

**ANÁLISIS DE LA REPRESENTACIÓN DE LA IMAGEN FEMENINA EN LA
TELEVISIÓN COLOMBIANA ENTRE 1990 Y 2010**

Daya Marcela Arboleda Acosta

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Profesional en Comunicación Social

2019

**ANÁLISIS DE LA REPRESENTACIÓN DE LA IMAGEN FEMENINA EN LA
TELEVISIÓN COLOMBIANA ENTRE 1990 Y 2010**

Daya Marcela Arboleda Acosta

Director

Frank Soto Ocampo

Trabajo de investigación como requisito para optar al título de:

Profesional en Comunicación Social

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Profesional en Comunicación Social

2019

Dedicatoria

Por el apoyo incondicional y respaldo que me han brindado en cada etapa de mi vida, dedico este logro a mis padres y hermana.

Resumen

La investigación pretende registrar desde diferentes áreas del lenguaje la representación de la imagen femenina mostrada en la televisión colombiana a través de las telenovelas en los últimos años, exactamente desde 1990 hasta el 2010.

Busca realizar un registro de la representación de la imagen femenina desde una comparación entre el contexto manejado en la telenovela colombiana y la relación entre las representaciones planteadas, con la imagen real de la mujer en la sociedad. Teniendo en cuenta los diferentes cambios y transformaciones sociales que han permitido a la mujer asumir diferentes comportamientos en la sociedad.

El objetivo general de esta investigación será analizar las representaciones de la imagen femenina mostradas en las telenovelas colombianas desde el año 1990 hasta el año 2010.

Se plantea desde un diseño cualitativo y de diseño retrospectivo, buscando ir de lo general a lo particular, se utilizarán herramientas como el análisis documental, análisis audiovisual y análisis contextual, mismos que permitirían la recolección de datos que aportara a creación de documentos que contribuyan de manera significativa tanto para académicos como para personas de la sociedad en general.

Esta investigación busca establecer los conocimientos necesarios para dar claridad a las diferencias entre como se ha proyectado la imagen de la mujer en la televisión colombiana y como esta imagen está relacionada con las transformaciones sociales del país. De igual manera se busca esclarecer cual o cuales han sido las

influencias sociales, culturales y políticas que han contribuido a la transformación de esta imagen en la televisión colombiana.

Palabras Claves: Estéticas femeninas; sexualización; representaciones; estereotipos.

Abstract

The research aims to register from different areas of language the representation of the female image shown on Colombian television through soap operas in recent years, exactly from 1990 to 2010.

It seeks to make a record of the representation of the feminine image from a comparison between the context handled in the Colombian telenovela and the relationship between the representations raised, with the real image of women in society. Taking into account the different changes and social transformations that have allowed women to assume different behaviors in society.

The general objective of this research will be the recorder of the representations of the female image represented in Colombian soap operas from 1990 to 2010.

They are raised from a qualitative design and retrospective design, seeking to go from the general to the particular, tools such as documentary analysis, audiovisual

analysis and contextual analysis will be used, which would allow the collection of data that contribute to the creation of documents that contribute significantly for academics as well as for people in society in general.

This research seeks to establish the knowledge necessary to clarify the differences between how the image of women has been projected on Colombian television and how this image is related to the social transformations of the country. Similarly, it seeks to clarify qualitative or what have been the social, cultural and political influences that have contributed to the transformation of this image in Colombian television.

Keywords: Female aesthetics; sexualization representations; stereotypes.

Tabla de contenido

1. Aspectos Generales del Problema	11
2. Línea y tema de investigación	13
3. Descripción y formulación del problema	14
4. Sistematización del problema	17
5. Justificación	18
6. Objetivos	22
6.1 Objetivo general	22
6.2 Objetivos específicos	22
7. Marco Referencial	23
7.1 Antecedentes	23
7.2 Marco Teórico	28
7.3 Marco Conceptual	30
8. Tipo de estudio e investigación	35
9. Diseño Metodológico	37
10. Procesamiento de la información	39
11. Método de investigación	41
12. Análisis Documental	42
13. Análisis Audiovisual	47
13.1 Análisis de la Narrativa	47
13.2 Lenguaje no verbal	57
13.3 Lenguaje Verbal	68
14. Comparación	74
14.1 Comparación 1: María Cortes de Chávez - Teresa Suarez	74
14.1 Comparación 2: Patricia Cardoso - Beatriz Pinzón Solano	76
14.1 Comparación 3: Doris Salcedo - Norma Elizondo Acevedo, Sara Elizondo Acevedo, Sara Elizondo Acevedo	79
14.1 Comparación 4: Claudia Mosquera – Cristina Oviedo	81
15. Herramientas y técnicas	85
16. Resultados	86
17. Conclusiones	89
18. Referencias	91

Tabla de ilustraciones

Tabla 1. Análisis Audiovisual de la categoría narrativa de la telenovela Café con aroma de mujer (1990).	48
Tabla 2. Análisis Audiovisual de la categoría narrativa de la telenovela Yo Soy Betty la Fea (1999).	50
Tabla 3. Análisis Audiovisual de la categoría narrativa de la telenovela Pasión de Gavilanes (2001).	53
Tabla 4. Análisis Audiovisual de la categoría narrativa de la telenovela Los Caballeros las Prefieren Brutas (2010).....	55
Tabla 5. Análisis Audiovisual de la categoría lenguaje no verbal de la telenovela Café con aroma de mujer (1990).....	57
Tabla 6. Análisis Audiovisual de la categoría lenguaje no verbal de la telenovela Yo Soy Betty la Fea (1999).....	60
Tabla 7. Análisis Audiovisual de la categoría lenguaje no verbal de la telenovela Pasión de Gavilanes (2001).....	64
Tabla 8. Análisis Audiovisual de la categoría lenguaje no verbal de la telenovela Los Caballeros las Prefieren Brutas (2010).....	66
Tabla 9. Análisis Audiovisual de la categoría lenguaje verbal de la telenovela Café con aroma de mujer (1990).....	68
Tabla 10. Análisis Audiovisual de la categoría lenguaje verbal de la telenovela Yo Soy Betty la Fea (1999).	69
Tabla 11. Análisis Audiovisual de la categoría lenguaje verbal de la telenovela Pasión de Gavilanes (2001).....	71
Tabla 12. Análisis Audiovisual de la categoría lenguaje verbal de la telenovela Los Caballeros las Prefieren Brutas (2010).....	72
Tabla 13. Análisis Audiovisual de la categoría comparación de la telenovela Café con aroma de mujer (1990).....	75
Tabla 14. Análisis Audiovisual de la categoría comparación de la telenovela Yo Soy Betty la Fea (1999). 78	78
Tabla 15. Análisis Audiovisual de la categoría comparación de la telenovela Pasión de Gavilanes (2001).	80
Tabla 16. Análisis Audiovisual de la categoría comparación de la telenovela Los Caballeros las Prefieren Brutas (2010).....	83

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1. Café con Aroma de Mujer, capítulo 1.	58
Ilustración 2. Café con Aroma de Mujer, capítulo 6.	59
Ilustración 3. Yo Soy Betty la Fea, capítulo 18.	61
Ilustración 4. Yo Soy Betty la Fea, capítulo 78.	62
Ilustración 5. Yo Soy Betty la Fea, capítulo 130.	63
Ilustración 6. Pasión de Gavilanes, intro.....	65
Ilustración 7. Pasión de Gavilanes, capítulo 85.....	65
Ilustración 8.Pasión de Gavilanes, capítulo 7.....	65
Ilustración 9. Los Caballeros las Prefieren Brutas, capítulo 25	66
Ilustración 10.Los Caballeros Las Prefieren Brutas, capítulo 1.	67

Introducción

La investigación plantea un análisis que pretende conocer cuál es la representación que ha tenido la imagen femenina planteada en la televisión Colombiana a través de las telenovelas, teniendo en cuenta que esta representación son construidas en parte por los canales de televisión de acuerdo a sus intereses y lo que ellos consideran más conveniente y por otra parte de acuerdo a los parámetros sociales, culturales y políticos de los consumidores de dichas telenovelas.

Las telenovelas producidas y emitidas por algunos canales de televisión colombianos, exponen estéticas, discursos y narrativas audiovisuales diferentes, mismas que se pueden establecer socialmente como representaciones.

La investigación es de tipo Explicativa, es decir, la profundidad y el alcance del estudio buscan analizar, reflexionar e inferir sobre el diseño y la construcción estratégica de las representaciones visuales que las telenovelas entregan a sus consumidores.

Se orienta hacia la construcción de conocimientos sobre cuál fue el manejo que se le dio a la representación de la imagen femenina en transcurso del año 1990 hasta el 2010, cómo evolucionó y que cuál fue el nivel de fidelidad de esta representación en la televisión colombiana con relación a la imagen real de la mujer de cada época. Dicho nivel de fidelidad será establecido con los resultados de la investigación, ya que las telenovelas son un conjunto de elementos basados en el contexto del país, contextos foráneos y la ficción.

1. Aspectos Generales del Problema

El Trabajo de Grado pretende analizar el discurso de signos y de símbolos, tanto de la oralidad (lingüístico textual) y la gestualidad (lingüístico kinésico) y los de imagen (vestuario de los protagonistas) de algunas telenovelas entre el año 1990 hasta el año 2010, para establecer cómo a través de este formato televisivo se construían las representaciones femeninas que consumían las mujeres y los objetivos que tenían los mensajes comunicacionales dirigidos a las mujeres, estableciendo formas de expresión que se distribuían y reproducían generando el contexto discursivo social, cultural y político donde éstas se movían.

Inicialmente es fundamental definir para los lectores el término telenovela, la cual es una “forma artístico-televisiva de producción cultural, es una expresión del sistema social en el cual se genera, reproduciendo los cánones de ficción televisiva junto con los modelos de comportamiento característicos de su lugar y su época” (Riasole Raimondi, 2011, pág. 2).

Con esta investigación se busca definir cuáles eran esos modelos de comportamiento y si respondían a las características de la época en la que fueron transmitidas, además develar cuál era la intención de los mensajes comunicacionales de dichas telenovelas.

Para llevar a cabo este análisis se han seleccionado cuatro producciones nacionales, mismas que son: *Café con Aroma de Mujer* de 1992, *Betty la fea* de 1999, *Pasión de Gavilanes* de 2003 y *Los Caballeros las prefieren brutas* del 2010. Estas

producciones fueron elegidas debido a que todas cuentan con personajes femeninos que tienen una imagen muy definida y con características predominantes.

Esta investigación pretende abordar la forma en que la imagen femenina es moldeada definiendo diferentes representaciones y la forma en que estos obedecen y se insertan a las normas sociales, culturales y políticas de cada época.

Mismas representaciones que son concebidas por el Sistema de Gestión de Equidad de Género (2011) como “una imagen social compartida por un grupo, el cual define de manera simplista a las personas a partir de convencionalismos o informaciones desvirtuadas que no toman en cuenta sus verdaderas características, capacidades y sentimientos” (p.25) es decir que hacen parte de una construcción social y que en el caso de las telenovelas pueden ser moldeado de acuerdo a los intereses de quienes las realizan, estableciendo de esta manera un canon de cómo se supone deberían ser las cosas.

La imagen femenina representada en la televisión actualmente genera muchos debates, porque se plantea que dicha imagen denigra y sexualiza el cuerpo femenino de tal manera que es concebido como un objeto, pero es importante conocer ¿cuál era la representación de la imagen femenina años atrás? ¿Solo ahora se presenta el cuerpo femenino como un objeto? ¿Cuál era la imagen que brindaban los estereotipos representados en la televisión 20 o 30 años antes?

2. Línea y tema de investigación

Línea: *Desarrollo Humano y Comunicación*

La investigación “Análisis De La Representación De La Imagen Femenina En La Televisión Colombiana Entre 1990 Y 2010” se enmarca bajo la línea de investigación de *Desarrollo Humano y Comunicación*, donde el objeto y tema de investigación se centra en registrar y analizar los patrones de representación transmitidos por parte de los canales de televisión mediante la producción y reproducción de las telenovelas colombianas, reflexionando sobre la fidelidad de dichas representaciones planteadas con relación a la imagen femenina real de la mujer colombiana.

Sublínea: *Lenguajes y Estéticas Cotidianas*

La sublínea de investigación se enmarca en *Lenguajes y Estéticas Cotidianas*, esto, debido a que el principal objeto de estudio son el lenguaje verbal y no verbal de las figuras femeninas en las telenovelas colombianas y la representación que estas hacen de la imagen femenina colombiana

3. Descripción y formulación del problema

La hipótesis que se plantea al respecto es la siguiente: la representación de la imagen femenina en la televisión Colombiana ha evolucionado de acuerdo las necesidades de la televisión misma y de manera conjunta con los parámetros o necesidades sociales, culturales y políticas de cada época.

La pregunta de investigación es: ¿Cuál ha sido la representación de la imagen femenina en la televisión colombiana entre el año 1990 y el año 2010, en relación con la imagen real de la imagen femenina colombiana?

Como diagnóstico se puede manifestar que, son múltiples las razones que conllevan a que las mujeres representadas en la televisión se vean de una determinada manera y aunque actualmente la sexualización de la imagen femenina es mayor, está siempre ha existido, por consiguiente es fundamental examinar cual ha sido la evolución de esta situación, ya que en gran parte es desconocida o simplemente no se le da suficiente importancia a este tema. Es indispensable conocer la razón de ser de las cosas, especialmente si estas están directamente relacionadas con aspecto de nuestro diario vivir, tal como lo es la imagen femenina representada en la televisión.

El propósito de esta investigación es conocer cuál era la imagen de las mujeres en la sociedad de acuerdo a la representación de está en la televisión colombiana durante la década de 1990 hasta el 2010 y como estaba relacionada con el contexto social, cultural y político del país en cada época, realizando una comparación directa entre lo que pasaba en el país y el prototipo de la imagen femenina.

Esta investigación permitirá hacer una revisión de la representación de la imagen femenina en diferentes épocas, de tal manera que se evidenciaran similitudes y diferencias entre unas y otras, las cuales proporcionarán elementos que contribuyan a establecer las relaciones entre pensamientos y acciones culturales que hacen que la sociedad sea como la conocemos.

Mediante el análisis de la representación de la imagen femenina en la televisión se pueden establecer características de mujeres de diferentes épocas ya que estudia la fidelidad de la misma, y la forma en que dicha representación es aceptada por el público en gran medida porque se identifican con características y valores socialmente aceptables y que son dignos de ser imitados:

Una vez llegados a este punto hay que preguntarse por qué un determinado personaje se convierte en popular. La respuesta es que se produce una identificación, positiva o negativa, con el público, con especial énfasis en la primera. Y esta identificación a mi juicio se establece a través de tres tipos de personajes: arquetipos, símbolos y mitos. Estos personajes aplicados a la mujer, no solo encuentran en la prensa femenina o de corazón, sino, actualmente, en muchas de las caracterizaciones de los personajes femeninos que aparecen en los medios de comunicación de información general. (Fontcuberta, 1994, pág. 156).

De acuerdo con lo planteado por De Fontcuberta, la representación de la imagen femenina esta representa mediante diferentes arquetipos (modelo o prototipo de algo) planteados en las telenovelas que responden a su época, razón por la cual es aceptada

determinada representación por la audiencia. Dichos arquetipos responden en su mayoría a las necesidades que los hombres tienen respecto a las mujeres, por ello se plantean la idea de mujeres atractivas físicamente, y de comportamientos recatados y sumisos.

4. Sistematización del problema

Algunas de las preguntas que se podrían resolver al tratar el asunto problemático serían:

¿Cómo se representaba la imagen en las telenovelas colombianas durante las diferentes épocas entre 1990 y 2010?

¿Cuál era la figura política que cumplían las mujeres en las diferentes representaciones la imagen femenina dentro del contexto de la telenovela colombiana?

¿Qué aspecto hacían que una mujer se descatara de otras de acuerdo con la representación de la imagen femenina en las telenovelas de cada época?

¿Cuál era el grado de cosificación de la imagen femenina en cada época?

¿Qué tan fidedigna ha sido la representación de la imagen femenina respecto a la realidad social?

¿Cuáles han sido las características estéticas de la imagen femenina que han cambiado con el transcurso del tiempo?

¿Se ha representado el empoderamiento en las representaciones femeninas de la televisión?

¿Cómo era la relación entre la representación en televisión de la imagen femenina y la realidad de dicha imagen en la sociedad?

5. Justificación

La metodología que se utilizará en esta investigación se divide tres fases, análisis documental, análisis audiovisual y análisis contextual. Fases que permitirán la recolección de datos y la construcción de términos que serán la base para llevar a cabo el análisis de la representación de la imagen femenina en la televisión colombiana.

En primera instancia se desarrollará un análisis documental, mismo en el que se recolectaron diferentes datos de teóricos referentes a los conceptos fundamentales en el planteamiento del problema, tales como: la telenovela, la imagen femenina, representación de la imagen, la femineidad, la sexualización, entre otros. Este procedimiento es fundamental ya que de acuerdo con Rubio (2004) un análisis documental “es derivar de un documento el conjunto de palabras y símbolos que le sirvan de representación”, en este caso de los conceptos necesarios para evidenciar cuál fue la evolución de la imagen de la mujer en la televisión colombiana.

Al tener la representación de los conceptos involucrados en el problema de investigación obtenida mediante el análisis documental, se establecen los parámetros bajo los cuales se procederá a realizar la siguiente fase de la metodología, la cual es el análisis audiovisual.

Mediante el análisis audiovisual se analizará el lenguaje verbal y no verbal de las figuras femeninas protagónicas de cada telenovela y buscará abordar los contenidos de las telenovelas seleccionadas, con el objetivo de estudiar la oralidad, gestualidad e imagen de los personajes protagónicos femeninos de cada telenovela.

Las telenovelas seleccionadas para el desarrollo de este análisis son: Café con Aroma de mujer 1990, Betty la fea de 1999, Pasión de Gavilanes de 2003 y Los Caballeros las Prefieren Brutas 2010. La historia principal de estas novelas es completamente diferente en cada caso y todas ellas han sido ganadoras de diferentes premios, entre ellos premios India Catalina, Simón Bolívar, Tv y Novelas, entre otros.

Todas las telenovelas seleccionadas para este análisis han sido tan importantes para la televisión colombiana que han sido reprogramadas dentro de las parrillas de sus canales productores y en diferentes plataformas de streaming y en el caso de Betty la fea y Pasión de Gavilanes han sido producidas en diferentes países.

La televisión es un reflejo de lo que es la sociedad mezclado con la ficción, es por ello que mediante el análisis de lo que vemos en la televisión podemos darnos cuenta de las transformaciones sociales que ocurren o que se espera ocurran.

Existen pocos “fenómenos culturales” tan evidenciadores como la telenovela de las articulaciones que entrelazan las demandas sociales y las dinámicas culturales a las lógicas del mercado en nuestra sociedad, pues es la televisión la que, como ninguna otra institución en América Latina, está aprendiendo a “practicar” la postmodernidad, esto es, a recuperar las anacronías al interior de un discurso que revuelve las más nuevas tecnologías audiovisuales con los dispositivos de narración y reconocimiento más tradicionales e incluso arcaicos. (Barbero, 1992, pág. 4).

Al comprender que las telenovelas son un fenómeno cultural que nos enseña cómo se comportan las demandas sociales entrelazadas con las dinámicas culturales, es necesario analizar las representaciones que estas nos brindan y qué relación tienen con el contexto y la realidad social.

La selección de los capítulos a analizar se hace teniendo en cuenta el impacto de lo narrado durante el capítulo, sobre el desenlace de la historia. Teniendo en cuenta que las telenovelas pueden ser muy largas, es necesario escoger solo algunos de sus capítulos más importantes, es por ello que para este análisis audiovisual se escogerán solo los capítulos que dan un giro representativo en la historia.

Finalmente se procederá con el análisis contextual, mismo que permitirá hacer la comparación entre la representación de la mujer en la televisión colombiana en cada telenovela con la forma en que se representaba socialmente la mujer en la época de transmisión de cada telenovela.

Este análisis permitirá conocer la fidelidad de la imagen femenina representada en la televisión colombiana en relación con la imagen social de la mujer en las diferentes épocas, además permitirá comprender cuáles fueron los avances sociales, culturales y políticos que se presentaron en cada época y como se vieron reflejados en la construcción de los diferentes guiones de las telenovelas. Se pretende hacer una correlación entre la imagen femenina construida, producida y difundida de la mujer versus el perfil de la mujer en la sociedad, la cultura y la política, con suficientes ejemplos que permitan corroborar la situación problemática.

Los datos obtenidos de los tres tipos de análisis deberán tratarse mediante las siguientes técnicas de investigación para que puedan ser organizados y se puedan registrar los datos para que puedan ser interpretados.

1. Identificar patrones y temas: Se rastrearán patrones sistemáticos de temas que se repitan dentro de las telenovelas seleccionadas, con el propósito de analizar las causas o explicaciones de los planteamientos de las mismas, además de examinar las relaciones interpersonales representadas.

Es indispensable realizar un análisis riguroso de dichos patrones, es decir que es preciso identificar cuáles son los aspectos que tienen en común las diferentes representaciones de la imagen femenina en las telenovelas y a que se deben estas similitudes.

2. Categorización o codificación descriptiva: se busca comprender de manera lógica y coherente los datos recolectados durante el análisis de las telenovelas, mediante la reducción de unidades de análisis.

3. Categorización o codificación axial o relacional: Se pretende dar paso a las categorías relacionales con base en los conceptualizados los datos obtenidos mediante el análisis.

6. Objetivos

6.1 Objetivo general

Analizar la representación de la imagen femenina mostrada en las telenovelas colombianas desde los años 1990 hasta el año 2010.

6.2 Objetivos específicos

- Registrar las características sociales, culturales y políticas de la imagen femenina mostrada en las telenovelas colombianas desde el año 1990 hasta el año 2010.

- Reseñar las particularidades del discurso verbal y no verbal en las telenovelas colombianas desde el año 1990 hasta el año 2010.

- Comparar el discurso verbal y no verbal de la imagen personal de las figuras femeninas colombianas representativas entre los años entre los años 1990 hasta el 2010 con la imagen femenina mostradas en las telenovelas colombianas entre los años 1990 hasta el 2010.

7. Marco Referencial

7.1 Antecedentes

Las consultas que se hicieron permitieron encontrar los siguientes estudios próximos a la investigación, que se utilizarán para contextualizar, estudiar la evolución del problema, generar nuevas interpretaciones y detectar vacíos del conocimiento.

Existen diferentes estudios sobre la figura femenina en la publicidad, tanto en televisión como en revistas, pero no hay estudios sobre la evolución de la imagen femenina mostrada en las telenovelas de la televisión colombiana, en los cuales se plantea cuáles han sido los cambios o transformaciones que ha sufrido la misma, los conceptos que abarca cada representación dependiendo la época y lo que la estética audiovisual de cada telenovela representa.

A continuación, algunos de los documentos encontrados:

Título: La telenovela colombiana: un relato que reivindicó las identidades marginadas (Sistema de Información Científica Redalyc).

Autor: Ana Cecilia Cervantes (Master en guiones para cine, televisión y multimedia).

Fecha: 2005.

Recuperado de:

<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/investigacion/article/viewFile/999/625>

Aparte: Este estudio es el resultado del análisis de la telenovela como un fenómeno de la cultura de masas que ha contribuido a la reivindicación de las identidades que se gestaron al margen del Estado, y en el caso colombiano, como una propuesta que subvierte el melodrama tradicional. A diferencia de las investigaciones preliminares sobre el género, se pretende demostrar que la telenovela colombiana siempre se ha presentado como un fenómeno distinto en Latinoamérica, exponiendo desde sus inicios historias y personajes que reconstruyen los rostros y los conflictos de la clase trabajadora del país.

Comentario: El artículo muestra como las personas buscan un reconocimiento en las historias y los personajes de las telenovelas. El nivel de reconocimiento por parte del público es lo que determina el éxito de una telenovela. Este estudio arroja datos sobre la relación entre la telenovela Colombia y la construcción identidad.

Título: La publicidad y el enfoque de la imagen femenina (*Communication & Society*).

Autor: José J. Sánchez Aranda (Doctor en comunicación).

Fecha: 2003.

Recuperado de: https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/communication-and-society/index?art_id=100

Aparte: Desde hace años se ha reivindicado la necesidad de que la publicidad presente una imagen de la mujer más adecuada a la realidad presente. A partir de la Teoría del Enfoque se pueden esclarecer algunos conceptos fundamentales que ayuden a resolver algunas de los problemas planteados con esas protestas. Tras presentar los puntos más controvertidos que suelen destacarse y aplicar la Teoría del Enfoque al ámbito específico de la publicidad, se intenta delimitar los aspectos centrales de la polémica y presentar algunas ideas para mejorar el tratamiento publicitario de la imagen de la mujer.

Comentario: el artículo plantea que el estudio de este tema abre perspectivas no solo para las afectadas directamente, es decir las mujeres, sino también a quienes consúmenla publicidad en general, lo que se busca es atender las necesidades socioculturales tanto de las mujeres como de los hombres.

Título: El estereotipo de mujer en las revistas femeninas españolas de alta gama durante la crisis (Revista Latina de Comunicación social).

Autor: Ana Almansa Martínez (Doctorado en Ciencias de la Comunicación), Ruth Gómez de Travesedo Rojas (Doctora en publicidad y relaciones públicas).

Fecha: 2017.

Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1182/32es.html>

Aparte: La presente investigación tiene como objeto de estudio las revistas femeninas comerciales de alta gama. Un medio de comunicación impreso dirigido a las mujeres, que ha sido objeto de numerosas investigaciones y desde distintas perspectivas, especialmente desde la de género. Estas cabeceras se configuran como un producto mediático para un segmento específico de la población, con gran aceptación en el mercado y capaz de generar en el imaginario de sus lectoras un modelo de mujer que esta investigación tratará de verificar si es acorde o no con la sociedad y realidad económica actual.

Comentario: la investigación busca resultados que le permitan contemplar como los contenido publicitarios e informativos dibujan un nuevo modelo femenino que se aleja del modelo establecido el siglo pasado y como este nuevo modelo establece la imagen de una mujer glamurosa y vanidosa, además cómo este modelo puede ser interpretado de modo tal que se ve reflejado en la preocupación por la moda, los lujos y el exceso.

Título: La Representación de la Mujer y los Ideales del Pensamiento Colombiano de Finales del Siglo XIX y Comienzos del Siglo XX: la Metáfora de la Falsa

Inclusión (Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal).

Autor: Adriana Yamile Suárez Reina (magister en lingüística española).

Fecha: 2014.

Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4515/451544860003.pdf>

Aparte: A finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX el proceso de construcción de la nación colombiana transitó por dos caminos adversos: el Periodo Radical -de corte liberal- y el Periodo de la Regeneración -de tinte conservador-. A partir de este contexto histórico-social se analiza la representación que se hace de la mujer durante este cambio de siglo, con el ánimo de evidenciar que el imaginario de género que se construyó allí está marcado por la metáfora de la falsa inclusión, es decir, que cada periodo a través de la noción que configura del poder, incluye a la mujer para, paradójicamente, excluirla.

Comentario: el artículo pretende abordar las problemáticas en torno a la construcción de nación en Colombia y cómo los ideales de pensamientos de finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, están ligados con la representación de la imagen femenina que se gestó en esos momentos. Mediante un análisis el artículo reconstruye la imagen femenina de acuerdo a las condiciones que generaron dicha representación.

7.2 Marco Teórico

En la construcción de esta investigación es necesario el manejo de los conceptos signo, objeto e interpretamen, los cuales conforman la relación trídica, razón por la cual es fundamental que estos sean definidos para darle fundamento epistemológico, con el objeto de ubicar en un paradigma teórico lo argumentando y sustentado. La definición de estos conceptos se hará con base en la Teoría del Signo de Charles Sanders Peirce, misma planteada en su obra *La Ciencia de la Semiótica*, la cual tiene como base principal la fenomenología, que según Peirce (1986) es la descripción que se obtiene del mundo no desde el Yo sino desde lo dado, es una relación elaborada desde la experiencias vivenciales, una inspección instintiva en la cual no se asumen preconceptos, una busque para encontrar significados propios (p. 86) de la realidad y la verdad, en este caso especificó la concepción de las representaciones entregada por las telenovelas a sus consumidores.

Es fundamental plantear cuál es la relación entre la triada semiológica y el Proyecto (Propuesta), iniciando por el concepto de signo, sobre el cual Peirce (1986) plantea que. Un *signo*, o *representamen*, es algo que, para alguien, representa o se refiere a algo en algún aspecto o carácter (p.228), que en este caso se refiere a las representaciones mencionadas anteriormente, las cuales son impuestas en la televisión.

Por otra parte, al referirse en investigación de objeto, sobre el cual Peirce (1986) asegura que es el objeto exterior al signo (p.334) es decir que es la figura exterior del

signo. Mismo que en este caso se refiere a la imagen femenina real de la mujer como agente social, cultural y político.

En lo referente al interpretante Peirce (1986) establece que es algo producido por la mente, ya que los propios interpretantes construyen la mente (p. 337) Mismo que en este caso corresponde a los consumidores de las representaciones de la imagen, independientemente de su género o edad. Es indispensable tener en cuenta que el signo no establece una representación fidedigna con su objeto, pero que estos aspectos son los que dan pie a la relación trídica mencionada anteriormente, misma que es indispensable para llevar a cabo este análisis con base en lo planteado por Peirce:

Un signo, o *representamen*, es una cosa que está en lugar de otra para alguien, en algún sentido o capacidad. Se dirige a alguien, esto es, crea en la mente de esa persona un signo equivalente, o quizás más desarrollado. Ese signo que crea lo llamo el *interpretante* del primer signo. El signo está en lugar de algo, su *objeto*. Está en su lugar no es en todos los sentidos, sino la relación a un tipo de idea, que a veces es llamado la base del *representamen*. (Peirce, 1986, p.228).

Por otra parte actualmente el discurso se ha convertido en objeto importante en la investigación por parte de diferentes áreas de estudio, ya que para los analistas se hace fundamental lograr encontrar y describir las regularidades que transmiten significación o intenciones. Es por ello que para

llevar a cabo este trabajo de grado se tendrán en cuenta los planteamientos realizados por Roland Barthes.

Roland Barthes (1990) plantea que las sociedades estructuran sus realidades mediante el lenguaje, mismo que producen y escriben, convirtiéndolo en instituciones, prácticas, objetos e incluso acontecimientos (p.231). Planteamiento que se hace fundamental para el objetivo de este análisis ya que permitirá comprender que tanto de la realidad colombiana de cada época fue estructurada mediante el lenguaje audiovisual y como eran las representaciones de la imagen femenina.

El análisis semiológico permite identificar cuáles son los signos y códigos que construyen en contexto social, definiendo las reglas de combinatoria funcional de los relatos, según Barthes (1990) leer un discurso es organizarlo en piezas de estructura, para llegar a nombres que resuman la gran cantidad de señalizaciones (p. 208) es decir que se debe asumir todas las posibilidades narrativas que puede transmitir los textos.

7.3 Marco Conceptual

Para adentrarse en los componentes teóricos de este Proyecto (Propuesta) de análisis, es necesario definir varios conceptos que permitan al lector contextualizar y comprender todo lo tratado en este documento: Imagen de la mujer, sexualización de la mujer y feminidad.

En primer lugar, el concepto de imagen de la mujer, el prototipo general de lo que existe está creado con base en la imagen masculina, ya que desde épocas remotas el derecho de opinar y mandar estaba relegado a ellos, razón por la cual la generación de símbolos y significados por parte de los varones ha dado paso al paradigma patriarcal como el paradigma de todos los paradigmas, según lo plantea Araya (2006) ya que los varones tienen todas las interpretaciones filosóficas, científicas o religiosas de la realidad (p.66) es decir que muchos de los conceptos sociales, culturales, políticos, económicos y morales están dirigidos de acuerdo a lo que los hombres necesitan y que la imagen de la mujer se construye con base a lo que estos quieren de ella.

El mundo de la producción audiovisual en Colombia está en su materia compuesto por hombres, quienes son los encargados de dirigir las historias plasmadas en las telenovelas, las cuales consumen tanto hombres como mujeres, por ellos es más factible que sean los hombres quienes se sientan más cómodos con la representación de la imagen femenina que las mismas mujeres.

Existen diferentes factores socioculturales que permiten plantear que la imagen femenina es la construcción social, cultura, política y moral creada por los varones, dentro de esta imagen se pueden encontrar diferentes aspectos según plantea Araya (2006) al afirmar que la identidad femenina ha sido creada con base a una función reproductiva, la cual la cual ha condicionado a la mujer a diferentes estereotipos como: la virginidad, la maternidad, el rol doméstico y el objeto erótico (p.67), aspectos que son fundamentales para la realización de este análisis.

La imagen de la mujer está construida socialmente en su mayoría por opiniones externas, es decir que el ser es elaborado con base en lo externo, incluyendo el desarrollo humano a nivel interno, tal y como lo es la confianza en sí misma, la reflexión, la autovaloración, el criterio propio, el fortalecimiento, entre otras.

En los tiempos actuales, el ideal de mujer está marcado por factores estéticos que giran alrededor del peso y la talla, en el que la delgadez se asocia directamente al éxito y a la belleza que otorgan el estatus necesario para alcanzar la felicidad. El proceso se hace cada vez más fuerte y las personas se van haciendo más dependientes de las categorías capitalistas y patriarcales del consumo, entre los que se encuentra el consumo para la “belleza femenina” en todas sus dimensiones. (Rojas, 2006, pág. 74)

Por otra parte Cobo (2015) plantea que “el creciente proceso de sexualización de las mujeres hunde sus raíces en aquellas estructuras simbólicas que definen a las mujeres como naturaleza, biología y sexo y en aquellas estratificaciones sociales que subordinan, inferiorizan y devalúan a las mujeres” (p.9).

La sexualización de la mujer se entiende entonces como un proceso en el cual se inferioriza y denigra a las mujeres a raíz de su sexualidad; en el caso puntual de la televisión tiende a sexualizar del tal modo la imagen femenina que la convierte en un objeto para conseguir algún algo. “...las mujeres mercancías están sometidas a una esquizia que las divide en utilidad y valor de cambio; en cuerpo-materia y envoltura

preciosa pero impenetrable, inaferrable e inapropiable por parte de ellas; en uso privado y uso social” (Irigaray, 2009, p.131). Irigaray concluye que en una sociedad en la que hombres buscan poseer y acumular mujeres, está toma un estatuto que la mercancía.

Finalmente la feminidad que es un concepto naturalmente asociado la mujer y que enmarca muchos de los parámetros que indican cómo deber ser o lucir una mujer, solo por el hecho de ser mujer. Este término responde a una construcción social que responde en su mayoría a las necesidades estéticas que los varones tienen con respecto a las mujeres.

Socialmente, ser hembra significa feminidad, lo cual significa atractivo para los hombres, lo cual significa atractivo sexual, lo cual significa disponibilidad sexual en términos masculinos. Lo que define a la mujer como tal es lo que excita a los hombres. Las niñas buenas son “atractivas”, las malas “provocativas”. La socialización de género es el proceso a través del cual las mujeres llegan a identificarse a sí mismas como seres sexuales, como seres que existen para los hombres. Es aquel proceso a través del cual las mujeres internalizan (se apropian) una imagen masculina de su sexualidad como su identidad en tanto que mujeres. No es sólo la ilusión. (Mackinnon, 2005, p.177).

Por ello es fundamental definir para el propósito de esta investigación cuáles han sido los parámetros proyectados por medio de las telenovelas, es decir cuáles son esas características que la imagen patriarcal del país ha

trasmitido a las mujeres colombianas y como ésta ha sido percibida por las mujeres.

8. Tipo de estudio e investigación

La Investigación “Análisis De La Representación De La Imagen Femenina En La Televisión Colombiana Entre 1990 Y 2010” es de carácter explicativo. En este caso sobre la representación de la imagen femenina de las telenovelas colombianas de acuerdo con el discurso y lenguaje verbal y no verbal de las figuras femeninas protagónicas de estas. Según Hernández, Fernández y Baptista (1997) la profundidad y el alcance del estudio buscan analizar, reflexionar e inferir.

El enfoque tendrá un diseño cualitativo, el cual según Sandín (2003), es una actividad sistémica direccionada a la comprensión a fondo de fenómenos educativos y sociales, transformación de prácticas y escenarios, toma de decisiones y descubrimiento o formación de un cuerpo organizado de conocimiento (p.123) aspectos que son necesarios para el propósito de este análisis.

La investigación tendrá un diseño Retrospectivo, ya que se buscarán los significados y las significaciones de la representación de la imagen femenina y la relación que está tiene con los parámetros y necesidades sociales, culturales, políticas, económicas y morales con la población colombiana en cada uno de sus momentos.

El desarrollo de este análisis se plantea mediante el método deductivo (busca ir de lo universal a lo particular y real), ya que el objetivo del mismo es interpretar todos los aspectos correspondientes a la representación de la imagen femenina planteada, la evolución de la misma y la relación que tienen estas con la imagen real de la mujer.

Para aplicar la metodología será necesario realizar un análisis discursivo de las telenovelas seleccionadas, con el objetivo de comprender las representaciones de la imagen femenina en cada una de las telenovelas, las similitudes y diferencias con relación a la imagen real de la mujer colombiana.

9. Diseño Metodológico

Teniendo en cuenta los objetivos de la investigación se aplicarán varios instrumentos de investigación, los cuales suministrarán los datos necesarios para evidenciar la evolución de la imagen femenina en la televisión colombiana y la comparación de ésta con el contexto del país en cada época.

1. Análisis Documental: Donde se abordarán los contenidos de teóricos, como los mencionados en el Marco Teórico y otros más, próximos o no al problema en cuestión, que permitan darle fundamento al análisis; al igual que, artículos de académicos, relacionados o no con la situación, que posibiliten examinar el conocimiento sobre el particular, que en ambos casos llevará a la profundización sobre el asunto problemático.

2. Análisis Audiovisual (Semiótico): Donde se abordarán los contenidos de las telenovelas seleccionadas, para examinar componentes como su discurso verbal y no verbal, composición de planos y encuadres, composición de las representaciones de la imagen; aspectos que serán indispensables para conocer a profundidad las representaciones creadas en cada telenovela.

Los datos obtenidos deberán tratarse mediante las siguientes técnicas de investigación para que puedan ser organizados y se puedan registrar los datos para que puedan ser interpretados.

1. Identificar patrones y temas: Se rastrearán patrones sistemáticos de temas que se repitan dentro de las telenovelas seleccionadas, con el propósito de analizar las causas o explicaciones de los planteamientos de las mismas, además de examinar las relaciones interpersonales representadas.

Es indispensable realizar un análisis riguroso de dichos patrones, es decir que es preciso identificar cuáles son los aspectos que tienen en común las diferentes representaciones de la imagen femenina en las telenovelas y a que se deben estas similitudes.

2. Categorización o codificación descriptiva: se busca comprender de manera lógica y coherente los datos recolectados durante el análisis de las telenovelas, mediante la reducción de unidades de análisis.
3. Categorización o codificación axial o relacional: Se pretende dar paso a las categorías relacionales con base en los conceptualizados los datos obtenidos mediante el análisis.

10. Procesamiento de la información

El proceso de recolección de información se llevó a cabo de dos maneras, en primera instancia se descargaron todas las telenovelas y series seleccionadas para la investigación de internet, en segunda instancia se obtuvieron archivos físicos de revistas publicadas entre el año 1990 y el año 2010.

Teniendo en cuenta la extensión de las telenovelas y series se eligieron los 20 capítulos más destacables dentro de las narrativas de cada una, en estos capítulos se expone y da especial importancia a la figura femenina protagónica de la telenovela o serie.

En cuanto a la selección de las telenovelas se establece que fueron seleccionadas teniendo en cuenta la fecha emisión, la importancia de la figura femenina dentro de la narrativa, y el impacto que tuvieron en la audiencia.

Después de la recolección de la información se procedió al análisis de la misma, de modo tal que en cada uno de los capítulos seleccionados se desglosó cada uno de los aspectos destacables en relación con la figura femenina protagónica, de tal manera que se pudiera establecer como estaba compuesta la figura femenina de la misma, tanto desde la libertad que tenían sus acciones, su forma de vestir, su forma de expresión y el análisis sobre la situación en la que se veía envuelta la misma dentro de la narrativa.

Durante el desarrollo del análisis audiovisual de las telenovelas se plantea la identificación de patrones y temas, para entender las causas o explicaciones de los mismos. Una vez identificados los patrones y temas se pudieron definir las categorías descriptivas y las categorías relacionales, de modo que la información se pudiera organizar para proceder a establecer la representación de la imagen femenina en la televisión colombiana entre el año 1990 hasta el año 2010.

11. Método de investigación.

La investigación “Análisis De La Representación De La Imagen Femenina En La Televisión Colombiana Entre 1990 Y 2010” al ser de carácter explicativo, busca analizar, reflexionar e inferir sobre el proceso evolutivo de la imagen femenina en la televisión colombiana entre 1990 hasta el 2010.

Para la realización del análisis del lenguaje verbal y no verbal de los capítulos seleccionados de cada telenovela seleccionada para esta investigación se realizó un análisis documental, mediante el cual se establece cuáles eran las características sociales culturales y políticas de la imagen femenina colombiana, al igual que las características culturales, sociales y políticas del país.

Una vez analizado el contexto social, cultural y políticas del país y de la mujer colombiana durante las década de los 90 y los 2000, el paso siguiente fue realizar la categorización de las figuras protagónicas femeninas de cada telenovela y serie seleccionada, para posteriormente realizar la comparación entre dichas figuras femeninas y las mujeres colombianas seleccionadas para esta investigación.

12. Análisis Documental

Para comprender los aspectos relacionados a la representación de la imagen femenina mostrada en la televisión colombiana entre la década de los 90 y la década de los 2000 y la fidelidad de esta representación en relación con la imagen femenina real de la mujer colombiana en dichas épocas, es necesario comprender el nivel de participación social, económica y política de la mujer colombiana, al igual que la participación social, económica y política que se le da a la representación de la imagen femenina de la mujer en las telenovelas colombianas.

Tanto las instituciones como la cultura Colombiana han cambiado aceleradamente, dentro de estos cambios se encuentra las diferentes transformaciones que ha sufrido la concepción y rol de la mujer dentro de la sociedad. Estas transformaciones en las condiciones sociales, económicas y políticas no han sido logradas gracias a batallas y luchas de movimientos organizados, como lo fue la obtención de la ciudadanía en 1957 (derecho al voto). Han sido las mismas necesidades sociales, económicas y políticas, las que progresivamente han generado estas transformaciones, no exentas de presiones.

Si consideramos uno a uno los cambios, ninguno se produjo pensando en cambiar la situación de la mujer. Pero todos juntos, sin proponérselo, la llevaron a una nueva situación. Nadie en particular decidió ampliar el campo de acción para la mujer. Fue un hecho, resultado de procesos dispares; cada uno, hombre y mujer, preocupado por la afirmación de sus

necesidades, de sus propios intereses, amplió el límite sin atender, quizá sin imaginar, todos sus efectos. (González, 1998, pág. 273).

En Colombia la inserción de la mujer en el campo laboral fue a través de ocupaciones como: servicio doméstico, enfermeras, cuidadoras de niños, cuidadoras de personas mayores, costureras, secretarias, entre otras; labores que según Napoli (2010) “guardan similitudes con las inherentes a las del rol reproductivo. Lo cual permitió prolongar de alguna forma una brecha en el ámbito laboral de los hombres con relación a las mujeres” (p.8).

Por otra parte derechos políticos femeninos empezaron a debatirse en el Congreso Colombiano en el año 1945, esto debido a que se afirmaban que las mujeres conformaban más de la mitad de la población de América Latina; de este modo la reclamación de derechos era un acto de elemental justicia.

Continuando con el proceso de consecución de derechos políticos para las mujeres en el país, mediante la carta política se estableció en el Artículo 43 que “la mujer y el hombre tienen iguales derechos y oportunidades, la mujer no podrá ser sometida a ninguna clase de discriminación”. Por otra parte en el Artículo 13 establece que “el Estado promoverá las condiciones para que la igualdad sea real y efectiva y adoptará medidas en favor de grupos discriminados o marginados”. En conjunto con lo anterior el Artículo 40 plantea que “todo ciudadano tiene derecho a participar en la conformación, ejercicio y control del poder político” (Constitución Política de Colombia, 1991).

De este modo y mediante el establecimiento de dichos derechos la participación social, económica y política de la mujer en el país se fue transformando.

La modernidad social ha configurado una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas, que han permitido cambios en las representaciones culturales que favorecen un la imagen y el rol dela mujer Colombiana. Una imagen de mujer que cuenta con legitimidad y que proporciona un marco a acciones que afirman la participación de las mujeres en diferentes espacios sociales. “Asimismo, la igualdad de posibilidades para las mujeres se encuentra relacionada con los procesos globales de la sociedad colombiana que se vinculan con cambios sociales, tecnológicos, culturales, económicos y constitucionales” (Sanchez, 1994, pág. 3).

El cambio de la estructura social que permite el desarrollo de modelo de mujer colombiano ha mejorado innegablemente, ya que se ha generado una mayor vinculación a la estructura educativa y productiva, aumento de la esperanza de vida, reducción en la tasa de mortalidad materna y avance en el estatuto político debido a acciones constitucionales y legislativas. Pero pese a todo esto la igualdad para las mujeres en ámbito social, económico y político aun no es una realidad.

El nuevo modelo de mujer colombiana abarca una mayor libertad de acción y de participación social económica y política; dentro del ámbito social el ideal de un modelo familiar patriarcal ha decaído. Es sistema patriarcal es definido por Quintero (2007) como “una forma de organización social en la que el varón ejerce la autoridad en todos los ámbitos, asegurándose la transmisión del poder y la herencia por vía masculina. Favorece un sistema político-histórico social basado en la construcción de jerarquías” (p, 98).

Según cifras del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas) tres de cada 10 mujeres son cabeza de hogar; por otra parte el DANE manifiesta que el 14.4% de las mujeres se encuentra desempleada, mientras que solo el 8% de los hombres se encuentra desempleados.

No se puede establecer un perfil exacto de la mujer colombiana, pero se pueden plantear características de acuerdo a sus contextos sociales, económicos y políticos.

Por esta razón también es necesario analizar a fondo el modelo de la mujer colombiana desde las representaciones tradicionales planteadas por las telenovelas colombianas, mismas que plantean un modelo de imagen femenina donde prima la belleza, eficiencia, autonomía, competitividad, valor social.

La valoración espontánea que las mujeres hacen sobre las figuras femeninas que las representan en la televisión es, generalmente, negativa. Se asocia con diferentes estereotipos como lo son:

1. Su aparición en la televisión se debe a su cuerpo y belleza.
2. Son artificiales, ya que transforman su cuerpo mediante operaciones estéticas.
3. No cuentan con la preparación académica necesaria para desempeñar los cargos con los que cuentan.

De esta manera, la representación de la mujer en las telenovelas está tan enmarcada en ciertos parámetros, que es difícil romper con esa imagen y crear nuevas. De modo tal que, “el hecho de que las mujeres son representadas en los medios de manera desproporcional, en roles asignados tradicionalmente: como madre-esposa abnegada/objeto sexual/ víctima indefensa/trabajadora en empleos "femeninos", etc.

(...) contribuye en alguna medida a reforzar las ideas preconcebidas y a perpetuarlas” (Bonder, 1995, como se citó en Burch, 1999. Párr.6). estas concepciones de la mujer en la televisión, contribuyen a la desvalorización de la imagen femenina real, ya que se concentran en ideales dejando por fuera todo lo que compone la mujer real.

Las telenovelas plantean temas en los cuales las mujeres se representan desde la intimidad de su cotidianidad; aunque la historia de cada telenovela es diferente, por lo general, las protagonistas de las telenovelas son mujeres de escasos recursos económico, alegre y trabajadora, hasta cierto punto sumisa, que conoce a un hombre en mejor condición económica que ella, se enamora y después de enfrentar muchas desventuras, tiene un final feliz y exitoso en compañía de su amor.

13. Análisis Audiovisual

El análisis audiovisual permitió crear categorizaciones basadas en la narrativa, lenguaje verbal, lenguaje no verbal y la comparación entre las telenovelas y la realidad de la mujer colombiana.

13.1 Análisis de la Narrativa

La palabra narrativa tiene diferentes significados, ya que es concebida como una forma de literatura de la cultura occidental desde mucho tiempo atrás; por otra parte también es la habilidad de contar una historia y además es una manera de referirse a la disciplina que estudia las narrativas. En esta investigación la narrativa se tratara “como una estructura cognitiva que da sentido a una experiencia, como un tipo de texto producido e interpretado en cualquier tipo de medio, o como un recurso para la interacción comunicativa” (Herman, 2009, como se citó en (Ortiz, 2018, pág. 5)).

Por otra parte se plantea que “las narraciones se pueden encontrar en diversas situaciones funcionales y contextos comunicacionales, y que pueden concretarse en distintos soportes expresivos. Uno de esos soportes expresivos es la imagen en movimiento, dando lugar al concepto «Narrativa Audiovisual»” (Reis y Lopes, 2002, como se citó en (Ortiz, 2018, pág. 5)9.

Categorización Narrativa Subcategorización De personajes	Personaje femenino protagonista	Belleza	Estrato	Profesional	Inteligencia	Ética
Café con Aroma de Mujer – 1990	Teresa Suarez (Gaviota)	<ul style="list-style-type: none"> -Alta -Delgada - Rubia - Ojos claros - Rostro perfilado - Cabello rizado -Ojos claros 	<ul style="list-style-type: none"> -Bajos recursos económicos -Sin vivienda propia -Sin trabajo estable 	<ul style="list-style-type: none"> - Inicialmente es recolectora de café - Inicialmente sin educación - Posteriormente recepcionista - Bachiller académico - Posteriormente asistente general de una empresa 	<ul style="list-style-type: none"> - Fluidez verbal - Razonamiento - Habilidad de improvisar - Habilidad creativa 	<ul style="list-style-type: none"> -Responsable -Honesta -Trabajadora -Confiante -Segura de sí misma -Carácter fuerte -Capaz de mantenerse por sí misma - Leal

Tabla 1. Análisis Audiovisual de la categoría narrativa de la telenovela *Café con aroma de mujer* (1990).

Café con Aroma de Mujer es una de las telenovelas Colombianas más importantes y reconocidas a nivel internacional; supero los estándares de rating con un 55% en el horario de las 8 de la noche.

La narrativa de la telenovela *Café con Aroma de Mujer*, plantea un contexto alejado de los dramas de su momento, donde todos se desarrollaban en la ciudad; por su parte esta historia se desarrolla en el campo, en la zona cafetera de Colombia.

De ahí que esta telenovela fuera tan aceptada por la audiencia, porque sus locaciones eran más populares y contaban el toque de la identidad cultural construida mediante las características de la cultura cafetera y sus ideologías.

Pone en evidencia en entramado social donde se destaca la diferencia entre las clases sociales y además muestra las condiciones difíciles por las que en muchas ocasiones puede pasar un campesino.

Dentro del desenlace de la historia se tratan temas como la importancia de mantener un matrimonio estable ante la sociedad, el emparentar con personas de las mismas clases sociales, las aspiraciones que tienen las personas dedicadas a la recolección de café, el acoso y la presión social a la que se ven sometidas las mujeres que no tienen un esposo y deben velar por sí mismas.

Esta telenovela plantea la imagen de una mujer físicamente muy atractiva, sin estudios y dedicada a la recolección de café, que no cuenta con los recursos socioeconómicos para tener una calidad de vida alta.

El planteamiento de esta representación femenina encarnado en Teresa Suarez (Gaviota), confirma lo anteriormente planteado, se establece la imagen de una mujer físicamente atractiva, inteligente, independiente, pero también sumisa e inocente que espera por el respaldo de un hombre.

El valor dado a este personaje es muy alto, ya que cuenta con un gran empoderamiento de sí misma y de lo que quiere hacer con su vida, se destaca notablemente su entusiasmo y su autonomía a la hora de aprender y de emprender. Las características que da la narrativa a esta mujer, la hacen ser vista como un ejemplo

a seguir; sin embargo en un momento dado utiliza su aspecto físico para encontrar la oportunidad de crecer laboralmente y tener una mejor calidad de vida. De este modo, hace hincapié en el estereotipo de que para tener oportunidades en la vida hay que ser atractiva físicamente.

Por otra parte, la protagonista ro trabaja arduamente por su dependencia económica y mejorara su calidad de vida y el de su madre; una vez lo logrados sus objetivos profesionales su felicidad no está completa hasta reunirse con el amor de su vida y casarse con él; confirmando así una vez más el estereotipo del amor ideal y de la necesidad de que este exista para tener felicidad y éxito.

Categorización Narrativa Subcategorización De personajes	Personaje femenino protagónico	Belleza	Estrato	Profesional	Inteligencia	Ética
Yo Soy Betty la Fea - 1999	Beatriz Pinzón Solano (Betty)	<ul style="list-style-type: none"> - Estatura baja - Cabello desalineado - Usa lente - Vestimenta fuera de moda 	<ul style="list-style-type: none"> -Estrato medio -Vivienda de sus padres -Con trabajo estable 	<ul style="list-style-type: none"> - Economista - Graduada con el promedio más alto de la facultad - Magister en finanzas - Se desempeña como asistente de presidencia de una empresa 	<ul style="list-style-type: none"> - Habilidad numérica - Razonamiento lógico -Habilidad de improvisación - Habilidad mecánica - Habilidad perceptual 	<ul style="list-style-type: none"> - Honesta - Responsable - Confiable - Trabajadora - Autoestima bajo - Leal

Tabla 2. Análisis Audiovisual de la categoría narrativa de la telenovela Yo Soy Betty la Fea (1999).

Yo Soy Betty la Fea es una telenovela Colombiana muy reconocida, ganó varios premios India Catalina y TV y Novelas, además ha sido emitida en más de 2180 países, doblada en más de 25 y cuenta con más de 28 adaptaciones a nivel mundial.

El éxito de esta narrativa se basa en que aparentemente rompe uno de los estereotipos más marcados dentro de las telenovelas, la belleza. Esta telenovela plantea un modelo de protagonista femenina fea.

Se trata de una mujer de clase media, que aún vive con sus padres y que pese a su gran preparación académica no puede conseguir trabajo por su apariencia física. Por diferentes circunstancias entra a trabajar a ECOMODA, una empresa de las empresas de confecciones más importantes del país; es contratada para desempeñarse como secretaria, cargo para el que estaba sobre valorada, pero debido a que no encajaba con las exigencias estéticas de su entorno, no era posible que pudiese aspirar a ser más que una secretaria.

Debido a su entorno Betty se ve sumergida en un mundo de modelos, mujeres físicamente perfectas, pero por su apariencia ella es víctima de abusos y acoso por parte de superiores y compañeros de trabajo, quienes se refieren a ella con frases despectivas y de burla por ser fea.

El aspecto más destacable dentro de la narrativa, es el amor genuino que Betty siente por su jefe, mismo quien se aprovecha de ella, mediante manipulaciones y engaños, haciéndole creer que él está enamorado de ella y que de este modo Betty maquille los estados financieros de la empresa.

Una vez más aunque se establece el perfil de una mujer fuerte e inteligente, se llega de nuevo al estereotipo de la mujer ingenua y sumisa que es engañada. Por otra parte, aunque en medio del engaño el jefe de Betty se da cuenta de que se enamoró de ella, le cuesta trabajo aceptar que eso sea posible, ya que es un hombre acostumbrado a salir con modelos realmente hermosas.

Finalmente, Betty se transforma en una mujer hermosa, se convierte en la presidenta de la compañía y se casa con el que fue su jefe.

En esta narrativa se muestra la figura femenina como un ser vulnerable, poco respetada, pese a las grandes cualidades que posee, solo por no ser bella; esto demuestra que la premisa inicial en la que se planteaba que la telenovela Yo Soy Betty la Fea rompía con el estereotipo inicial de belleza, es falso, ya que para lograr todo lo que alguna vez quiso y se propuso en la vida, tuvo que transformarse al punto de encajar en las exigencias estéticas de su entorno. De igual manera reafirma el estereotipo de que no hay felicidad completa sin el amor.

Categorización Narrativa Subcategorización De personajes	Personaje Femenino protagonista	Belleza	Estrato	Profesional	Inteligencia	Ética
Pasión de Gavilanes - 2003	Norma Elizondo Acevedo	-Alta -Rubia -Cabello largo -Delgada -Caderas anchas - Rostro delgado y perfilado	-Recurso altos -Heredera de propiedades - Trabaja para contribuir al patrimonio familiar, no por necesidad	- Nivel educativo no establecido - Por su nivel socioeconómico se establece que es una mujer que ha recibido educación	-Habilidad perceptual - Fluidez verbal - habilidad creativa -Habilidad moral y espiritual	-Responsable -Trabajadora -Honesta - Leal -Sumisa
	Sara Elizondo Acevedo	-Alta -Cabello corto y negro -Delgada - Rostro ancho	-Recurso altos -Heredera de propiedades - Trabaja para contribuir al patrimonio familiar, no por necesidad	- Nivel educativo no establecido - Por su nivel socioeconómico se establece que es una mujer que ha recibido educación	-Habilidad numérica -Razonamiento lógico -Habilidad mecánica -Habilidad mora y espiritual	-Responsable -Trabajadora -Confiable - Carácter fuerte
	Jimena Elizondo Acevedo	-Alta -Cabello largo y negro -Delgada - Busto y cadera grande -Rostro perfilado	-Recurso altos -Heredera de propiedades - Trabaja para contribuir al patrimonio familiar, no por necesidad	- Nivel educativo no establecido - Por su nivel socioeconómico se establece que es una mujer que ha recibido educación	-Fluidez verbal -Habilidad creativa -Habilidad perceptual -Habilidad de improvisar -Habilidad mora y espiritual	-Irresponsable - poco trabajadora - Honesta - Irreverente

Tabla 3. Análisis Audiovisual de la categoría narrativa de la telenovela *Pasión de Gavilanes* (2003)

Pasión de Gavilanes, es una telenovela que mediante su narrativa plantea el modelo tradicional, en que un chico y una chica se enamoran y deben sortear diferentes dificultades antes de poder estar juntos; sin embargo el plus de esta narrativa es que no es una historia de amor, son tres; lo cual multiplica el interés de la audiencia al ofrecerle variedad de personajes, situaciones y matices.

Esta narrativa plantea un modelo de familia matriarcal, debido a que el padre de las protagonistas muere, entonces, la madre de estas es quien se hace cargo de la dirección de la familia. Son una familia adinerada y respetada en la región ganadera.

Se plantean tres personajes femeninos, las hermanas Elizondo, pese a que son criadas en el mismo contexto, bajo las mismas normas y por las mismas personas, cuentan con características comportamentales diferentes.

Debido a la muerte de su padre y todos los cambios que esto representa dentro de su entorno, las hermanas empiezan una lucha de auto reconocimiento, en busca de su independencia y autonomía.

De igual manera, su apariencia física es de mujeres bellas, son trabajadoras, inteligentes, sin embargo la narrativa las encaja bajo los estereotipos clásicos de las telenovelas, al ser vulnerables y necesitan un amor que las salve, tanto de los problemas que tiene en su contexto, como de los vacíos emocionales con los que cuentan.

Categorización Narrativa Subcategorización De personajes	Personaje femenino protagonista	Belleza	Estrato	Profesional	Inteligencia	Ética
Los Caballeros las Prefieren Brutas - 2010	Cristina Oviedo	-Alta Muy delgada -Cabello castaño claro - Rostro perfilado	-Estrato medio-alto -Empresa propia -Vivienda en alquiler	-Diseñadora industrial -Exitosa	-Habilidad verbal - habilidad creativa -habilidad de improvisar -Habilidad espacial	-Responsable -Trabajadora -Confiable -Leal -Carácter fuerte

Tabla 4. Análisis Audiovisual de la categoría narrativa de la telenovela Los Caballeros las Prefieren Brutas (2010).

Los Caballeros las Prefieren Butas, cuenta con una narrativa más moderna, donde se permite el acercamiento a temas donde se critican y cuestionan los parámetros y estereotipos sociales, sobre cómo debe ser la mujer ideal, de acuerdo a las necesidades de los hombres.

Plantea que, el ideal que los hombres tienen sobre las mujeres, se basa en la belleza, la sumisión y la falta de inteligencia, para que estas no contradigan, no exijan, ni se quejen.

De acuerdo con lo anterior, se establece un personaje protagonista femenino que está convencida de haber encontrado el amor de su vida y se dispone a casarse; la noche de su despedida de soltera se da cuenta del engaño de su prometido y se cancela el compromiso. A raíz de su decepción amorosa, la protagonista entra en una

crisis de aceptación y auto reconocimiento. La protagonista comprende que es todo lo contrario al ideal que los hombres tiene sobre las mujeres, lo cual hace que sienta temor de quedarse sola y no encontrar el amor.

Pese a que, la protagonista es una mujer bella, inteligente e independiente económicamente, se le plantea como una mujer dependiente emocionalmente, ya que siente que debido a diferentes factores, incluida la presión social que siente por su edad y estar soltera, entra en una desesperación absurda por encontrar una pareja de la cual pueda recibir respeto, compañía y amor.

Aunque, dentro de la narrativa ella comprende que su actuar está mal, el mismo estereotipo de la necesidad de ser amada la lleva a involucrarse sentimentalmente en relaciones que terminan siendo un fracaso, entre ellas su relación amorosa con su roommate, un joven que la engaño durante meses haciéndole creer que era gay.

La narrativa de esta telenovela, es en parte una crítica a los estereotipos sociales de como algunas personas desearían que fuesen las mujeres; sin embargo, en caja dentro de los estereotipos clásicos de la telenovela.

13.2 Lenguaje no verbal

El lenguaje no verbal cuenta con un papel importante dentro de la comunicación, es necesario comprender los elementos que hacen parte del mensaje y no sean solo el mensaje intrínseco que se está comunicando. Por ello en esta investigación se tratará el tema planteando que el lenguaje no verbal es “el estudio de la mezcla de todos los movimientos del cuerpo, desde los más deliberados hasta los totalmente inconscientes, desde los que corresponden a una cultura particular hasta los que cruzan todas las barreras culturales” (Fast, 1984, como se citó en (Aguado & Nevares, pág. 146)).

Categorización Lenguaje No Verbal	<i>Personaje femenino protagónico</i>	<i>Vestimenta</i>	<i>Gestos y Postura</i>	<i>Proxémica</i>
Subcategorización De personajes				
Café con Aroma de Mujer – 1990	Teresa Suarez (Gaviota)	Primera etapa: vestidos de flores, semiajustados, maquillaje suave, cabello suelto y alborotado. Segunda etapa: vestidos muy formales, maquillaje fuerte, cabello peinado.	-Segura -Confiada -En ocasiones tensa -Sonriente -Sostiene la mirada	-Intima -Personal -Social

Tabla 5. Análisis Audiovisual de la categoría lenguaje no verbal de la telenovela *Café con aroma de mujer* (1990).

El lenguaje no verbal de Teresa Suarez, es planteado en inicio de una manera brusca, ya que mediante este, ella representa su fuerza y su lado más salvaje. Al ser

una mujer soltera, joven y bella, en muchas ocasiones se ve envuelta en situaciones en las que hombres quieren sobrepasarse con ella o quieren quebrantar sus derechos.

De esta manera, el personaje debe contar con herramientas que le permitan mostrarse como una mujer fuerte y que no es fácil pasar por encima de ella.

En cuanto a los aspectos directos del lenguaje no verbal podemos encontrar que Teresa Suarez denota bastante humildad debido a la ropa con la que viste y que además la falta de elegancia de los mismos. Por otra parte es una mujer que siempre tiene una postura erguida, sus movimientos son contundentes y seguros.



Ilustración 1. Café con Aroma de Mujer, capítulo 1.

El lenguaje no verbal de Teresa Suarez sufre una transformación una vez ella se va a la ciudad, para buscar una mejor calidad de vida. Esto debido a que cambia su forma de vestir, maquillarse y peinarse; en esta segunda etapa, la protagonista usa accesorios que la estilizan.

Por otra parte, su forma de caminar y sus movimientos se tornan más estilizados, de modo tal que aunque ella no cuenta con estudios y no es una persona con dinero, se ve como si lo fuera.

Dentro del lenguaje no verbal de esta telenovela, se destaca la naturalidad del cabello; lejos de representar pobreza, fealdad o descuido personal, se le da valor como una característica de belleza que destaca a la protagonista, ya que esta luce su cabello siendo una recolectora de café, como siendo una ejecutiva.



Ilustración 2. Café con Aroma de Mujer, capítulo 6.

Categorización Lenguaje No Verbal Subcategorización De personajes	Personaje femenino protagónico	Vestimenta	Gestos y Postura	Proxémica
Yo Soy Betty la Fea - 1999	Beatriz Pinzón Solano (Betty)	<ul style="list-style-type: none"> - Primera etapa: ropa muy holgada y pasada de moda -Sin maquillaje - Cabello con capul y despeinado - Segunda etapa: ropa elegante y a la moda - Maquillaje suave -Cabello completamente lacio 	<ul style="list-style-type: none"> - Encorvada - Tímida - Cabeza gacha - Temblorosa 	<ul style="list-style-type: none"> - Intima - Personal -Social - Publica

Tabla 6. Análisis Audiovisual de la categoría lenguaje no verbal de la telenovela Yo Soy Betty la Fea (1999).

El lenguaje no verbal de Betty, manifiesta falta de seguridad y de confianza en sí misma. Su forma de caminar es inestable, tiende a tropezarse con las cosas y con las personas, razón por la que es agredida verbalmente en ocasiones,

Por otra parte, su vestuario establece falta de elegancia y es sinónimo de feo, más teniendo en cuenta que ella trabaja en una empresa de moda y está rodeada todo el tiempo de modelos.



Ilustración 3. Yo Soy Betty la Fea, capítulo 18.

Una de las características más marcada de este personaje es la sumisión y búsqueda de aprobación por parte de sus superiores, especialmente de su jefe; le cuesta trabajo sostener la mirada y con frecuencia camina con la cabeza gacha. Por otra parte su constante sonrisa, da la sensación de nobleza y confianza; generando de esta manera una empatía mayor en las audiencias.



Ilustración 4. Yo Soy Betty la Fea, capítulo 78.

Finalmente, el lenguaje no verbal de Betty cambia, una vez es transformada en una mujer bella; con esta nueva apariencia ella camina erguida, se le nota con más presencia y más seguridad en sí misma; pero uno de los aspectos más destacables dentro del nuevo lenguaje no verbal de Betty, es la importancia que se le da al cabello, ya que aunque el personaje ya era una mujer bella, la transformación no estuvo completa hasta que su cabello fue alisado de manera permanente. De esta manera se

pueden ver algunos cambios dentro de la forma en que son concebidos algunos conceptos dentro de las telenovelas.



Ilustración 5. Yo Soy Betty la Fea, capítulo 130.

Categorización Lenguaje No Verbal	Personaje Femenino protagónico	Vestimenta	Gestos y Postura	Proxémica
Subcategorización De personajes				
Pasión de Gavilanes - 2003	Norma Elizondo Acevedo	-Ropa ajustada, recatada y elegante -Maquillaje suave -Cabello suelto, pero bien peinado	- Fuerte -Segura de sí misma - Noble	- Personal - Social
	Sara Elizondo Acevedo	-Ropa formal y ajustada -Maquillaje suave - Cabello suelto pero bien peinado	-Firme -Déspota -Dominante -Orgullosa	-Personal -Social -Publica
	Jimena Elizondo Acevedo	-Ropa ajustada y corta -Maquillaje abundante -cabello suelto y bien peinado	-Sensual -Segura de sí misma -Coqueta	-Intima -Personal -Social

Tabla 7. Análisis Audiovisual de la categoría lenguaje no verbal de la telenovela *Pasión de Gavilanes* (2003).

En cuanto al lenguaje no verbal de *Pasión de Gavilanes*, aunque son tres personajes diferentes, se crean una serie de patrones y secuencias que estipulan un solo modelo.

Este modelo representa a mujeres bellas, que por su condición socioeconómica siempre están muy bien vestidas y maquilladas, aunque son mujeres del campo usan minifaldas, blusas ombligueras, tacones, entre otros accesorios que en un contexto real no se usarían.



Ilustración 6. Pasión de Gavilanes, intro.

Se establece también, que los personajes son mujeres seguras de sí mismas, siempre caminan erguidas y de manera utilizada; además demuestran sensibilidad y un gran sentido de la justicia ante cualquier situación.



Ilustración 7. Pasión de Gavilanes, capítulo 85.

De igual manera se establece, el estereotipo de mujer dulce, risueña y coqueta, que está en busca del amor de su vida y que está dispuesta a luchar las batallas que sean necesarias para encontrarlo y que la hagan feliz.



Ilustración 8. Pasión de Gavilanes, capítulo 7.

Categorización Narrativa Subcategorización De personajes	Personaje femenino protagónico	Vestimenta	Gestos y Postura	Proxémica
Los Caballeros las Prefieren Brutas – 2010	Cristina Oviedo	<ul style="list-style-type: none"> -Ropa a la moda - Cabello ondulado - Maquillaje suave 	<ul style="list-style-type: none"> -Erguida -Segura de sí misma - Coqueta -Orgullosa 	<ul style="list-style-type: none"> -Intima -Personal -Social

Tabla 8. Análisis Audiovisual de la categoría lenguaje no verbal de la telenovela *Los Caballeros las Prefieren Brutas* (2010).

En cuanto al lenguaje no verbal de *Los Caballeros las Prefieren Brutas*, no se encuentra una división de un antes y un después, ya que Cristina siempre fue una mujer bella, inteligente y de buena posición socioeconómica; por tal razón, siempre estaba vestida a la moda, peinada y maquillada.

Sin embargo, el lenguaje no verbal de la protagonista pone en manifiesto los dos polos de su carácter, por un lado se encuentra la mujer fuerte, independiente y poco sumisa.



Ilustración 9. *Los Caballeros las Prefieren Brutas*, capítulo 25

Por otro lado, se evidencia la mujer sensible, noble, que se preocupa por el bienestar de las personas que quiere, pero que siente miedo de quedarse sola, de no encontrar alguien con quien pueda establecer una relación amorosa.

De este modo se hace evidente el planteamiento de las inseguridades, la tristeza y la frustración que puede desarrollar una mujer, cuando no cumple con el ideal de amor planteado socialmente.



Ilustración 10. Los Caballeros Las Prefieren Brutas, capítulo 1.

13.3 Lenguaje Verbal

La comunicación verbal juega un papel fundamental entre los individuos, ya que mediante esta se puede tener in intercambio de información, negociaciones, conciliaciones, exposición de ideas y conceptos, entre otras. Las costumbres, la historia y las tradiciones sociales que los grupos humanos manejan se han desarrollado gracias a esta. En esta investigación trabajares como la comunicación verbal como “una conducta comunicativa, una característica específicamente humana que desempeña importantes funciones a nivel cognitivo y social; que permite al hombre hacer explícitas las intenciones, estabilizarlas, convertirlas en regulaciones muy complejas de la acción humana” (Poyuelo, 1998, como se citó en (Maestre, 2010, pág. 2)).

Categorización Lenguaje Verbal Subcategorización De personajes	Personaje femenino protagónico	Discurso	Fluidez, coherencia y entonación
Café con Aroma de Mujer – 1990	Teresa Suarez (Gaviota)	<ul style="list-style-type: none"> -Aceptación propia - Crecimiento autónomo -Independencia económica 	<ul style="list-style-type: none"> -Tono de voz fuerte -Elocuente -Seguridad

Tabla 9. Análisis Audiovisual de la categoría lenguaje verbal de la telenovela *Café con aroma de mujer* (1990).

Dentro del lenguaje verbal de Teresa Suarez se plantea que, pese a su falta de preparación académica, se expresa con elocuencia y seguridad.

El pensamiento de la protagonista plantea que las mujeres no necesitan de un hombre que las sostenga y las ayude a salir adelante; prima en su discurso la autonomía y la independencia emocional y económica.

Aunque creación en un entorno en el cual no tuvo acceso a educación y la gran mayoría de personas que la rodeaban no demostraban interés alguno por cambiar su condición de vida, ella decide emprender camino y salir a buscar un mejor futuro, bajo el discurso de superación personal.

Debido a las decepciones que ha tenido en el pasado es una mujer desconfiada y considera que no se puede ser ingenuo en la vida; de igual manera plantea la imagen de una mujer orgullosa.

Categorización Lenguaje Verbal Subcategorización De personajes	Personaje femenino protagónico	Discurso	Fluidez, coherencia y entonación
Yo Soy Betty la Fea - 1999	Beatriz Pinzón Solano (Betty)	<ul style="list-style-type: none"> -Independencia económica - Solo las mujeres bonitas encuentran el amor -En contra de las cirugías estéticas - No se valora 	<ul style="list-style-type: none"> -Coherente -Voz temblorosa -Tono de voz bajo

Tabla 10. Análisis Audiovisual de la categoría lenguaje verbal de la telenovela Yo Soy Betty la Fea (1999).

Dentro del lenguaje verbal de Betty encontramos que es una mujer pese a su timidez, las palabras que salen de su boca son contundentes, habla con propiedad, conocimiento y seguridad.

Por otra parte, son interesantes los planteamientos y críticas que se generan dentro del discurso manejado por Betty. Ella está completamente en desacuerdo de las cirugías estéticas, plantea que ese tipo de procedimientos hace a las mujeres dependientes del dinero, de bienes materiales y de los hombres, olvidando esta manera depender de sí mismas.

Pese a que considera que las mujeres deben aceptarse tal cual son, ella misma se menos precia y cree que solo las mujeres bellas pueden encontrar el amor.

El entorno de esta telenovela esta completamente lleno de estereotipos y modelos de belleza, sin embargo, Betty pese a sufrir múltiples, rechazos y decepciones, no está de acuerdo con la forma en que se mueve el mundo de la moda y las apariencias. Por ello en el momento en que asume la presidencia de la empresa, decide implementar una estrategia que incluye diseñar ropa para mujeres del común, a las mujeres con cuerpos naturales, ya que ellas no deberían sentir se menos por no tener el cuerpo de una modelo y también tiene derecho a verse y sentirse bellas.

Categorización Lenguaje Verbal Subcategorización De personajes	Personaje Femenino Protagónico	Discurso	Fluidez, coherencia y entonación
Pasión de Gavilanes - 2003	Norma Elizondo Acevedo	<ul style="list-style-type: none"> -Poco interés en las relaciones amorosas - Temerosa de interactuar con hombres - Traumas emocionales 	<ul style="list-style-type: none"> -Elocuente -Tono de voz alto -Seguridad
	Sara Elizondo Acevedo	<ul style="list-style-type: none"> -Destaca la importancia de la religión -Destaca la importancia del trabajo -Respeto y obediencia a su madre -Poca seguridad en sí misma 	<ul style="list-style-type: none"> -Elocuente -Segura -Tono de voz alto y autoritario
	Sara Elizondo Acevedo	<ul style="list-style-type: none"> -Destaca la importancia de tener pareja - La belleza es fundamental - Segura de sí misma 	<ul style="list-style-type: none"> -Elocuente - Tono de voz suave - Seguridad

Tabla 11. Análisis Audiovisual de la categoría lenguaje verbal de la telenovela Pasión de Gavilanes (2003).

El lenguaje no verbal de las hermanas Elizondo, está dividido por las particularidades y prioridades de cada personaje; sin embargo cuentan con las mismas características a la hora de expresarse, todas son mujeres seguras, hablan con elocuencia, propiedad y manejan un todo de voz alto.

Norma cuenta con un discurso basado en la familia, el trabajo y en perder el miedo de amar y ser amada; su forma de expresarse es una mezcla entre fuerte, para hacerse respetar y suave para demostrar su ternura e inocencia, es una mujer que busca su independencia y autonomía.

Sara por su parte maneja un discurso en el cual manifiesta que no le interesa conseguir novio, ni espeso, pero la realidad es que es algo que si anhela, por otra parte su forma de expresar es muy fuerte ya que teme que los demás puedan ver sus debilidades; es menos independiente y está muy sometida a la voluntad de su madre.

Por ultimo tenemos a Jimena quien es una mujer que maneja en pensamiento de que el amor es lo primero, su pensamiento se centra en conseguir un hombre que este a su lado, pero también es una mujer dominante, poco sumisa y que considera que su bienestar e independencia es primordial.

Categorización Lenguaje Verbal Subcategorización De personajes	Personaje femenino protagónico	Discurso	Fluidez, coherencia y entonación
Los Caballeros las Prefieren Brutas - 2010	Cristina Oviedo	<ul style="list-style-type: none"> - Aceptación propia - Independencia económica - Las mujeres inteligentes están condenadas a la soltería 	<ul style="list-style-type: none"> -Elocuente -Seguridad -Tono de voz moderado

Tabla 12. Análisis Audiovisual de la categoría lenguaje verbal de la telenovela Los Caballeros las Prefieren Brutas (2010).

El lenguaje verbal de Cristina, nos plantea una mujer inteligente, segura de sí misma, que habla con propiedad. Su discurso está basado en la independencia económica y laboral. Se expresa de manera educada; sin embargo en muchas ocasiones es presa de la frustración y termina ofendiendo a las personas que la rodean.

Considera que la franqueza y la verdad son el motor de todas las relaciones, pero a la vez se siente intimidada y frustrada porque sabe que su forma de ser y su inteligencia juegan en su contra al estar rodeada de hombres mediocres, que se sienten intimidados por mujeres como ella.

Expresa con frecuencia su necesidad establecer una relación amorosa y su preocupación por su edad, mostrándose así como una mujer dependiente emocionalmente

14. Comparación

El siguiente método comparativo permitirá la interacción de los datos de la investigación, es decir que permitirá denotar y contrastar los resultados obtenidos. En este proceso se hará la comparación entre las figuras femeninas protagónicas de las telenovelas colombianas seleccionadas y las figuras femeninas colombianas representativas de cada época.

Para realizar esta comparación se seleccionaron cuatro figuras femeninas colombianas destacadas en diferentes campos sociales, mismas que cuentan con gran renombre y reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional.

Por otra parte una vez seleccionados las cuatro mujeres, estas fueran comparadas con la representación femenina de la telenovela con la que tenía más similitud, con el objetivo de que se visualizaran de manera clara las similitudes y las diferencias, esto permitiría tener resultados más contundentes.

14.1 Comparación 1: María Cortes de Chávez - Teresa Suarez

María Cortés de Chaves nació en Barraquilla en 1929, fue una empresaria Colombiana, que trabajaba en área cosmética, fue la fundadora de la reconocida marca de cosméticos Jolie de Vogue.

Esta mujer emprendedora colombiana solo estudio su bachillerato y dos años de comercio mercantil, después de eso comenzó a trabajar como secretaria en una empresa de cosméticos, al cabo de dos años la empresa cerró pero con los

conocimientos adquiridos María Cortés decidió emprender. A lo largo de su carrera ganó los siguientes premios: Premio "Women Entrepreneurs of the World" por la firma *The Leading* (2001), Premio Ave Fénix (2010) y Premio WCD (*Women Corporate Directors*) de las Américas (2012).

Categorización Comparativa Subcategorización De personajes	Apariencia	Descripción
María Cortes de Chávez		<ul style="list-style-type: none"> -Empresaria -Inicio de cero de madera modesta - Casada - Esfuerzo constante - Creativa e innovadora -Arriesgada -Exitosa
Café con Aroma de Mujer – 1990		<ul style="list-style-type: none"> -Empresaria -Empezó de cero y sin educación -Soltera -Esfuerzo constante - Creativa e innovadora -Arriesgada -Exitosa

Tabla 13. Análisis Audiovisual de la categoría comparación de la telenovela *Café con aroma de mujer* (1990).

Existe una notable similitud entre los personajes y el proceso de vida de estas mujeres a comparar en este caso; María Cortez de Chávez por su parte es una mujer

que empezó de cero con el ideal de montar una empresa en el garaje de su casa, con empeño, dedicación y mucho trabajo logró consolidar una de las marcas de cosméticos más importantes y conocidas en el mundo, Jolie de Vogue.

En cuanto a Gaviota una mujer campesina y sin estudios que decidió cambiar su estilo de vida y trabajar para lograr mejorar su calidad de vida con mucha determinación, empeño y trabajo duro logró ser la gerente de Cafexport una de las empresas más importantes del país.

De igual manera la forma en que estas dos figuras, sin tener muchos estudios, ni muchos recursos económicos logran cumplir con sus objetivos demuestran un empoderamiento de la figura femenina tanto en la vida real como en las telenovelas colombianas. Se puede establecer un caso de referencia y de éxito que apoya la narrativa de la telenovela Café con Aroma de Mujer.

De esta manera se puede establecer que la forma en que la narrativa de la telenovela plantea las cosas, no se limita solo a ser parte de un imaginario construido, sino que puede ser factible en la vida real.

Por otra parte es necesario recordar que no se encuentra ningún tipo de semejanza en cuanto a la apariencia física de las dos figuras femeninas comparadas.

14.1 Comparación 2: Patricia Cardoso - Beatriz Pinzón Solano

Patricia Cardoso nació en Bogotá, estudió antropología en la Universidad de los Andes, después realizó un Master en Fine Arts en la Universidad de California. Es

directora de cine, escritora y productora de televisión. En estados unidos ha trabajado con grandes empresas como: HBO, Universal, Disney, Lifetime, Hallmark, Wigs, Film Independent y Sony.

Fue ganadora del primer premio Oscar de la Academia otorgado a un colombiano en 1996 por la película El reino de los cielos. También ganó el premio Sudance de la Audiencia por la película Las mujeres de verdad tienen curvas. Además es una de las pocas colombianas que perteneces a los 774 miembros de la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas de Hollywood.

Categorización Comparativa Subcategorización De personajes	Apariencia	Descripción
Patricia Cardoso		<ul style="list-style-type: none"> - Directora, escritora y productora de cine y televisión - Antropóloga - Master en Fine Arts - Arriesgada - Innovadora - Apasionada -Exitosa

Yo Soy Betty la Fea - 1999		<ul style="list-style-type: none"> - Economista - Graduada con el promedio más alto de la facultad - Magister en finanzas - Temerosa - Independiente - Inteligente - Exitosa
----------------------------	---	---

Tabla 14. Análisis Audiovisual de la categoría comparación de la telenovela Yo Soy Betty la Fea (1999).

En el segundo caso de comparación se establece entre Patricia Cardoso y Beatriz Pinzón Solano. Por su parte Patricia Cardoso quien es una escritora y directora de cine, muy reconocida en la industria, ella se ha destacado por sus historias y específicamente por ser la primera colombiana en ganar un premio Oscar de la Academia en 1996. Es una mujer respetada y admirada dentro de su gremio.

En cuanto a Beatriz Pinzón Solano encontramos a una mujer con mucha determinación, compromiso e inteligencia, cualidades que le permitieron destacarse de manera notable dentro de un contexto al cual los estereotipos establecidos decían que ella no pertenecía. Sus capacidades la llevaron a ser la presidenta de Ecomoda, una de las empresas textiles más importantes del país.

Ambas figuras femeninas son académicamente hablando muy estructuradas, respetadas y admiradas en sus campos de desarrollo. Esto permite evidenciar como la narrativa de la telenovela no solo se centra en aspectos como el amor ideal que se debe encontrar o los roles domésticos que una mujer puede cumplir, sino que da importancia al desempeño y a la estructuración académica, que a su vez da

herramientas a la mujer para que la mujer se empodere y logre de manera exitosa sus proyectos, tanto a nivel personal como a nivel profesional.

La similitud entre la apariencia física entre estas dos figuras femeninas a comparar es notoria, no solo en los rasgos del rostro, sino también en la forma en que llevan el cabello y la opacidad y seriedad de su vestimenta.

14.1 Comparación 3: Doris Salcedo - Norma Elizondo Acevedo, Sara Elizondo Acevedo, Sara Elizondo Acevedo

Doris Salcedo nació en Bogotá en 1985, estudió Bellas Arte en la Universidad Jorge Tadeo Lozano y realizó un posgrado en Nueva York. En 1999 regresó a Colombia y dirigió la escuela de Artes Plásticas del Instituto de Bellas Artes en Cali, posteriormente fue nombrada como profesora de escultura y Teoría de Arte de la Universidad Nacional de Colombia.

Fue la primera mujer en ganar el premio Velázquez de las Artes, premio otorgado por el Ministerio de la cultura español, además ganó el Premio de Arte Hiroshima, otorgado a artistas que contribuyen a la paz.

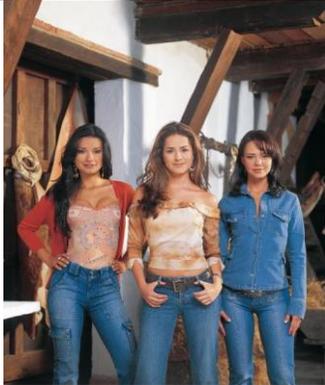
Categorización Comparativa Subcategorización De personajes	Apariencia	Descripción
Doris Salcedo		<ul style="list-style-type: none"> -Escultora -Profesora -Líder para visibilizar a las víctimas de la violencia en el país -Fuerte -Creativa -Independiente -Exitosa
Pasión de Gavilanes - 2001		<ul style="list-style-type: none"> -Independientes -Fueres -soñadoras -Trabajadoras Exitosas

Tabla 15. Análisis Audiovisual de la categoría comparación de la telenovela Pasión de Gavilanes (2003).

El tercer caso de comparación de esta investigación se establece entre Doris Salcedo y las hermanas Elizondo.

En cuanto a Doris Salcedo nos encontramos con una de las escultoras más reconocidas del país, sus obras parten de los testimonios de quienes han sufrido de manera directa o indirecta la violencia del país. Su interés por visibilizar y dar una voz de protesta a quienes ya no están demuestra fuerza y empoderio por defender los derechos y el bienestar de otros.

De igual manera ese empoderio y fuerza por defender a otro y trabajar en contra de las injusticias se manifiesta en la personalidad de las hermanas Elizondo, aunque ellas no lo hacen desde la rama artística sino desde el poder económico y estatus con el que cuentan.

Las figuras a comparar en este caso aunque en cuestiones de educación son muy diferentes, manejan principios y valores que las llevan a buscar ser independientes, luchar por otros y plantearse como líderes.

De igual manera resulta crucial destacar la importancia que se da dentro de la narrativa al mostrar las representaciones femeninas como líderes y defensoras del bienestar colectivos. El discurso maneja dentro de esta narrativa brinda otra herramienta más para resaltar la importancia de la mujer dentro del contexto social, ya que les da voz y permiten que sean visibilizadas como referentes, sean respetadas y admiradas.

Por otra parte no encuentra ningún rasgo de similitud entre su apariencia física, ni en sus vestimentas.

14.1 Comparación 4: Claudia Mosquera – Cristina Oviedo

Claudia Mosquera nació en Cartagena, es profesora asociada del Departamento de Trabajo Social e investigadora del Centro de Estudios Sociales de la Universidad Nacional de Colombia. Se graduó como Trabajadora Social de la Universidad de Cartagena y como Magister en Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Paris, también tiene un PHD en Trabajo Social de la Universidad de Laval de Canadá.

Se ha desempeñado como asesora por ONU Mujeres ante la Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación, consultora de la Fundación Panamericana Para el Desarrollo, Se desempeñó como investigadora en el Centro de Investigaciones sobre Dinámica Social- Cids- de la Universidad Externado de Colombia, también fue coordinadora y fundadora del Programa Iniciativas para la Paz y la Convivencia, actualmente es la directora del Grupo de Investigación sobre Igualdad Racial, Diferencia Cultural, Conflictos ambientales, y Racismos en las Américas negras.

<p>Categorización Comparativa</p> <p>Subcategorización De personajes</p>	<p>Apariencia</p>	<p>Descripción</p>
--	--------------------------	---------------------------

<p>Claudia Mosquera</p>		<ul style="list-style-type: none"> -Trabajadora Social -Magister en Estudios Latinoamericanos -Fomentadora de estudios culturales -Independiente -Inteligente -Exitosa
<p>Los Caballeros las Prefieren Brutas - 2010</p>		<ul style="list-style-type: none"> -Diseñadora industrial -Empresaria -Independiente -Trabajadora -Exitosa

Tabla 16. Análisis Audiovisual de la categoría comparación de la telenovela *Los Caballeros las Prefieren Brutas* (2010).

Finalmente se establece la comparación entre Claudia Mosquera y Cristina Oviedo. En cuanto a Claudia Mosquera encontramos a una mujer muy estructurada académicamente, que se ha hecho notar por sus múltiples participaciones en calidad de ponente en eventos nacionales e internacionales y por sus investigaciones.

En cuanto a Cristina Oviedo es una mujer que cuenta con su título profesional y que ejerce su profesión en la empresa que ella misma creó, su interés por mantenerse independiente y su gran compromiso la convirtieron en una de las diseñadoras más importantes del país.

La comparación entre estas dos figuras femeninas nos ofrece un perfil estructurado en todos los campos, debido a que son mujeres empoderadas, académicamente estructuradas, inteligentes, exitosas e independientes.

La necesidad de las narrativas por mostrar figuras femeninas fuertes, independientes, inteligentes se hace cada vez más notoria.

Con relación a la apariencia física no se encuentra ningún tipo de similitud entre las figuras femeninas comparadas.

La comparación entre los personajes protagónicos femeninos de las telenovelas y estas mujeres colombianas, plantea que las telenovelas plasman en gran medida las características exitosas de estas mujeres. Pero ni las representaciones presentadas en la televisión, ni las figuras femeninas colombianas representan la mujer colombiana de una manera adecuada.

15. Herramientas y técnicas

Técnica de investigación: Análisis Documental, Análisis Audiovisual
Categorización Descriptiva y Categorización Relacional.

Las técnicas que se usaron para esta investigación fueron, en su primera fase, el *análisis documental* y el *análisis audiovisual*, los cuales fueron gran utilidad ya que permitieron la recolección de los datos necesarios para el desarrollo de la investigación.

Posterior a ello y con los insumos conseguidos, se usó la categorización descriptiva para agrupar los patrones y tendencias manifestados en las telenovelas y de esta manera obtener de manera organizada los datos que esta investigación buscaba.

Por su parte la categorización relacional, fue la vía para la interacción de los datos recolectados y el posterior planteamiento de los resultados y conclusiones de la investigación.

16. Resultados

Esta investigación analizó desde diferentes ángulos la representación de la imagen femenina de la mujer colombiana plasmada en las telenovelas desde el año 1990 hasta el año 2010.

Encontrando que, la representación de la imagen femenina en las telenovelas colombianas ha sufrido una transformación directamente relacionada con las necesidades sociales, económicas y políticas del país, ya que todos los personajes protagónicos cuentan con libertades y condiciones sociales que no sobrepasan las condiciones reales de la sociedad.

Por un lado, uno de los aspectos en que más se evidencia esta transformación es en forma en que se va sexualizando cada vez más la imagen de la mujer, ya que con el paso del tiempo se le va dando más importancia a la forma de vestir, la forma en que se lleva el cabello, la forma delicada en que la mujer debe moverse y expresarse: convirtiéndose en patrones característicos de los personajes protagónicos de las telenovelas.

Por otro lado, el ideal de las actividades al que las mujeres podrían aspirar cambia con el paso del tiempo, ya que la mujer no se plantea solo como la ama de casa encargada de su esposo o sus hijos, o como la mujer que también puede trabajar; sino que se plantea el ideal de una mujer que puede no tener un compromiso de carácter marital y por el contrario puede dedicarse solo a sí misma y a su evolución, tanto en su crecimiento emocional, como en su crecimiento profesional. Planteando

que toda mujer está en condición de lograr reconocimiento social en diferentes campos.

Otro aspecto encontrado en el desarrollo de la investigación es como se plantea desde la narrativa la necesidad de crear mujeres inteligentes e independientes, aunque las telenovelas manejan el mismo prototipo sobre amores para toda la vida y luchar para alcanzarlos, también plantean como la mujer mediante la construcción social puede ser tan libre y tan exitosa como ella se lo proponga.

Se plantean situaciones en las que las mujeres pueden perfectamente desarrollar actividades que solo eran designadas a hombres debido a su nivel de importancia y además se hace mención especial a su excelente desempeño dentro de esas áreas.

En cuanto a las figuras femeninas destacadas dentro de la historia del país podemos encontrar, políticas, escritoras, científicas, actrices, doctoras, entre muchas otras; el discurso manejado entre estas siempre está basado en la superación personal, la independencia y la realización como profesionales. Sin embargo estas mujeres solo son una minoría, que debido a sus esfuerzos y a las comodidades económicas que han tenido, pudieron alcanzar éxito en las áreas en que decidieron desarrollarse. Pero esa no es la realidad de la mujer colombiana.

Se hace evidente que las narrativas manejadas en las telenovelas colombianas se esfuerzan cada vez más por crear unas representaciones femeninas con perfiles mucho más completas, brindándoles herramientas para que puedan lograr todas las proyecciones que se planteen desde diferentes ámbitos.

Además, aunque son muchas las mujeres destacadas por su labor en el país, queda claro que estas no encajan con la representación física de la mujer planteada en las telenovelas, ya que no cuentan los rasgos característicos de los personajes ficticios.

17. Conclusiones

Tomando como punto de partida los análisis en los resultados obtenidos de la investigación “La Televisión Colombiana Como Constructora De La Representación De La Imagen Femenina Entre 1990 Y 2010” mediante el desarrollo planteado en el marco referencial, los objetivos y la metodología de la misma, pudimos establecer las siguientes conclusiones.

La representación de la imagen femenina en las telenovelas evoluciona de acuerdo a las necesidades sociales, económicas y políticas del país, eso incluye, las actividades que pueden realizar, profesiones que desempeñan, libertad de pensamiento, forma de vestir y forma de comportamiento. De esta manera el nivel de fidelidad de esta representación de la imagen femenina puede considerarse acorde a la realidad. Ya que denota las características sociales, económicas y políticas de la mujer colombiana y su entorno.

Pero el aspecto en el cual no se obtiene una representación fidedigna de la imagen de la mujer es en lo físico, es necesario para que las audiencias sean altas que los personajes femeninos cuenten con figuras esbeltas y rostros bellos; no conforme con esto, también es necesario hacer que tanto estos cuerpo como esos rostros sean más llamativos, razón por la que usan altas cantidades de maquillaje y ropa que las haga ver aún más atractivas y sensuales. Demostrando como el nivel de sexualización del cuerpo femenino está en aumento.

La telenovela no solo cumple como forma de entretenimiento, también sirve como constructora de imaginarios, estereotipos y representaciones en sus audiencias,

de ahí parte la importancia y reconocimiento que han tenido las telenovelas analizadas en esta investigación, ya que no solo hablan de amor, sino que mediante sus representaciones de la imagen femenina, permiten la identificación de sus audiencias con estas, acción que conlleva a un alto nivel de audiencias.

En conclusión el prototipo de mujer colombiana representado en las telenovelas colombianas no representa la imagen real de la mujer colombiana, no solo porque desconoce las condiciones sociales, económicas y políticas de la mujer colombiana; por el contrario se concentra en crear estereotipos que cuenten con algunas características básicas que pueden generar empatía con las audiencias.

18. Referencias

- (2008). *Análisis de la cosificación de la imagen femenina, en el contexto de una sociedad patriarcal: un factor que incide en las manifestaciones de trastornos alimentarios en mujeres adolescentes*. San José.
- ACIM Colombia. (Octubre de 2018). *ACIM Colombia*. Obtenido de <http://www.acimcolombia.com/estudios/estudio-general-de-medios-egm/>
- Aguado, M., & Nevares, L. (s.f.). *Comunicación no verbal*.
- Araya, R. D. (2006.). *Análisis de la cosificación de la imagen femenina, en el contexto de una sociedad patriarcal: un factor que incide en las manifestaciones de trastornos alimentarios en mujeres adolescentes*. San José.
- Barbero, M. (1992). *Televisión y melodrama Géneros y lecturas de la televisión en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo.
- Barrera, A. (02 de 10 de 2015). El gran negocio de las telenovelas. *El país* .
- Bernal, M. J. (2014.). *Aproximación a la noción de mujer-objeto. Consideraciones entre las teorías feministas y la teoría del intercambio simbólico de Jean Baudrillard*. Bogotá.
- Cobo, B. R. (2015.). *El cuerpo de las mujeres y la sobrecarga de sexualidad*. Universidad de A Coruña.
- Fontcuberta. (1994). Imagen, mujer y medios. En M. V. (editora), *Pensar las diferencias* (págs. 149-176). Barcelona: Instituto Catalan de la Mujer.
- García, S. F. (s.f.). *ANALIZAR LA IMAGEN: LA CRISIS DE LA BELLEZA Y LA EVOLUCIÓN DE LAS IDEAS ESTÉTICAS, UN RECORRIDO HISTORIOGRÁFICO*. Madrid.: Universidad Complutense de Madrid.

- Linares, P. (2003.). *Peirce y la Teoría de los Signos*. Filosofía Contemporánea.
- Maestre, A. (2010). *Desarrollo del Lenguaje Verbal*.
- Metz, C. (1974). El estudio semiológico del lenguaje cinematográfico. *Lenguajes*, 37-51.
- Meza, A. (11 de 10 de 2015). *El País*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2015/10/07/eps/1444234026_442776.html
- Monje, A. C. (2011). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA*. Nevia.
- Ortiz, M. J. (2018). *Narrativa Audiovisual Aplicada a la Publicidad*. RUA.
- Peirce, S. (s.f.). *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires.: Ediciones Nueva Visión.
- Pulecio, M. E. (s.f.). *El Cine: Análisis y Estética*.
- Quinta, A. M. (2006.). *Tópicos de actualidad*. Lima.: UNMSM.
- Quintana, A., & Montgomery, W. (. (2006.). *Psicología: Tópicos de actualidad*. Lima.: UNMSM.
- Quintana, A., & Montgomery, W. (. (2006.). *Psicología: Tópicos de actualidad*. Lima.: UNMSM.
- Redaccion El Tiempo. (27 de 09 de 2016). Los países son los que más consumen telenovelas, indica estudio. *El Tiempo*, pág. 3.
- Riasole Raimondi, M. (19 de 04 de 2011). *La telenovela en América Latina: experiencia de la modernidad en la región y su expansión internacional (ARI)*. Recuperado el 25 de 05 de 2019, de Real Instituto ELCANO:
http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/3e2df280468ddca6b698bfc4d090bb2e/ARI74-2011_Raimondi_Telenovela_America_Latina.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=3e2df280468ddca6b698bfc4d090bb2e

Rojas, D. (2006). *Análisis de la cosificación de la imagen femenina, en el contexto de una sociedad patriarcal: un factor que incide en las manifestaciones de trastornos alimentarios en mujeres adolescentes*. San José: Universidad Estatal a Distancia Sistema de Estudios de Posgrado.

Sanchez, O. (1994). *Las mujeres en la década de 1985 1995*. Bogota.

Silva, A. (2006). *Imaginarios Urbanos*. Bogotá: Arango Editores.

Strauss, A., & Corbin, J. (2002.). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín.: Editorial Universidad de Antioquia.

Van Dijk. (2005). *Ideología y análisis del discurso*. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra.