, pero hacen hincapié en la figura femenina, tanto en sus argumentos como en su auditorio (Ramírez, 2015).

Violencia simbólica

Radl (2011) indica que "Los medios de comunicación de masas modernos producen en realidad una violencia simbólica contra las mujeres" (p. 2). Esta noción de naturaleza sociológica fue acuñada por Bourdieu, para referirse a la reproducción de una cierta ideología carismática tendente a naturalizar las relaciones desiguales de poder donde los dominados aceptan irrestrictamente una ideología concreta como una especie de destino moral (Amaya y Amaya, 2014).

En este mismo sentido Bourdieu (2000) se refiere a la jerarquización de los géneros como violencia simbólica. Esta se ejerce a través de esquemas de percepción, de apreciación y de acción porque se imponen como una cuestión natural gracias a su internalización en las estructuras sociales, la división sexual del trabajo y las percepciones de los individuos. En este proceso de división de los sexos se crean esquemas de pensamiento al igual que del ejercicio de poder, de tal forma que parecieran ser un asunto natural. Mientras que los varones trabajan para mantener o aumentar su capital simbólico, las mujeres son tratadas como objetos de intercambio que circulan como signos de alianzas en el capital masculino.

Esta condición de sometimiento se deriva de los enfoques y los discursos que dirigen las relaciones interpersonales, sociales e institucionales. De estas dimensiones es que se derivan esquemas discursivos benéficos para el sistema de dominación masculina que generan espacios, situaciones e individuos investidos o carentes de poder, según el lugar en que se ubican los unos y las otras en la estructura social.

El lenguaje constituye un elemento que se convierte en una fuente de fuerza que se incrusta en las relaciones sociales como una condición que organiza, construye, condiciona y sujeta a los individuos. Melucci (1999), al hablar sobre las sociedades complejas, menciona la existencia de códigos que se aceptan como reglas normales que se vuelven formas de poder y de dominio.

Cuando no se tiene de parte del Estado, ni de las instituciones que lo conforman una visión de género y una conciencia sobre lo que esto implica, se coloca en posición de vulnerabilidad a las ciudadanas por la naturalización de este desequilibrio de poder y su distribución inequitativa, porque son ellas quienes resienten de primera instancia esta falta de sensibilidad y responsabilidad social.

De estas circunstancias de sometimiento, vulnerabilidad y discriminación se derivan los enfoques de los discursos que dirigen las relaciones interpersonales, sociales e institucionales, los cuales no solo generan esquemas discursivos benéficos para el sistema de dominación masculina, también conforman espacios, situaciones y sujetos investidos o carentes de poder. Sin duda, las telenovelas se convierten en uno de los medios que promueven este sistema discursivo que abona a la inequidad social al igual que a la cultural.

Las telenovelas en México: un apoyo al proyecto de nación

Antes de entrar en el tema de las telenovelas en México, es preciso explicar el objetivo socio-cultural que envuelve a la telenovela como fenómeno masivo en Latinoamérica. Dicho género se ha auto adjudicado el deber de reproducir, ampliar y re-contextualizar los sistemas cognitivos ya existentes (Martínez, *et al.* 2006), determinando de muchas maneras la autopercepción y la percepción sobre los demás. Actúa bajo la lógica de la simplificación, representando categorías básicas del pensamiento social.

La televisión en los países latinoamericanos puede ser vista como institución-medio-cultura-lenguaje-referente, pero sobre todo una televisión-mercado y una televisión-política (Hernández, 2004). En México la televisión nació como una industria pujante y prometedora que se convirtió en referente de la ciudadanía para construir esquemas tanto de comportamientos sociales, como de prácticas culturales.

En 1949 cuando se elaboró el reglamento para el funcionamiento de la televisión en México, se estipuló que el Gobierno haría uso de la televisión con fines sociales, culturales, además de comerciales. Pero fue hasta el siguiente año que El Diario Oficial de la Federación publicó el decreto que fijó las normas a que se sujetarían las estaciones de Televisión (Sánchez, 1991).

El nacimiento de la televisión como un decreto presidencial marcó la complicidad entre el Estado y las élites empresariales. Se interpreta como una alianza camaleónica entre el poder representado por los regímenes priistas y personajes de la cúpula empresarial (Hernández, 2004).

Para 1957 se produjo la primera telenovela mexicana denominada *Senda prohibida*. Con esta teleserie inicia una industria que situó a México como uno de los principales productores de telenovelas y un referente cultural en Latinoamérica.

En lo que se refiere a las telenovelas, las empresas negociaron los contenidos con el Gobierno. Esto significó repetición de historias rosas con contenidos lineales que no exigían proceso de información de la teleaudiencia, nada que pudiera excitar la ira de los representantes gubernamentales, dice Lizaur (2014).

La competidora de este monopolio, TV Azteca, surgió casi cuarenta años después con la privatización de la empresa de televisión pública Imevisión (1993). En su etapa inicial TV Azteca produjo telenovelas con argumentos controvertidos y aceptación (Martínez, *et al.*, 2007) de la teleaudiencia. La primera novela *Nada personal* la produjo en colaboración con Argos Comunicación. La historia inauguró una etapa porque salió de los relatos acartonados que producía Televisa. Había temas de amor, violencia, narcotráfico y corrupción; con ello inició oficialmente una competencia avalada por los televidentes.

Argos es una productora independiente mexicana que surgió en los años 90. Se convirtió en un referente de cambio en la producción de telenovelas por la libertad de expresión que manejan sus historias, la originalidad, el estilo mestizo de sus protagonistas y la búsqueda constante del quiebre de los estereotipos de género.

Las mujeres en las telenovelas como arquetipos ideales

Las telenovelas se convirtieron en el plato principal del menú televisivo en Latinoamérica, y por supuesto en México, donde ocupan el segundo lugar entre los programas más vistos. El fútbol *soccer* ocupa el primer lugar, las películas el tercero y el cuarto los eventos especiales. Sin embargo, se puede elevar a las telenovelas sin problema al primer lugar de audiencia, debido a que son "un constructo cultural que responde a necesidades de los espectadores que responden a un horizonte cultural compartido" (Quispe, 2005, p. 2).

Según la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales en Radio Televisión e Internet, elaborada por el Instituto Federal de Telecomunicaciones en 2016, se encontró lo siguiente: los programas favoritos de los mexicanos en la televisión abierta son los noticiarios con un 56%, las telenovelas con 47%, las películas con 42%, las series con 29% y los deportes con 28% (IFT, 2016).

Durante una investigación realizada por Aimé Vega, auspiciada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), se analizaron cerca de 544 horas de programación de las televisoras mexicanas. Se encontraron 983 representaciones de violencia contra mujeres y niñas, más del 30% de esos casos registrados desde anuncios publicitarios y el resto en telenovelas (234 casos), programas de revista y concursos, noticiarios, películas, series, caricaturas, entre otros. En el argumento de las telenovelas se observó cómo se repetían siempre las mismas historias, se normalizaban el maltrato y la discriminación hacia las mujeres que eran insultadas, golpeadas, violadas y asesinadas (Barrera, 2015).

El modelo de mujer que presentan los medios mexicanos está construido sobre el modelo de la mujer caucásica y responde a un estereotipo hipersexual, es decir, se presenta un exceso de aquellos atributos o rasgos psicosociales que denotan la sexualidad de la mujer. Según este modelo, en el color pálido de la piel reside parte importante de la belleza. La televisión mexicana refleja la marcada fragmentación que hay al nivel social, así como la segregación sexista, racial y/o económica que sustenta al sistema en perjuicio de la multiculturalidad y la libertad identitaria (Herrero, 2013).

Pero, cómo es posible que las telenovelas incidan culturalmente en la sociedad. Explican Martínez *et al.* (2006) que la reiteración de unos valores sobre otros, la alta representatividad que se les da a los grupos sociales populares, el uso y el abuso de la tragicomedia diaria, contrario a los deseos iniciales de los gobiernos que apoyaron su creación no ayudaron el cometido de generar una visión igualitaria de la sociedad. Las historias muestran apego a la moral cristiana, el sufrimiento como valor, el bien sobre el mal, la justicia de la bondad del pobre sobre la maldad del rico, todo aquello que implique los valores que debe guardar una familia mexicana (Charlois, 2011).

Las telenovelas representan un modelo melodramático, sentimentalista, maniqueísta y moralista. Son historias que hacen difícil alcanzar, mantener o recuperar el amor; sin

embargo, al final el sentimiento supera tiempo, distancias, todo tipo de vicisitudes y desgracias, siguiendo la regla del desenlace feliz (Charlois, 2011).

Entre los componentes de una telenovela tenemos la trama que se entrelaza con el juego de las clases sociales y de raza. Los escenarios ubicados en ciudades o rancherías son contextos ostentosos con mansiones lujosas, y su contraparte, viviendas ubicadas en las periferias con lo indispensable para la sobrevivencia. Los individuos que participan en la trama se dividen por el color de piel y el vestuario contrastante que va del mayor lujo a la escasez. El sujeto moreno, precario, sin educación, con un trabajo mal remunerado, se distingue del individuo de piel blanca, educado, dueño o alto ejecutivo de una empresa exitosa.

Las protagonistas de las historias, suelen ser morenas, pobres y virginales que se guían bajo estrictas reglas morales, regularmente carecen de profesión y están a la espera de ser rescatadas por el protagonista masculino. En cambio, las antagonistas suelen ser mujeres con recurso económico alto, profesionistas exitosas, de piel blanca, ambiciosas, con maldad extrema, moral distraída y mente maquiavélica para causar problemas por la disputas amorosas en que se sumergen.

La telenovela fue concebida pensando en la mujer porque tradicionalmente se encargaban de cuidar la casa y se suponía que contaban con mayor tiempo libre para ver los programas de televisión. Se daba por descontado que el esposo estaba trabajando fuera del hogar y que la mujer, más *propicia* a compartir y revelar sus sentimientos, disfrutaría de estas series (García y García, 2015).

Evolución temática de la telenovela

Desde la primera historia transmitida en la televisión hasta la actualidad hemos visto una serie de tramas muy parecidas, sobre todo en el marcaje de los roles de género de los sujetos femeninos.

Las telenovelas mexicanas debutan en la segunda mitad de los años 50 con *Senda prohibida* (1957): narra la historia de Nora, una mujer pueblerina y ambiciosa que roba el marido a una buena mujer, aunque finalmente recibe su castigo. Luego vino *Gutierritos* (1958): un hombre bondadoso, amable, trabajador, maltratado no solo por la mujer sino por los hijos. Le siguió *Teresa* (1959): mujer bella e inteligente, pero interesada y traicionera. Con *El derecho de nacer* se cierra una etapa (1966): María Elena queda embarazada y su hijo desaparece, de manera que decide entrar a un convento donde purga sus pecados, para más adelante reencontrarse con su vástago.

Estas producciones eran claras en el manejo del mensaje: las mujeres que no mantienen un comportamiento socialmente aceptable reciben un castigo. Se repitieron las historias con moraleja sobre actitudes, comportamientos y roles que deben seguir los sujetos femeninos. Las mujeres de las historias que actuaron *mal* ante la sociedad recibieron finalmente un escarmiento por trasgredir los roles marcados; en cambio, a las que permanecieron en sus hogares llevando una vida de familia nadie las toca.

Otra tipo de telenovelas que se han producido son las históricas, aunque poco, debido a que suelen ser costosas aún con el patrocinio gubernamental. La primera novela (1965) *Maximiliano y Carlota* representaba al primero como un hombre bello y heroico, en cambio, Benito Juárez lucía con marcados rasgos indígenas y con aires de villano. Con *La Tormenta* (1967) y *El carruaje* (1962) se cuidó del personaje y se presentó a Benito Juárez bajo una versión menos indígena, por así decirlo. Le siguieron *Los caudillos* (1968) y *La Constitución* (1970) con María Félix, única telenovela que hizo la actriz. Continuaron las producciones con *La Tierra* (1974) que abordó la guerra cristera. *Senda de gloria* (1988), *El vuelo del águila* (1994) y *La antorcha encendida* (1996), narrando la vida de Porfirio Díaz. Tampoco estas novelas dejaron atrás las intrigas y con el afán de hacerse más atractivas incluyeron entre sus capítulos pasión y amor (Charlois, 2011).

Al arrancar la década de los setenta se promovió un estilo de telenovela denominado entretenimiento educativo o educación recreativa, cuyo propósito fue modificar o corregir patrones de conductas sociales conectando con el televidente a través de mensajes de superación personal. La historia *Simplemente María* (1970), una campesina que llega a la ciudad y se convierte en una exitosa diseñadora de moda, generó una respuesta masiva tanto en el consumo de máquinas de coser, como en la inscripción a clases de costura (García y García, 2015).

Destacan producciones como *Ven conmigo* (1976) que abordó el tema de la educación adulta con mucha aceptación². *Acompáñame* (1977), *Vamos juntos* (1979) y *Caminemos* (1980) giraban en torno a la planificación familiar (García y García, 2015). Estas últimas tres producciones reflejaban la violencia intrafamiliar, la pobreza y el machismo entre las familias pobres mexicanas; asimismo, retrataron las problemáticas a las que se enfrenta una madre cuando tiene un gran número de hijos³. Pero, si bien las producciones traían aires de cambio, sus mensajes mantenían un contenido machista puesto que no promovían la responsabilidad reproductiva como un asunto de la pareja, sino del sujeto femenino.

Aunque el tema de la religión en México es sumamente difícil de tratar, las telenovelas se aventuraron en representarlas. A mediados de los años setenta se realizó *La vida de San Martín de Porres* (Fray Escoba) (1973). De hecho, la única historia de tema religioso autorizada fue la última versión de la vida de San Martín de Porres: *El Cielo es para todos* (1979). La telenovela infantil *Mundo de juguete* (1974 a 1977), la más extensa hasta la actualidad, mostraba a la protagonista acudiendo a un colegio de monjas en un país y momento en el que los religiosos(as) tenían prohibido vestir hábito y enseñar en las escuelas (Lizaur, 2014).

² En el caso de México con unas estadísticas que cifraban el analfabetismo en la mitad de la clase trabajadora, *Ven conmigo* superó los objetivos del programa de educación adulta iniciado modestamente por el Gobierno mexicano. De 99 mil adultos registrados en la escuela, la población ascendió a 300 mil, un día después de la emisión del último capítulo. En un año 900 mil personas se inscribieron en total (García y García, 2015).

³ El promedio de hijos en la década de los setenta era de siete u ocho por cada mujer y actualmente el promedio es de 2.5. El Gobierno hizo una campaña muy fuerte principalmente por televisión que denominaba *La familia pequeña vive mejor*. Tuvo tal incidencia en el televidente que logró bajar los índices de natalidad (Universia México, 2011).

Las siguientes décadas, las de los 80 y los 90, repitieron los mismos esquemas de novela rosa, pero las historias se concentraron en protagonistas muy jóvenes y con dudoso talento artístico. La mayoría de ellas sustituyó el talento por la belleza y se inauguró la etapa de las cirugías estéticas de cuerpo y cara, fijando así el prototipo de belleza que la mujer mexicana no posee, más bien un estilo anglosajón al que somos completamente ajenas la mayoría de la teleaudiencia.

De la mujer sumisa a la mujer violenta

Casi para finalizar el siglo Argos produjo *Mirada de mujer* (1997): la historia de María Inés, mujer madura que se enamora y relaciona con un hombre joven, alimenta a las audiencias cansadas de los mismos esquemas. Rompe con los estereotipos de jóvenes estrellas que solían ser las protagonistas y con los melodramas rosa de la televisión mexicana. Presenta personajes femeninos con problemáticas comunes a las audiencias que estaban frente al televisor: divorcios, noviazgos, drogas, embarazos no deseados, infidelidades, aborto, homosexualidad, etc.

Esta telenovela queda en la historia por varias razones: su contenido inusual del que ya se habló en el párrafo anterior. Su nivel de teleaudiencia que por primera vez tiene ventaja sobre la principal productora mundial de melodramas: Televisa. *Mirada de mujer* superó en *rating* a su competidora con 25.8 puntos sobre los 23.3 que alcanzó la telenovela *María Isabel* en el Canal 2, según datos Compañía Brasileña de Medición, Televisiva (IBOPE), mientras que otra empresa, A. C. Nielsen, les da 29.2 y 21.63 a las mismas telenovelas, respectivamente. Algo que hay que destacar fue que la audiencia de la telenovela no cambiaba de canal cuando terminaba el capítulo, seguían con la transmisión del noticiero nocturno y esto contribuyó a agregar *rating* al noticiero estelar de TV Azteca Hechos. Otro elemento a agregar es la diversificación de la inversión publicitaria en televisión, ya que por décadas no existió la competencia en la televisión comercial; los empresarios se mostraron dispuestos por aparecer en espacios diversos a Televisa (Fadul, *et al.*, 1997).

El nuevo siglo vio con asombro una nueva representación de la modernidad, novelas inspiradas en personajes del narcotráfico, a las que Televisa, ni Tv Azteca se adaptaron ya que seguían abordando historias que muy poco tocaban la realidad del México violento. Las narco-telenovelas surgieron en su mayoría de productoras norteamericanas-hispanoparlantes, que contrataron actores de Latinoamérica, principalmente de México. Las más exitosas han sido *La Reyna del Sur*, *Camelia la Texana*, *El señor de los cielos*, *La Viuda Negra*, *el Cartel de los Sapos*, *La Querida del Centauro*, por nombrar algunas. Se han producido también otras que no contienen temas de narcotráfico como *Doña Bárbara* y *Eva la Trailera*, pero igual manejan temas de violencia y proponen una imagen de mujeres bellas e indomables.

Estas producciones presentan mujeres poderosas, insumisas, ambiciosas, la mayoría de ellas atraídas al ejercicio de la violencia por alguna injusticia que padecieron en su vida. Si bien las vemos situadas en el espacio público ejerciendo su libertad de decisión y de acción, resulta que son mujeres atractivas, con un vestuario sexualizado

que las cosifica como sujetos femeninos. Sin embargo, en rarísimas ocasiones se les representa como mujeres exitosas ejerciendo una profesión o un oficio, más bien son sujetos que consiguieron el éxito a través del ejercicio de la violencia, el terrorismo, los crímenes, etc.

La autora Herrero (2013) refiere un proceso colonizador en la narrativa visual, la cual se puede analizar desde una perspectiva de género con el objetivo de concienciar sobre la desigualdad que sufren los grupos más oprimidos y con menor visibilidad y representación en la televisión. Atrae la discusión de la representación femenina bajo un análisis de género, clase, raza, así como la influencia del discurso colonizador impuesto en la representación mediática de otras identidades: el modelo de la mujer blanca y occidental.

La representación de la mujer mexicana está construida sobre un patrón eurocéntrico y anglosajón que impone una imagen que funciona como canon a escala global y que excluye de los medios a las mujeres de otras razas. Según Rosa Inés Curiel Pichardo, en su artículo *Crítica poscolonial desde las prácticas políticas feministas antirracistas*, tanto en la sociedad mexicana como en el resto de América Latina ha existido desde hace varias generaciones una política tanto cultural como social de blanqueamiento de la raza, así como la creencia devastadora e injusta de que existe una supremacía blanca. Los medios han mostrado un sistema de dominación, por lo tanto también de subordinación clasista y racista que afecta tanto a hombres como a mujeres; en las imágenes que presentan se puede percibir la dominación masculina, la sumisión femenina, los estereotipos y roles de género, el sexismo y el racismo (Herrero, 2013).

Monitorizando los principales canales televisivos, así como otros medios, se observa, según Herrero (2013) la ausencia de mujeres morenas o indígenas (al igual que en el caso de los hombres). El estereotipo de mujer que representa la televisión y los demás medios es el de la mujer blanca, si es morena aparecerá con algún rasgo occidental o reproducirá el estereotipo europeo y anglosajón de lo latino. ¿Dónde están las otras mujeres en un país donde el porcentaje de mujeres morenas es superior al de mujeres blancas? Lo que es visible en todo esto es que existe un proceso colonizador en la imagen o en las representaciones de la mujer mexicana que afecta a todas las producciones culturales. Este fenómeno está arraigado en todos los niveles de las esferas públicas, mediática y política, es tan cotidiano que pasa desapercibido.

El nuevo siglo abrió un camino a la excepción en cuanto a la representación de los sujetos femeninos. La productora Argos en Cadena Tres mantiene contenidos que dignifican la imagen de la mujer con historias apegados a la realidad. Se observan en las tramas mujeres independientes y profesionistas que hacen libere ejercicio de la sexualidad sin la necesidad de una pareja estable. Agrega también un tema tabú en México: la homosexualidad. De las más destacadas tenemos *Las Aparicio* (2010): tres hermanas y la madre, mujeres exitosas que conviven en familia y ninguna tiene un matrimonio exitoso. El sexo débil (2011) un hombre homosexual y casado que convive en una familia machista que le dificulta reconocer su sexualidad.

Amaya y Amaya (2014) refieren unas categorías para examinar la forma en que los medios de comunicación presentan a las mujeres, ya sea en un programa, una campaña de publicidad o las telenovelas:

- Atributos físicos: parte visible de la figura femenina relacionados con la edad, el fenotipo y la apariencia personal
- Valores y característica: proyección que se hace en el comercial de la parte intelectual, exitosa o el dinamismo físico
- Tareas y funciones: posición pública o privada que desarrolla en el comercial, telenovela o programa en que interviene
- Posición dentro del comercial: rol que le es asignado
- Grado de correspondencia: esta categoría implica el grado (bajo, medio, alto) en que el producto está dirigido al sector femenino

Las categorías de Amaya R. y Amaya Z. llevan a la reflexión sobre la situación de las mujeres en los medios y la discriminación que hay hacia ellas, sin importar que sean bellas, viejas, amas de casa o profesionistas; al final de cuentas y tarde o temprano la inequidad las toca a todas, gracias a este sistema que naturaliza la idea de que padecer subordinación es cuestión biológica y natural.

Las leyes, los medios y la discriminación de género

Desde los años 70, feministas en organizaciones como la Unesco hablaban de cómo los medios de comunicación contribuían a reforzar la visión estereotipada de las mujeres en la sociedad al manejar discursos en programas, series y comerciales, donde se les relegaba a los papeles de madres y esposas sobre el de cualquier otro⁴ (Barrera, 2015)

Casi cuarenta años después la Red de Investigadoras por la Vida y la Libertad de las Mujeres realizó una iniciativa enfocada en la Ley de medios proponiendo una perspectiva de género, entre las cuales se pedía (Barrera, 2015):

- Mayor participación de las mujeres en los medios de comunicación
- Garantizar legalmente que los contenidos en medios promuevan los derechos humanos de las mujeres
- Que el otorgamiento de concesiones esté condicionado por criterios sobre discriminación positiva de género.
- Impulsar la concienciación de los medios
- Observatorios ciudadanos de medios con perspectiva de género.

⁴ (Barrera, 2015)

En México existe Comunicación e Información de la Mujer A. C. (CIMAC), una institución multimedia que funciona desde 1988 y promueve en los medios de comunicación un nuevo punto de vista sobre la condición actual de las mujeres en México y en el mundo, vinculado con los principios de equidad, justicia social y democracia (Barrera, 2015).

El Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres), mediante una investigación en 2006, reconoció que si bien desde los 70 la presencia de las mujeres en los medios de comunicación había crecido notablemente, eso no significaba un cambio estructural en los contenidos y el enfoque de las noticias que se transmiten. Es decir, que aunque miremos en la televisión (o cualquier otro medio) a una mujer empresaria, sexualmente más libre, su imagen será explotada siempre y principalmente en términos de su sexualidad y de su apariencia física. Además, el Inmujeres concluye que, aunque en parte ya se representa a las mujeres como más autónomas y libres, eso hace contraste con el aumento de estrés, agotamiento, depresión y otras enfermedades en las mujeres, resultado de la exigencia de convertirse en las *súper mujeres*, la imagen promovida por los medios (Barrera, 2015).

El Inmujeres afirmó que los estereotipos e imágenes que transmiten los medios se arraigan profundamente en la mente de los públicos y perduran en el tiempo, por lo cual es importante entonces atender y cambiar los contenidos que, lejos de coadyuvar a la erradicación de la violencia de género, la perpetúan y estimulan (Barrera, 2015).

En México no hay disposiciones claras para erradicar la violencia en los contenidos que se transmiten o reproducen en los medios de comunicación electrónicos e impresos: es la conclusión a la que llegó un grupo de investigadores pertenecientes al Centro de Estudios para el Adelanto de las Mujeres y la Equidad de Género de la Cámara de Diputados (Sandoval, 2012).

Tampoco existen sanciones para los medios que incluyan en sus contenidos escenas violentas o estereotipadas, ni lineamientos que obliguen a la promoción de los derechos humanos de mujeres y niñas. Apenas algunas disposiciones relacionadas con ese tema en diversos ordenamientos, pero son francamente poco respetadas, aseguran en un estudio de 39 cuartillas titulado: "La Violencia contra las Mujeres en Medios Electrónicos e Impresos" (Sandoval, 2012).

Los investigadores parlamentarios aseguran que en México los medios de comunicación juegan un doble papel en relación con la violencia hacia las mujeres: por un lado, son un espejo que refleja la violencia estructural que padecen, y por el otro, contribuyen a perpetuar la misma, a partir de la promoción de estereotipos de género, contenidos ofensivos, discriminatorios y degradantes (Sandoval, 2012).

Los medios de comunicación han sido señalados como una institución con una responsabilidad central en la discriminación y erradicación de la violencia contra las mujeres, en consecuencia, en la realización de sus derechos humanos (Vega, 2014).

La importancia expresa de las industrias de la comunicación en el impulso de los derechos humanos de las mujeres fue colocada en la agenda de las Naciones Unidas y

se materializó en la Conferencia Mundial de la Mujer de Beijing, en 1995. En la Plataforma de Acción de la Conferencia, fue incluido el Capítulo j, "Mujeres y Medios de Difusión", que establece una serie de recomendaciones a los Estados miembros, organismos de derechos humanos, propietarios de medios de comunicación, empresas de publicidad y asociaciones de profesionales de la comunicación, con el fin de que (Vega, 2014):

- Examinen las consecuencias de la reproducción de estereotipos sexistas en los contenidos y adopten medidas para eliminar esas imágenes negativas, con miras a promover una sociedad basada en los principios de igualdad y respeto, esenciales para el desarrollo y la paz de las naciones
- Impulsen la participación de las mujeres como propietarias de estas industrias y como productoras de contenidos, que alienten a las personas responsables de producir los contenidos a que establezcan directrices y códigos de conducta profesionales.
- Sensibilicen sobre la importante función de los medios de comunicación respecto de informar y educar a la población acerca de las causas y los efectos de la violencia contra las mujeres, así como de estimular el debate público sobre el tema.

Si bien el Estado mexicano había suscrito estos acuerdos, hasta hace muy poco tiempo no se habían llevado a cabo acciones concretas que alentaran a los medios de comunicación desde el marco jurídico, a contribuir en la erradicación de la violencia contra las mujeres en todas sus formas y a respetar la dignidad de las mujeres (Vega, 2014).

Es la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida libre de violencia (2007) la que por primera vez involucra a los medios de comunicación y establece de manera clara una serie de recomendaciones.

A la vista de lo expuesto, ¿en qué medida los medios de comunicación han estado dispuestos a sumarse a esta lucha? Si respondemos a esta pregunta de Vega, veríamos que el Gobierno, aunque promulga leyes, hace muy poco por incidir en los medios en favor de los derechos de las mujeres y vigilar los contenidos que estimulan los estereotipos femeninos. Su ausencia es la consecuencia de la violencia estructural que refleja el racismo, el sexismo y el clasismo, tanto dentro como fuera de la televisión.

Esa alianza que dominaba el Estado a sus inicios, cincuenta años después cambió y actualmente pasó de cazador a presa. Los medios en México adquirieron un poder extraordinario y esa alianza política, que en un principio les adjudicó un papel pasivo, hoy es activo; actualmente gozan no solo de dinero, también de poder para incidir en las agendas gubernamentales. Finalmente la televisión-mercado se impuso sobre la televisión-política.

Reflexiones finales

El objetivo de este artículo es la reflexión sobre cómo se construyeron los estereotipos en las telenovelas. La trayectoria es larga, llevamos medio siglo observado sujetos femeninos

que van de la pasiva a la seductora, de la bondad a la maldad, de la pobreza a la riqueza, pero siempre actuando como sujetos irracionales, no pensantes y no reflexivos.

¿Daña esto a las mujeres? Si se observan como una simple trama que no forma parte de la realidad, algunos(as) dirían que no; pero realmente lo que observamos se incorpora en el imaginario social, tal como lo reflexionaron autores(as) aquí citados.

Cómo incidir para que los medios trabajen en promover imágenes diferentes de las mujeres a las que hasta ahora presentan. Es necesario retratar la diversidad y la pluralidad de las mujeres que conformar el país y mostrarnos tal y como somos, eliminando estereotipos de género. Hacen falta representaciones de mujeres libres, que toman decisiones, que se responsabilizan por sí mismas, que son felices con o sin familia, con o sin hijos, sin dejar de ver aquellas que viven con su pareja y mantienen relaciones equitativas, o aquella diversidad de familias que existen, pero que nadie observa, y dejar de insistir en un modelo único de mujer, en los arquetipos que nos marcan en el color de piel, en las facciones, en el cuerpo y en la delgadez como algo significativo para éxito o el fracaso.

Con ese poder social que tienen los medios, el reto es dejar atrás los prejuicios y generar una ciudadanía mediática que sea reflexiva y pro activa.

Una de las principales recomendaciones que emerge a partir del análisis realizado es sugerir a las autoridades y a los dueños de los canales que revisen y actualicen la aplicación de políticas de género enfocadas a los derechos del libre desarrollo de hombres y mujeres.

También se recomienda a las instituciones educativas, especialmente a las dedicadas a la enseñanza de producción de contenidos en medios masivos, adelantar asignaturas y prácticas en las que se profundice en el tema de los derechos de las mujeres enfrentándolos al reconocimiento de los estereotipos que actualmente aparecen no solo en los medios sino arraigados en la cultura.

Es necesario que los medios asuman su responsabilidad educativa, especialmente en lo que se refiere a las telenovelas y, por lo tanto, aportar nuevas tendencias narrativas donde se valore a la mujer, pero también a la comunidad LGBT.

Es importante que en los medios se creen comités de ética que trabajen activamente en conjunción con el gobierno y las instituciones pro derechos de la mujer, para que organicen y velen por la implementación de las políticas de género.

En ese mismo sentido, es necesario que se promuevan organizaciones con capacidad de incidencia política que estén pendientes de la evolución y progreso de los derechos, así como de cualquier comunidad en riesgo, para que sus valores y su representatividad sean respetados.

Referencias bibliográficas

Amaya, R. y Amaya, Z.: (2014). Violencia simbólica hacia las mujeres en imágenes publicitarias de medios televisivos venezolanos. Recuperado el 22 de octubre de 2016, Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5527463>

- Barrera, A.: (2015) La imagen de la mujer en los medios es la misma desde los setentas. Recuperado 22 de junio de 2016, Lado B: <http://ladobe.com.mx/2015/06/la-imagen-de-la-mujer-en-los-medios-es-la-misma-desde-los-70s/>
- Bourdieu, P.: (2000) Sobre la televisión. Barcelona: Anagrama,
- Charlois A. (2011) De la historia de la telenovela a la telenovela histórica. Las características del formato de telenovela a través del desarrollo de la industria televisiva. Recuperado el 01 de octubre de 2016, Folios N.º 26. Disponible en <https://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/viewFile/11158/10234>
- Entel, R.: (2004) Mujeres En Situación De Violencia Familiar. Buenos Aires: Espacio Print.
- Fadul L., Fernández F. y Solís B.: (1997). Mirada de Mujer. Recuperado el 30 de marzo de 2017, Nexos: <http://www.nexos.com.mx/?p=8655>
- Ganahl, D., Prinsen, T. y Netzley, S. (2003). A content analysis of prime time commercials: A contextual framework of gender representation. *Sex Roles*. Recuperado el 20 de octubre de 2016, Spriger Link: <https://link.springer.com/article/10.1023/A%3A1025893025658>
- García J. y García Q.: (2015). El entretenimiento educativo en las telenovelas. Recuperado el 2 de octubre de 2016, Revista Internacional de Humanidades, V. 4, N.º 1: <http://journals.epistemopolis.org/index.php/humanidades/article/view/736/305>
- García, R., Aguaded, J. y Rodríguez, A. (2014). Propuesta de alfabetización mediática ante los estereotipos de género en los medios de comunicación; Resultados y valoración de "Rostros de Mujer". Recuperado el 17 de octubre de 2016, Fundación iS+D para la Investigación Social Avanzada: http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/numeros/13/secciones/abierta/a_03_alfabetizacion_mediatica.html
- Hernández, F.: (2004). Historias de la televisión en América Latina. Recuperado el 26 de octubre de 2016, Comunicación y Sociedad: http://www.publicaciones.cucs.h.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/1_2004/184-191.pdf
- Herrero, A.: (2013). La representación de la mujer en la televisión mexicana. Recuperado el 19 de octubre de 2016, Cuadrivio: <http://cuadrivio.net/artes/la-representacion-de-la-mujer-en-la-television-mexicana/>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones, IFT: (2016). Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales en Radio, Televisión e Internet (Comunicado 86/2016). 01/04/2016. Recuperado el 1 de abril de 2017, Instituto Federal de Telecomunicaciones: <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/el-ift-da-conocer-la-encuesta-nacional-de-consumo-de-contenidos-audiovisuales-en-radio-television-e>
- Lagarde, M.: (1994) Democracia genérica. Red latinoamericana de educación popular entre mujeres. México, D. F.: REPEM-México y mujeres para el diálogo.
- Lizaur, B. (2014) Ángeles sin alas: políticas del contenido en la telenovela Mexicana, 1957-1997. Recuperado el 9 de octubre de 2016, Medios Mejores que Ganen más. Better and More Profitable Media: <http://www.mediosmejoresqueganemas.org/especializados/angeles-sin-alas-politicas-del-contenido-en-la-telenovela-mexicana-1957-1997>
- Martínez G., Francisco J., García, R., Eduardo y Menchaca, A. (2007). *Cambios y modificaciones legislativas: repercusiones en la oferta y el contenido audiovisuales en México*. Recuperado el 14 de octubre de 2016, Redalyc/Comunicación y Sociedad: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34600803>
- Martínez, B., Muñoz, C. y Asqueta, M.: (2006) Érase una vez...Análisis crítico de la telenovela. Bogotá: Uniminuto.
- Mateos, R.(Coo):(2007) La presencia de estereotipos en los medios de comunicación. Análisis de la prensa digital española. Recuperado el 15 de octubre de 2016, La suma de todos: <http://www.madrid.org/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application/pdf&blobheadname=ContentDisposition&blobheadvalue=file name%3Dmujer+en+medios+digitales.pdf&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1158619524568&ssbinary=true>

- Melucci, A.: (1999) *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. México, D. F.: El Colegio de México.
- Navarro, M. y Martín M.: (2013). Análisis bibliométrico de la investigación sobre mujer y publicidad: diferencias en medios impresos y audiovisuales. Recuperado el 23 de octubre de 2016, Comunicar: www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=41&articulo=41-2013-10
- Núñez, S.: (2005) Género y televisión. Estereotipos y mecanismos de poder en el medio televisivo. Recuperado el 23 de octubre de 2016: Comunicar: <http://www.redalyc.org/pdf/158/15825092.pdf>
- Pérez, M. (2011) *Luchas de arena: las mujeres en Ciudad Juárez*. Ciudad Juárez: UACJ.
- Quispe, R.: (2005) *Pathos, ethos y catarsis: la telenovela latinoamericana como apoteosis del melodrama*. Recuperado el 28 marzo de 2017, Academia.edu: https://www.academia.edu/1104198/_Journal_Essay_Pathos_Ethos_y_Catarsis_la_telenovela_latinoamericana_como_apote%C3%B3sis_del_melodrama._?auto=download
- Radl R.: (2011) *Medios de comunicación y violencia contra las mujeres. Elementos de violencia simbólica en el medio televisivo*. Recuperado el 29 de marzo de 2017, Revista latina de Sociología: http://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/12003/RLS_1_2011_art_6.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramírez, L.: (2015). La hora de la Tv: incursión de la televisión y la telenovela en la vida cotidiana de la Ciudad de México (1958-1966). Recuperado el 27 de octubre de 2016, Colmex Historia Mexicana Vol. 65 N.º1: <http://historiamexicana.colmex.mx/index.php/RHM/article/view/3137/2544>
- Sánchez, E. (1991). *Hacia una cronología de la televisión mexicana*. Recuperado el 25 de octubre de 2016, de Comunicación y Sociedad: <http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/1667>
- Sandoval F.: (2012) Los medios de comunicación en México discriminan a las mujeres: Estudio. Recuperado el 8 de octubre de 2016, Animal Político: <http://www.animalpolitico.com/2012/03/los-medios-de-comunicacion-en-mexico-discriminan-a-las-mujeres-estudio-legislativo/>
- Scott, J.: (1997) El género: una categoría útil para el análisis histórico. En Lamas Martha (Coo.) *El Género: la construcción cultural de la diferencia sexual* (p. 265-301). México, D. F.: PUEG/UNAM.
- Universia México: (2011) *Estructura de las familias mexicanas ha cambiado*. Recuperado el 10 de octubre de 2016, Universia México: <http://noticias.universia.net.mx/en-portada/noticia/2011/06/27/840417/estructura-familias-mexicanas-ha-cambiado.html>
- Vega, A.: (2014). El tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación. Recuperado el 19 de octubre de 2016, Comunicación y Medios: <http://comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/viewArticle/30332>