



Ciudadanos de ficción: representaciones y discursos ciudadanos en las telenovelas mexicanas



En este libro sostengo como premisa de partida que las televisoras mexicanas están apostando a la ficción como una nueva manera de fijar la “agenda”, salvo que a diferencia de lo que ocurre en los noticieros, género tradicional para el análisis y observación de la llamada *agenda setting*, las telenovelas no sólo permiten incorporar temas y problemáticas de manera racional, sino que además ofrecen para los mismos posturas y acciones muy puntuales que indican –ya– a la audiencia no sólo en qué pensar sino también “cómo pensar, actuar y, sobre todo, sentir y sentirse ante problemas muy específicos”. Por medio de las dimensiones

político-institucional, económica y narrativa expondré que las telenovelas mexicanas están en plena reconfiguración, lo cual no significa el abandono de su anterior modelo (Televisa) sino al contrario; lo que busco es ver de qué manera éste se ha adaptado o no a los nuevos tiempos ficcionales que amenazan con cubrir de publicidad y política sus narrativas. Que la telenovela decida romper su cerco narrativo (y simbólico) para acercarse a la discusión pública de diversas y múltiples problemáticas sociales requiere de un nuevo planteamiento teórico-metodológico que dé cuenta de esas otras formas de conectar la realidad con la ficción.

Ciudadanos de ficción:
representaciones y discursos ciudadanos
en las telenovelas mexicanas

COLECCIÓN GRADUADOS
Serie Sociales y Humanidades

Núm. 2

Humberto Darwin Franco Miguez

Ciudadanos de ficción:
representaciones y discursos ciudadanos
en las telenovelas mexicanas

Universidad de Guadalajara

2012

302.234

FRA

Franco Migués, Humberto Darwin

Ciudadanos de ficción: representaciones y discursos ciudadanos en las telenovelas mexicanas / Humberto Darwin Franco Migués.

1ª ed.

Guadalajara, Jal.: Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Coordinación Editorial, 2012

Colección: Graduados 2011

Serie: Sociales y Humanidades ; Núm. 2

Obra completa ISBN 978-607-450-561-0

Vol. 2. ISBN E-book 978-607-450-589-4

1.- Medios de comunicación de masas.

2. Análisis de contenido (Comunicación) – Investigaciones.

3.- Simbolismo en la comunicación.

4. Comunicación – Investigaciones.

5.- Televisión y cultura.

6. Ciudadanía.

I.- Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades.

Primera edición, 2012

D.R. © Universidad de Guadalajara

Centro Universitario

de Ciencias Sociales y Humanidades

Coordinación Editorial

Juan Manuel 130

Zona Centro

Guadalajara, Jalisco, México

Obra completa ISBN 978-607-450-561-0

Vol. 2. ISBN E-book 978-607-450-589-4

Editado y hecho en México

Edited and made in Mexico



PROGRAMA INTEGRAL DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

Esta edición fue financiada con recursos del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI) 2011 a cargo de la Secretaría de Educación Pública.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN ■ Telenovela y ciudadanía: ¿es posible?	8
CAPÍTULO I ■ La representación ciudadana en la ficción	14
Ciudadanía mediática, una nueva dimensión de lo ciudadano	20
<i>Alma de Hierro</i> , el estudio de un caso peculiar	21
La ciudadanía en la telenovela	22
CAPÍTULO II ■ ¿La telenovela es un producto para pensar lo social? Composición simbólica del género melodramático	25
Telenovela y realidad	25
La construcción de la narración-realidad: relato y narrativas mediáticas	28
El melodrama: entre el género y la industria	30
Construcción narrativa: entre la producción y el consumo	32
Las telenovelas en México	34
CAPÍTULO III ■ La ciudadanía y la telenovela, una relación posible	38
Ciudadanía, un breve recorrido	39
Ciudadanía comunicativa: la construcción del ciudadano mediático	43
Ciudadanos de ficción: representación ciudadana en la telenovela	45

CAPÍTULO IV ■ El modelo Televisa: puntos de ruptura, dimensiones configurativas del cambio narrativo-temático de las telenovelas mexicanas	50
Dimensión político-institucional	50
Naturalización de la política, <i>marketing</i> político y ficción televisiva	52
Dimensión económica	58
La telenovela: un gran comercial	60
La telenovela como marca y franquicia	62
Dimensión narrativa	64
La telenovela “sale del clóset”	65
Combinación de géneros: mutaciones narrativas	66
Cambios en la oferta y consumo: la llegada y apertura de nuevas narrativas	67
CAPÍTULO V ■ La telenovela, un análisis de su composición simbólico-discursiva	71
La telenovela como texto y pretexto	72
¿Análisis oral (textual/discursivo) o audiovisual?	74
Análisis Crítico del Discurso (ACD)	75
Textualidades e intertextualidades: dos fronteras discursivas de análisis	78
Indicadores textuales	78
Entretejidos narrativos: las historias que componen <i>Alma de Hierro</i>	80
Representación ciudadana y dimensiones de la ciudadanía	83
Indicadores intertextuales	84
“Integración” de las herramientas metodológicas	84
CAPÍTULO VI ■ Telenovelas vemos, ciudadanos no sabemos: prácticas y discursos ciudadanos en la telenovela <i>Alma de Hierro</i>	86
“Abortemos la ley, no la vida” (contexto social)	87
Contexto ficcional	89
¿Ley de Interrupción Legal del Embarazo: una opción narrativa o una coyuntura ficcional?	90

La opción narrativa	91
“Podrán ser legales, pero nunca morales (contexto social)	101
¿Ley de Sociedad de Convivencia: opción narrativa o coyuntura ficcional?	104
Contexto ficcional	106
“Con todas las de la ley”	107
La opción narrativa	111
LSC: una coyuntura ficcional	121
CONCLUSIONES ■ Los ciudadanos que vemos	124
BIBLIOGRAFÍA	133
ANEXOS	140

INTRODUCCIÓN

Telenovela y ciudadanía: ¿es posible?

¿Existen ciudadanos en las telenovelas? Es quizá la primera pregunta que se hace el lector de este libro, conocedor por herencia familiar o cultural de que las telenovelas mexicanas nunca han sido productos televisivos donde la política, los problemas sociales y mucho menos la ciudadanía estén presentes.

Estos temas se hablan en géneros “serios” como los noticieros o los programas de opinión; primero, porque es ahí –¿más que en otros sitios?– donde la audiencia se acerca para informarse y entender lo que sucede a su alrededor y, segundo, porque son este tipo de producciones –¿y no otras?– las que buscan “acercarse” al ciudadano para saber lo que opina o siente respecto a su realidad social.

Las telenovelas, alejadas históricamente de esos objetivos, se han situado más en la frontera del entretenimiento y por tanto han permanecido, hasta ahora, al margen de la realidad político-social de México,¹ pues difícilmente uno pensaría que en sus temáticas y narrativas, avocadas plenamente al amor y al drama, existen elementos para pensar y discutir las problemáticas contemporáneas que tanto aquejan y lastiman a los televidentes/ciudadanos que las miran y consumen.

En sus más de cinco décadas de existencia, las telenovelas mexicanas se han caracterizado por ser la “escuela sentimental” de varias generaciones, más que un lugar desde donde fuera posible discutir los asuntos públicos. Esto no porque ese tipo de asuntos no aparecieran anteriormente en sus temáticas, sino porque la construcción narrativa dedicada toda al espacio íntimo-privado, pocas veces dejaba entrever que lo que ahí sucedía tenía implicaciones también en lo no privado, en lo público.

Sin embargo, sostengo que no por situarse en las esferas íntimas-privadas de sus personajes las telenovelas eluden su papel como formadoras de imaginarios sociales; al contrario, sus narrativas hacen que lo “privado o personal sea político” (Benhabid, 2004), porque son esos dramas y problemas de ficción los que muchas veces se vuelven

¹ Con la excepción de la telenovela *Nada personal* (Tv Azteca, 1996).

referentes importantes para que sus audiencias piensen o actúen con base en la amplia gama de temáticas que éstas les puedan ofrecer.

La telenovela como género paradigmático del palimpsesto televisivo mexicano (y latinoamericano) constituye en sí misma un producto y mercado simbólico desde donde se construyen y de-construyen múltiples significaciones y representaciones sociales. Es en esas reconstrucciones/representaciones de las pasiones, sueños y emociones de las audiencias donde la telenovela –vía sus narrativas y temáticas– encuentra una conexión, una huella de identificación con quienes las miran; son sus contenidos y sus cambios, como ha expresado Jesús Martín-Barbero (1988), donde se conjuntan los imaginarios de lo que somos y queremos ser, a la par del reconocimiento que se hace –en ellas– respecto a los cambios que acontecen en la realidad que vivimos.

¿Es posible pensar que los cambios narrativos de las telenovelas también nos hablan de los cambios de nuestro entorno? “¿Qué reconocemos o dejamos de reconocer en la telenovela *mexicana*² que nos permite hipotetizar sobre los cambios de la realidad que la ficción intenta representar?” (Victoria, 2008: 20).

Ideadas, producidas y materializadas bajo el “Modelo Televisa” como lo ha establecido la investigadora argentina Nora Mazzotti (1996, 2006),³ las telenovelas mexicanas se han realizado en un esquema donde, esencialmente, reinan los aspectos melodramáticos, sentimentales, maniqueístas e incluso los vinculados a la moral religiosa –de corte católico– por encima de los temas sociales o políticos.⁴ Tal es su desarraigo, que hasta 1996⁵ las telenovelas no presentaron vínculos explícitos con la realidad social que intentaron representar, ya que en sus historias no existían ni países ni ciudades reconocibles.

Sus pilares narrativos históricos como la familia nuclear (padre, madre e hijos), el drama del reconocimiento (madres que buscan a sus hijos e hijos que buscan a sus padres), el ascenso social, la imagen de la mujer abnegada y, sobre todo, los preceptos religiosos no habían permitido la creación de temáticas que, justamente, fueran contrarias a esa realidad ficcional, pues de manera constante los dramas de las telenovelas

² En el texto original aparece la palabra “argentina”, utilizo las cursivas como una reapropiación de la pregunta al contexto mexicano.

³ La investigadora engloba a la industria y producción de telenovelas en América Latina mediante seis modelos: argentino, venezolano, colombiano, Miami (Estados Unidos), brasileño (Tv Globo) y mexicano (Televisa).

⁴ En otros modelos como el brasileño apuestan a que sus telenovelas se fundamenten en la realidad social como motor narrativo.

⁵ Fecha paradigmática, ya que fue el año en que Televisa perdió el monopolio de la ficción al estrenarse en las pantallas de Tv Azteca la telenovela: *Nada personal*, producción que rompió con más de cuarenta años de tradición telenovelera al basar su narrativa y temática en los vínculos de corrupción entre la clase política y el crimen organizado (Dorcé, 2005).

mexicanas buscaban desviar la mirada de lo social-real y no incidir en ello, como reiteradamente lo ha mencionado la propia Nora Mazziotti.

Sin embargo, lo que sucede hoy en día en las telenovelas está muy lejos de esa aparente ingenuidad o total desvinculación de lo social, ya que existen indicios importantes y constantes para reconocer que la telenovela en México se está reconfigurando industrial y culturalmente, aunque esto no lo reconozcan necesariamente así sus productores.

Actualmente en las narrativas de la ficción mexicana se promocionan no sólo productos comerciales de toda índole y en todo momento (dentro y fuera de la telenovela, con menciones directas o indirectas de sus personajes e incluso como parte de la trama narrativa), sino que también –por la vía comercial– se presentan, promocionan y discuten derechos y obligaciones ciudadanas, programas públicos, logros gubernamentales, partidos políticos y políticos devenidos en actores.⁶

La reciente incorporación del *marketing político* en la ficción televisiva y las implicaciones que esto conlleva se entienden mejor en el clima político generado por la Reforma Electoral del año 2007. Esta legislación prohibió a los partidos políticos la contratación de *spots* en medios de comunicación. Con las modificaciones, es el Instituto Federal Electoral (IFE) y no los partidos políticos quien se encarga de otorgar y distribuir, en los tiempos oficiales y fiscales, los espacios para que éstos y sus políticos tengan presencia y visibilidad mediática.

Esta ley también prohíbe a terceros –en donde se incluye a los propios medios– la contratación de tiempo aire en radio y televisión para evitar la presencia de *spots* que tengan como intención denostar a algún partido o candidato.⁷ Con esto se mermó no sólo el capital financiero de los medios mexicanos, principalmente del duopolio televisivo Televisa y Tv Azteca, sino también su capacidad simbólica para influir de esta manera en las elecciones y en la política.

La erradicación del principal vehículo para el debate político en los medios (los *spots*) ha permitido a las televisoras explorar y materializar en otros formatos sus posturas político-ideológicas.⁸ En este sentido, la propaganda en las telenovelas, no con-

⁶ Como en el caso de Enrique Peña Nieto, exgobernador del Estado de México y candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI) para las elecciones presidenciales del 2012.

⁷ Como ocurrió en las elecciones presidenciales de 2006 con los múltiples *spots* que calificaban al candidato de la izquierda, Andrés Manuel López Obrador, como “un peligro para México”, o aquellos que señalaban al ahora presidente, Felipe Calderón, de fascista y corrupto (Juárez, 2009).

⁸ El fútbol también ha sido parte de las innovaciones del marketing político en televisión, pues en la semifinal del torneo mexicano disputada por los equipos Pumas y Puebla (transmitida por Televisa el 25/05/09), sin motivo aparente un reportero entrevistó al entonces candidato a la delegación Miguel Hidalgo en el Distrito Federal por el PAN, Demetrio Sodi. El político habló de sus planes de gobierno enfundado en una playera del equipo Pumas.

templada en la ley, se ha convertido en el terreno furtivo para que las televisoras, el gobierno y los partidos políticos “naturalicen” sus ideas, propuestas y logros dentro de la trama e intimidad de los personajes de ficción.

¿Por qué en las telenovelas? Porque éstas representan uno de los productos televisivos de mayor tradición y consumo dentro de las familias mexicanas; prueba de ello es que de los 20 programas más vistos en el 2010 en la televisión nacional, los tres primeros lugares fueron telenovelas con *ratings* superiores a los 25 puntos (IBOPE AGB México y Obitel México, 2010), vistas –en su mayoría– por una audiencia mayor de edad, es decir, ciudadanos con la capacidad de votar.

Las telenovelas, por su doble lógica comercial y simbólica, son el género que más conexión tiene con la audiencia y los anunciantes; es decir, y aludiendo a Martín-Barbero (1988), son éstas las que mejor conjuntan las lógicas comerciales y de consumo como ningún otro producto televisivo y esto naturalmente las convierte en el lugar idóneo para “naturalizar o ficcionalizar” posturas político-ideológicas que, disfrazadas de drama y sentimentalismo, se podrían celebrar y aceptar igual –desde el texto– que un triunfo amoroso.

En este libro sostengo como premisa de partida que las televisoras mexicanas están apostando a la ficción como una nueva manera de fijar la “agenda”,⁹ salvo que a diferencia de lo que ocurre en los noticieros, género tradicional para el análisis y observación de la llamada *agenda setting* (McCombs y Shaw, 1972), las telenovelas no sólo permiten incorporar temas y problemáticas de manera racional, sino que además ofrecen para los mismos posturas y acciones muy puntuales que indican –ya– a la audiencia no sólo en qué pensar sino también “cómo pensar, actuar y, sobre todo, sentir y sentirse ante problemas muy específicos” (Franco y Orozco, 2010b).

De ahí que de forma paulatina y constante en las narrativas de la ficción mexicana se han asomado con o sin contextualización problemáticas como la violencia social, el narcotráfico, la corrupción de la política, la diversidad sexual, los matrimonios *gays*, el aborto, la renta de vientre, la migración, el sida, la trata de blancas, la contaminación ambiental, la promoción electoral, entre otros.

Estos cambios narrativo-temáticos no sólo han propiciado un cambio de 360 grados en el modelo Televisa (Orozco, Huizar, Franco y Hernández, 2010), sino que también han permitido observar que dichas configuraciones no sólo atañen a las televisoras que hasta ahora se dividen el mercado de la telenovela en México, Televisa y Tv Azteca,¹⁰

⁹ La investigadora brasileña, María Immacolata Vassallo (2006) ha precisado que también vía la ficción se podría constituir un tipo de agenda donde sea posible detectar el tipo de temáticas que las telenovelas le están proponiendo a la audiencia.

¹⁰ En el trascurso de esta investigación, la cadena de televisión privada Cadena Tres, perteneciente al grupo Imagen, en conjunción con la productora Argos entraron a la industria de la telenovela al estrenar (19/04/10) la telenovela *Las Aparicio*. Por su parte, la televisora pública Canal Once pro-

sino también a diversas instancias –gobiernos, partidos políticos y empresas– que fuera de ellas inciden y pujan desde lo comercial e institucional para que éstas modifiquen sus procesos de producción, distribución y consumo.

Este libro propone analizar dichos cambios desde tres dimensiones que interna o externamente han influido para que las telenovelas mexicanas rompan su modelo histórico de producción.

- *Dimensión político-institucional.* Modificaciones legales que han orillado a las televisoras a buscar nuevos canales y formatos para naturalizar sus posturas político-ideológicas.
- *Dimensión económica.* Estrategias mercantiles que insertas dentro y fuera de la ficción han incidido como unidades significativas en los cambios narrativos-temáticos. Técnicas como *brand placement*, *product placement*, *merchandising social*, *engagement* y *marketing político* han modificado la telenovela al introducir en ella no sólo publicidad comercial sino también política y gubernamental.
- *Dimensión narrativa.* Mutaciones/cambios en las narrativas de la telenovela producto de la apertura de ésta a los mercados globales, acción que ha potencializado, por un lado, la estandarización de los contenidos y por otro la adaptación/apertura hacia nuevas temáticas que escapan del mercado local para incorporarse a los gustos globales.

Por medio de estas dimensiones expondré que las telenovelas mexicanas están en plena reconfiguración, lo cual no significa el abandono de su anterior modelo (Televisa) sino al contrario; lo que busco es ver de qué manera éste se ha adaptado o no a los nuevos tiempos ficcionales que amenazan con cubrir de publicidad y política sus narrativas. Que la telenovela decida romper su cerco narrativo (y simbólico) para acercarse a la discusión pública de diversas y múltiples problemáticas sociales requiere de un nuevo planteamiento teórico-metodológico que dé cuenta de esas otras formas de conectar la realidad con la ficción.

El interés específico es describir aquí la manera en que las telenovelas buscan conjuntar las prácticas y derechos ciudadanos con los dramas y problemas de sus personajes, y más cuando lo hacen con derechos muy polémicos como el aborto o la unión civil entre personas del mismo sexo. En el *Capítulo I* se establece que hoy más que nunca la conformación y constitución de ciudadanos pasa por la interacción que sostenemos con las diversas pantallas. De tal suerte que hablar de las representaciones ciudadanas en la ficción se presenta como una oportunidad teórica para establecer los vínculos entre dos conceptos que aparentemente no están vinculados entre sí: telenovela-ciudadanía.

dujo entre 2009 y 2010 dos series *XY* y *Bienes y raíces*. Estas tres producciones no sólo rompieron el monopolio de la ficción sino que además lo hicieron con temáticas y un lenguaje coloquial fuertes.

Esta vinculación se explica mediante los dos casos a analizar en esta obra: la Ley de Interrupción Legal del Embarazo (LILE) y la Ley de Sociedad de Convivencia (LSC), y la forma en cómo ambos derechos fueron “naturalizados” en la narrativa de *Alma de Hierro* (Televisa, 2009).

La telenovela y su composición simbólico-discursiva serán explicadas en el *Capítulo II*. Aquí se abordará a la telenovela no sólo desde su constitución narrativa/discursiva sino también a través de aquellos elementos de género y formato que están implicados en el proceso de producción, distribución y consumo de la telenovela mexicana.

Una revisión sucinta del concepto de ciudadanía y la forma en cómo éste puede ser aplicado al estudio de la telenovela se encuentra en el *Capítulo III*. Este capítulo es clave porque ahí se fundamenta teóricamente el concepto de “ciudadano de ficción”, noción mediante la cual se llama a la representación ciudadana que está directamente vinculada a las acciones que los personajes de ficción ejercen cuando quieren hacer valer un derecho o cuando éstos inhiben el derecho de otros en función de los valores morales que reinan en el mundo diegético de la telenovela.

En el *Capítulo IV* se abordan los cambios y rupturas que han reconfigurado el modelo de producción de las telenovelas en México (modelo Televisa). En este capítulo se explican a detalle las dimensiones de cambio: político-institucional, económica y narrativa, ya que considero son las causantes del cambio narrativo/temático que está siendo (o haciendo) posible la existencia del *ciudadano de ficción* dentro de las telenovelas.

En el siguiente apartado, el *Capítulo V*, el lector podrá acercarse a la propuesta metodológica que busca mirar todos estos cambios de la telenovela desde una perspectiva intertextual; es decir, no sólo ver a la telenovela en cuanto texto sino también como un producto televisivo que se nutre del contexto para volver significativos sus mensajes. A la par que se hace énfasis en lo que hoy sucede con la telenovela, se profundiza en el por qué directamente ésta busca, vía su narrativa, influir en la opinión pública mediática y dar una visión muy puntual de determinadas problemáticas sociales o, en este caso, de derechos ciudadanos específicos.

El *Capítulo VI* directamente expone cómo *Alma de Hierro* funcionó como una telenovela-agenda que posicionó en su narrativa no sólo una opinión específica sobre la LILE y la LSC sino que además dotó a ésta de una carga simbólica capaz de inhibir ficcionalmente tanto al derecho como al ciudadano que lo ejerce.

Finalmente, en las conclusiones se advierte del peligro que se tiene al dejar en manos de la ficción la discusión pública de los derechos ciudadanos, pues en la *agenda ficcional* no sólo se deja en claro “cómo pensar, vivir y sentir” determinado derecho sino que también se puntualiza –en una especie de moraleja– que dichos “derechos podrán ser legales, pero no morales”.

CAPÍTULO I

La representación ciudadana en la ficción

El cambio en las telenovelas mexicanas no es únicamente político o mercantil sino también “cultural mediático”, ya que ahora las telenovelas –¿y no los noticieros? – parecen ser un mejor y más emotivo canal para la discusión privada y pública de diversos derechos ciudadanos que tras su aprobación no sólo se han vuelto polémicos, sino incluso indeseables desde el punto de vista moral/religioso.

Y no es que el elemento ciudadano estuviera erradicado o vetado en las telenovelas mexicanas anteriores a 1996, sino que la propuesta existente era más bien pasiva y acrítica, porque si algo han enseñado las telenovelas a la audiencia nacional es “a contenerse y aguantar las desdichas de la vida” (Cueva, 2010).

La pasividad de sus personajes aunada a la iniquidad en sus acciones por la diferencia entre lo que pueden decir y hacer en ellas hombres y mujeres, no son los únicos elementos para pensar que la telenovela ha fungido y funge como una propuesta clave en la conformación de ciudadanos, dado que éstas han influido de las siguientes maneras:

Al privilegiar al espacio privado como único lugar de referencia para la vida cotidiana. Automáticamente se excluye cualquier otro tipo de espacio o escenario social colectivo, público. No se niega su existencia de manera explícita, pero no se menciona ni se refiere, anclando la trama en el único espacio privilegiado: el íntimo-privado.

Al visibilizar u ocultar problemáticas obstaculizando el debate público. La manera de ventilar y/o discutir los temas y problemáticas que surgen en la ficción regularmente tratan de solucionarse en una sola dimensión: la afectiva y/o la privada. Pareciera que en la telenovela todo es cuestión de amores, de afectos, no de hechos, ni de responsabilidades ciudadanas.

Al exhibir o inhibir derechos y obligaciones propiciando el respeto, conocimiento, cumplimiento o incumplimiento de los mismos. Pareciera que en la telenovela no hay nada escrito, ni reglas ni leyes, que trasciendan la trama misma y a sus personajes, sino que la manera de dirimir los problemas queda a la deriva de la circunstancia afectiva o en todo caso referida a un *sensorium* o consenso invisible, cultural, reconocible por la audiencia.

Al promover acciones de inclusión o exclusión de manifestaciones sociales diversas que generen procesos de tolerancia y respeto. La racionalidad o la “figura de razón” que opera en muchos de los juicios no tiene nada que ver con un código de ética y a veces ni siquiera con una moralidad católica, sino que se nutre de juicios y nociones diversas que emergen y se justifican en aspectos afectivos de la narrativa de las telenovelas (Franco y Orozco, 2010a: 81).

Estos factores se suman a las posiciones abiertas y activas con las cuales las telenovelas mexicanas actualmente comienzan a posicionar en sus narrativas y temáticas determinados derechos ciudadanos que sirven –de texto y pretexto– para discutir y proponer desde la ficción su alcance y validez.

No obstante lo anterior, hay que aclarar que las telenovelas mexicanas y los derechos ciudadanos no han estado separados del todo, pues dentro de sus historias se han representado derechos como: la adopción, el matrimonio civil, el reparto de bienes, la patria potestad, la demanda penal y el divorcio; la gran diferencia estriba en que las “nuevas narrativas” no apuestan a que la acción ciudadana se vehicule a la maldad,¹ como tradicionalmente se ha hecho, sino que buscan que estas representaciones conformen prácticas y discursos ciudadanos capaces de conjuntar la acción de sus personajes con los sentires sociales y mediáticos generados en relación con la discusión pública del derecho representado.

Aquí se entiende el concepto de representación como el modelo creado, elaborado y compartido en el ámbito social que permite a los individuos crear un patrón mental, sentimental y racional respecto a algún objeto o situación (Rodríguez, 2009). Si bien estas representaciones son esquemas socio-culturales, es mayoritariamente a través de los medios que las audiencias construyen y reconstruyen esos esquemas sociales al compararlos con las nuevas imágenes que de ellos y otros surgen en los diversos formatos y contenidos mediáticos.

Cuando se estudian las representaciones sociales en la cultura mediática se está estudiando cómo una entidad del espacio público proyecta una visión de un objeto social, cómo se objetivan saberes especializados, divulgados y aplicados en sus productos y cómo se anclan con saberes preexistentes generados en otras instancias de socialización y que forman parte del sentido común de determinadas categorías sociales (Rodríguez, 2009: 30).

Por tanto, una representación ciudadana –dentro de la ficción– será el modelo que se construye en relación con el personaje que manifieste abierta o parcialmente su in-

¹ Los valores dicotómicos de las telenovelas han hecho que los malos sean quienes asuman una iniciativa más abierta en torno a conseguir un fin por medio de un derecho: “Cuando me divorcie de él me voy a quedar con su dinero”, “No tendré derecho a nada hasta que no me reconozca como su hijo”, son dos ejemplos de ello.

terés por materializar o inhibir algún derecho u obligación, ya sea para sí mismo o en función de las problemáticas de un tercero. Para fines de este estudio propongo nombrar a esta representación *ciudadano de ficción*.

Ciudadano en cuanto a que alude a la *dimensión civil* de la ciudadanía para exigir y validar el ejercicio de sus derechos y el cumplimiento de sus obligaciones; y a la *dimensión cultural* para jerarquizar, otorgar, validar, intervenir y asesorar en el uso de los derechos/obligaciones de otros personajes.

Utilizaré sólo dos de las cinco dimensiones que componen al concepto de ciudadanía (política, civil, social, económica y cultural), debido a que las dimensiones *civil* (referente a la constitución de derechos y obligaciones) y *cultural* (proceso cultural por el cual la relación ciudadano-ciudadano y no ciudadano-Estado es lo que determina el ejercicio de los derechos y obligaciones) fueron las dimensiones más reiterativas dentro de la observación general de la ficción mexicana (junio 2008-marzo 2010) y al interior de la propia narrativa de la telenovela *Alma de Hierro*, caso de estudio de esta investigación.

En este sentido, el concepto de ciudadanía cultural será clave para entender cómo desde la ficción se recrea/representa una plataforma cultural y simbólica que pone a discusión la consideración de “las pertenencias y adscripciones” desde las cuales se nutren las representaciones ciudadanas que la ficción intenta plasmar; éstas están totalmente relacionadas con las políticas de representación de identidad que se gestan desde los medios de comunicación (Reguillo, 2005) y que en las interacciones sociales son re-interpretadas por las audiencias para “construir su entorno cotidiano” (Buonnano, 2002).

Por tanto, el objeto central de esta publicación es analizar cómo los dispositivos de representación mediática se inscriben productiva y simbólicamente en la definición de los *ciudadanos de ficción*, todo esto en función de las *prácticas* que realizan y los *discursos* con los que sustentan la acción o inacción de sus derechos/obligaciones dentro de la narrativa de las telenovelas mexicanas.

No obstante, ni todos los derechos ni todas las *prácticas* y *discursos ciudadanos* están presentes en las telenovelas mexicanas, pues su visibilidad mediática² depende, en gran medida, de la importancia de los derechos y del revuelo político-social que generen a su alrededor; esto aun cuando su ejercicio y validación sólo sean efectivos en determinada demarcación territorial.

² Para John B. Thompson (1998), “visibilidad mediática” es la capacidad de los medios (media, en su texto) para hacer que lo público no sólo signifique abierto o disponible al público, sino principalmente “visible u observable”, al hacer esto los medios son los encargados de administrar la visibilización tanto de objetos, sujetos, ideas, movimientos, luchas, etc. Con ello –desde el autor– su papel es fundamental al construir un espacio y discurso público que busca alterar el carácter simbólico de la vida social.

Me refiero específicamente a la Ley de Interrupción Legal del Embarazo (LILE) y la Ley de Sociedad de Convivencia (LSC), ambas aprobadas por la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (ALDF) en noviembre de 2006 y abril de 2007, respectivamente. Curiosamente ambas representadas en la telenovela *Alma de Hierro* (Televisa, 2008-2009).

Estas legislaciones, consideradas como las más vanguardistas del presente siglo, también han sido las más controvertidas porque expusieron pública y mediáticamente la polarización social que existe cuando la acción jurídica intenta legislar sobre situaciones o problemáticas que contravienen a la moral religiosa.

Los medios de comunicación como extensiones –cuasi naturales– del espacio público colocaron ambos derechos en el ojo del huracán al generar y favorecer el debate público (mediático) en torno a ellos; por ese motivo, noticieros, programas de opinión y diversos *spots* contribuyeron directamente a que la visibilidad mediática, a favor o en contra de estas legislaciones, incrementara y nutriera el debate social, legislativo, jurídico y religioso.

El espacio público-mediático, que puede ser entendido como la parte del espacio público que se construye en los medios de comunicación (Paoli, 2007; León, 2009), pretende administrar la opinión pública al construir discursos simbólicos donde “lo dicho o construido” busca trascender al fenómeno social de referencia; en este caso, lo generado en los medios mexicanos en relación con el aborto y con la unión civil entre personas del mismo sexo tenía la intención de colocar los valores morales por encima de las razones sociales, jurídicas e, incluso, científicas que englobaron y avalaron la aprobación de dichos derechos.

Aunque cabe hacer la aclaración que ambas leyes, si bien contravienen a la moral, no tienen las mismas implicaciones; en la LILE lo que está en juego es la vida y, por tanto, las repercusiones sociales, morales y religiosas son mayores al discutirse desde la ética y la moral. Con la LSC ocurre un fenómeno dispar, ya que las uniones gay –más allá de la moral– son más toleradas por los mexicanos, pues las repercusiones no van más allá de la materialización civil de la unión entre personas del mismo sexo y, por ello, socialmente este derecho es más aceptado.

A pesar de las amplias coberturas mediáticas y de las intensas movilizaciones de grupos conservadores y religiosos, ambas leyes aún se encuentran vigentes y no existe en ellas ningún rastro de anticonstitucionalidad, ya que la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) determinó declarar la constitucionalidad de ambas leyes a pesar de las controversias constitucionales que interpusieron tanto el gobierno federal como diversos estados de la República Mexicana.

Tras la declaración de constitucionalidad de la Interrupción Legal del Embarazo (ILE) en el DF (28-08-08), 17 estados han legislado de forma contraria, pues han establecido que el “respeto a la vida” –que va desde la concepción hasta la muerte natural– deber ser respetado y que la mujer que ose interrumpirlo será sujeta de sanciones penales.

La Ley de Sociedad de Convivencia, por su parte, generó rechazo entre diversos grupos religiosos y católicos al considerar que dicha unión es contraria a los valores “morales” que marcan como única unión válida ante Dios la del hombre y la mujer. Desde que se aprobó esta ley ningún otro estado había legislado en la materia hasta que nuevamente la ALDF decidió modificar ésta para permitir (legalizar) que personas del mismo sexo puedan casarse de forma civil³ y, por tanto, adquirir todos los derechos y obligaciones que se desprenden de este tipo de contrato, incluida la posibilidad de adopción. Las modificaciones al Código Civil del DF fueron aprobadas el 21 de diciembre del 2009.⁴

¿Pero qué relación guardan estos derechos ciudadanos con las telenovelas mexicanas? ¿Y qué implicaciones tendría que dentro del mundo diegético de las telenovelas se construyan historias donde el elemento ciudadano, como práctica y discurso, sea el hilo narrativo central?

Estas preguntas se vuelven significativas porque ambos derechos ciudadanos fueron representados y materializados en la narrativa de la telenovela *Alma de Hierro*, ficción que se seleccionó porque en ésta más que en ninguna otra producción se concentró el mayor número de casos donde los personajes de ficción recurrían a sus derechos/obligaciones como una posibilidad para solucionar o enfrentar sus problemas.⁵

La decisión de avocarse a lo ciudadano por encima de otros temas como lo político o mercantil se fundamenta en mi interés personal por entender los orígenes, causas y sentidos que confluyen en la construcción de historias ficcionales que sustentan todo su peso narrativo en legislaciones, prácticas y derechos ciudadanos que fuera de la telenovela pueden ser perfectamente ejecutados o exigidos por los televidentes/ciudadanos que las miran.

Observar y analizar lo ciudadano en la ficción es importante porque develará las formas en que las telenovelas mexicanas buscan materializar simbólicamente su postura respecto a determinados derechos ciudadanos.

Este nuevo fenómeno de representar derechos ciudadanos como parte de las problemáticas privadas-íntimas de los personajes de la ficción mexicana plantea nuevos

³ La diferencia entre la sociedad de convivencia y el matrimonio civil es que en la primera es posible la unión mas no se conceden a los convivientes todos los derechos que el matrimonio civil por ley garantiza (adopción, manutención, patria potestad, etcétera).

⁴ La Procuraduría General de la República (PGR) y diversos estados, incluido Jalisco, interpusieron ante la SCJN diversos recursos de inconstitucionalidad para impedir el matrimonio entre personas del mismo sexo; sin embargo, los recursos fueron rechazados y, por tanto, no impidieron que el 11 de marzo de 2010 se realizarán en el Distrito Federal las primeras cinco bodas *gays* de México.

⁵ Como se podrá ver a lo largo y ancho de este libro, la inclusión de temas ciudadanos en las telenovelas es una práctica general que para efectos de este texto será analizada a través de *Alma de Hierro*. No obstante, constantemente se recurrirá a otros ejemplos presentes en otras producciones.

escenarios desde donde mirar y entender la relación política y cultural, pero a la vez propicia un giro teórico-metodológico en la manera tradicional de analizar las telenovelas, pues en ella ya no sólo están en juego las pasiones sino también las realidades sociales y los derechos ciudadanos de sus audiencias.

Con ello, desde luego, también se modifican los estudios que vinculan “lo ciudadano con lo mediático”, pues ya no son únicamente los noticieros televisivos o los programas de opinión donde se construye la representación de los ciudadanos sino que ahora la ciudadanía busca construirse también desde la ficción televisiva.

Si antes la audiencia acudía a las telenovelas para “aprender para la vida afectiva” ahora –quizá– sea posible que las vean/consuman para saber qué hacer, cómo entender y de qué manera posicionarse frente a sus derechos y obligaciones como ciudadanos y, por qué no, también para saber por quién votar, qué ha hecho el gobierno y qué producto es el que recomiendan en la telenovela (Orozco, Huizar, Franco y Hernández, 2010: 329).

Lo anterior conlleva fuertes implicaciones que considero estriban en la posibilidad que tienen las telenovelas para anteponer la emotividad a la racionalidad y hacer, en este sentido, que los sentimientos –vertidos en emociones– creen patrones de un modo de pensar y sentir en relación con determinados temas. De acuerdo con Manuel Castells (2009: 195), el cerebro humano percibe las emociones como sentimientos, y este sentimiento creado a partir de una emoción construye de forma racional patrones sociales para “pensar y sentir” la realidad social.

Visto desde esta perspectiva, las nuevas representaciones político-ciudadanas que abiertamente empiezan a mostrar las telenovelas buscan aludir a la parte racional de sus audiencias vía su “capital emocional” (Jenkins, 2008); conforme a lo expuesto por Castells, esto permitiría de una forma más directa conectar los sentimientos con la memoria social al “incluir asociaciones con otros acontecimientos, ya sean experimentados directamente por la persona o transmitidos genética o culturalmente” (Castells, 2009: 195) e incluso mediáticamente.

Justo aquí la telenovela se conecta al espacio público mediático al dotar a la discusión social de la emotividad que sus personajes transmiten cuando deciden no sólo hacer eco de “determinados” derechos ciudadanos sino validarlos, ejecutarlos e inhibirlos desde la ficción y sus temáticas.

La importancia de lo comunicativo para la construcción de lo ciudadano es hoy tan importante que se puede hablar de que esta condición o mediación es la que aglutina a todas las dimensiones ciudadanas; por ello, quisiera enfatizar que la “condición comunicativa” (Orozco, 2010) es determinante para entender cómo desde la ficción se pretenden generar ejemplos emotivos para la representación de los derechos ciudadanos con todas las agravantes o ventajas que eso significa.

Ciudadanía mediática, una nueva dimensión de lo ciudadano

Acercarse al concepto de ciudadanía desde la comunicación no sólo es una tarea difícil sino una empresa que requiere precisión, al tratarse de un concepto que engloba una amplia tradición jurídico-política y que, en los últimos tiempos, ha permanecido en un diálogo constante con otras disciplinas al ver erosionadas y multiplicadas sus raíces históricas, mismas que la vinculaban directamente a la noción de territorialidad enmarcada en los dominios de un estado-nación.

Fenómenos como la globalización, la generación y exponenciación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación han puesto a debate la noción de estado-nación y, con ello, han contribuido a la creación de un nuevo espacio público donde los medios –a la par de los estados– sustentan el nuevo poder de la representación. Desde ahí éstos contribuyen a la creciente diferenciación y exclusión de los sectores sociales que carecen de visibilidad mediática y de recursos suficientes para abatir la llamada “brecha digital” (Reguillo, 2005).

La problemática de la ciudadanía también reside en la incapacidad de la política para hacer frente a las necesidades de los ciudadanos quienes, inmersos en sistemas donde la desigualdad económica y la violación a sus derechos son una constante, se han alejado de ésta para buscar en otros territorios las respuestas a sus demandas y necesidades básicas (García-Canclini, 1995).

La ciudadanía en términos generales es una relación política entre un individuo y una comunidad política (Heater, 2007), nexa que se fundamenta en un sentido básico de pertenencia (identidad) y participación que genera entre ellos una “relación de derechos y obligaciones basada en un sentido de igualdad” (Ramírez Sáiz, 2007: 9). A la par, la ciudadanía también refiere a un orden político “deseado” donde se pueda tener no sólo a ciudadanos en igualdad sino también como participantes activos del espacio público de la enmarcación que los alberga.

De ahí que, desde sus orígenes en la Grecia antigua y su paso por el Imperio Romano, la ciudadanía se ha utilizado como un concepto que en sí mismo puede englobarlo todo; ya que por un lado se habla de los derechos y obligaciones ciudadanos y, por otro, del sentido de participación política que implica o conlleva el ser ciudadano sin hacer una clara diferenciación sobre cuál de estas acciones antecede o precede a la otra.

El concepto de ciudadanía es vital para la reconfiguración de las nuevas formas de “ser y estar” en un mundo cada vez más globalizado y, por ende, mayormente multicultural; de ahí que su importancia resida en las dimensiones que la componen, desde el planteamiento sistemático y pionero de T.H. Marshall (1965) con *Ciudadanía y clase social*, donde identifica tres formas de ciudadanía: civil (igualdad ante la ley), política (voto) y social (estado de bienestar), el concepto se ha ido nutriendo de

nuevas formas simbólicas y expresivas que refieren no sólo a nuevas manifestaciones político-sociales sino a luchas históricas que concentran el “derecho a tener derechos” (Ramírez Sáiz, 2007: 11).

En su vínculo por la lucha y defensa de los derechos humanos, la ciudadanía ha incorporado dos nuevas dimensiones: la económica (participación de los ciudadanos en las decisiones económicas que afectan o benefician su comunidad) y la cultural (respeto e inclusión de la diversidad social y sexual). Asimismo, hay voces que se manifiestan por la inclusión de la dimensión “comunicativa” al considerar que el consumo mediático y el constante ir y venir de las informaciones determina la capacidad política y ciudadana para ejercer y actuar en la esfera pública (Mata 2002; Camacho, 2002; Krohling, 2002 y Orozco, 2008).

Para resarcir esto, la investigadora Rossana Reguillo (2005) puntualiza que desde la comunicación se tiene que dimensionar el estudio de la ciudadanía, pues son las prácticas comunicativas las que configuran las nuevas formas de “ser y estar” como ciudadano, a través de:

La emergencia de las nuevas formas de intromisión (protesta y resistencia) de la ciudadanía que la sitúa como “dinamizadora” de la acción política-comunicativa.

Los dispositivos y estrategias de producción de visibilidad que se gestan desde los medios y al interior de los nuevos movimientos sociales, y que tienen como objeto el acceso al espacio público/mediático y, por consecuencia, el control de la opinión pública.

El papel de los medios como contrapeso al poder del Estado, al ser quienes dan cobertura y voz a los diversos movimientos ciudadanos que se gestan al margen de las instituciones políticas.

Entre estas asignaturas pendientes de la comunicación hacia la ciudadanía, este texto plantea desentrañar los “dispositivos y estrategias de producción de visibilidad” que coexisten en las telenovelas en relación con la representación que en ellas se hace de los ciudadanos y sus derechos.

Se resalta que el foco de este texto son “las representaciones ciudadanas” presentes en las telenovelas mexicanas, específicamente en *Alma de Hierro*, y no así los procesos de conformación o construcción de ciudadanía devenidos de dichas representaciones, ya que los procesos de recepción-acción de las audiencias respecto a los derechos ciudadanos vertidos en la ficción son una asignatura pendiente para este estudio.

Alma de Hierro, el estudio de un caso peculiar

Estudiar las temáticas ciudadanas en las telenovelas mexicanas en el marco de su reconfiguración industrial y cultural ofrecía dos vertientes de análisis: la *agenda setting* o el estudio de caso. La primera estrategia permitiría mapear las temáticas político-ciudadanas presentes en la ficción nacional, lo cual ya hablaría de una tendencia generalizada en

torno a la incidencia de las telenovelas en la realidad político-social. El estudio de caso, al contrario, permitiría profundizar en una sola telenovela que como recurso narrativo aludiera de forma constante a los derechos ciudadanos a través de su narrativa.

Este trabajo se decidió por el estudio de caso⁶ porque de esta forma se podría trabajar ampliamente en la construcción narrativa/discursiva de temáticas ciudadanas dentro de la telenovela (orígenes, intensiones, desarrollo, representaciones, conclusiones y tipo de personajes involucrados), y en la interconexión de éstas con el contexto socio-histórico que influye (o no) en la construcción narrativa/discursiva de las temáticas ciudadanas en la ficción.

Alma de Hierro no sólo fue la telenovela que más temáticas ciudadanas presentó en su narrativa sino que también es la producción que más reflejó los cambios del modelo Televisa, pues ésta puede ser considerada como un “crisol narrativo” en donde el viejo y el nuevo modelo compiten para establecer los límites publicitarios, políticos y ciudadanos que las audiencias son capaces de aceptar o soportar.

Esta telenovela, si bien, no es un guión original de México sino una adaptación del teledrama argentino *Son de fierro*,⁷ representó una “hibridación” que la situó en el contexto mexicano al recrear una “proximidad cultural” que la volvió un referente para pensar “lo cercano y lo propio” (Orozco, 2006: 38).

Esto porque dentro de su narrativa desarrolló y puso a debate diversos temas sociales, como la discapacidad, la homosexualidad y su derecho de unión civil, el aborto, la eutanasia, la patria potestad, la separación de bienes, entre otros derechos ciudadanos que no fueron contemplados en la versión original.

De ahí la importancia de analizar el por qué Televisa, vía *Alma de Hierro*, buscó anclarse a los discursos sociales, políticos, morales, religiosos y mediáticos prevalecientes en torno al aborto o las uniones *gays*.

La ciudadanía en la telenovela

En México y América Latina, el interés por vincular las telenovelas con lo ciudadano (vía su dimensión política) se ha construido con base en cómo la ficción contribuye a la generación de las identidades nacionales. Diversos estudios centraron su interés en la forma en que la telenovela funciona como un elemento de imbricación de lo político

⁶ Lo cual no significó el abandono de la *agenda setting*, ya que ésta se siguió como una forma de mapear los contenidos político-ciudadanos en las telenovelas mexicanas entre junio de 2008 y marzo de 2010. Con ello, y como se verá a lo largo de este trabajo, se comprueba que *Alma de Hierro* no es un caso aislado sino parte de una tendencia general que de forma paulatina y constante coloca en las telenovelas problemas socio-políticos y derechos ciudadanos. Para más detalle ver los anexos.

⁷ Ver ficha técnica en Anexo I.

a través de las representaciones identitarias y la construcción simbólica que hacen de lo “nacional” (Martín-Barbero y Muñoz, 1992; Vassallo de Lopes, 2004; Machado, 2005; Mazziotti, 2006; Uribe, 2009).

Esta línea de estudio que vincula a la telenovela con la construcción de lo nacional, y del subsecuente imaginario de nación, es quizá la corriente teórica que más caracteriza al estudio latinoamericano de la telenovela, a tal punto que la producción, distribución y consumo de la telenovela se construye a raíz de los modelos nacionales de producción que los sustentan (Mazziotti, 1996).

En México, el trabajo más representativo que vincula lo ficcional con lo político es el de André Dorcé (2005), quien analizó en la telenovela *Nada personal* las representaciones políticas a las que ésta hacía referencia y su relación con el periodo de transición a la democracia que el país vivía a mediados de los noventa. Su interés fue analizar los modos en que la telenovela participa en la construcción de sentido (significados) y en los procesos de representación –sean de forma explícita o implícita– de lo político. En esta misma línea, Janny Amaya (2009) busca vincular el estudio de la telenovela cubana con la construcción simbólica de la ideología revolucionaria, para analizar las principales articulaciones entre las representaciones de la realidad social propuestas en la telenovela y las orientaciones ideológicas fundamentales del proyecto sociopolítico revolucionario en el contexto de los años noventas.

Otra manera de vincular política y ficción es analizar la representación que de la primera se hace en las telenovelas históricas; Adrien Charlois, quien trabajó con la telenovela *Senda de gloria* (1987), comprobó que el proceso de ficcionalización y dramatización de los hechos históricos contribuye a la construcción de discursos políticos, y en este caso también históricos, donde “la historia nacional se ve tramada no como el fondo de una ficción, sino como parte de ella” (Charlois, 2009: 10).

Lo que yo pretendo en esta obra es analizar cómo los dispositivos de representación mediática se inscriben productiva y simbólicamente en la definición de los *ciudadanos de ficción* dentro de la narrativa de la telenovela *Alma de Hierro* y en relación con dos derechos ciudadanos específicos: la interrupción legal del embarazo y la unión civil por sociedad de convivencia.

La telenovela, en especial la mexicana, es un nicho importante para observar lo ciudadano, pues no por centrarse en “interacciones personales, afectivas, íntimas o caseras de los protagonistas” evade la dimensión político-ciudadana, “sino por el contrario, lo que se muestra opaca y eclipsa, pero no elimina, lo político y lo público que subyace en ella” (Franco y Orozco, 2010: 67).

Vincular a la telenovela con la ciudadanía no sólo es posible sino necesario, ya que –a manera de hipótesis– creo que las telenovelas mexicanas, contrariamente a sus nuevas temáticas, no son usadas para incidir críticamente en las problemáticas político-ciudadanas; al contrario, sus esfuerzos se abocan más a inhibir narrativamente diversos

derechos ciudadanos al catalogarlos como acciones contrarias a la moral, por lo que su incidencia en lo real va más allá de los dramas privados-íntimos que expone al situarse en la cosmovisión pública de las televisoras que las producen y de las reglas comerciales que establecen diversas empresas, que se niegan a pagar publicidad en programas o contenidos contrarios a sus valores institucionales.

En consecuencia, los *ciudadanos de ficción* que en ellas manifiestan su interés por hacer válido un derecho u obligar a otro a cumplir una responsabilidad (dimensión civil), apelan a los valores morales como único sustento para guiar su actuar; de tal forma que desde ahí delimitan los derechos y las obligaciones (dimensión cultural) de los otros al ofrecer soluciones afectivas y privadas para problemas de carácter público y político.

Considero que el carácter moralizante y reinante del modelo Televisa no desaparece con los nuevos cambios narrativos-temáticos que ahora aparecen en sus telenovelas, al contrario, se acentúan al usar elementos reales (como los derechos ciudadanos) para ejemplificar que más allá de la apertura social y legal existen otros valores “más importantes” dentro y fuera de la ficción.

CAPÍTULO II

¿La telenovela es un producto
para pensar lo social?

Composición simbólica del género melodramático

Telenovela y realidad

¿Puede la realidad ser mostrada en las telenovelas? Es una pregunta que transita no sólo las fronteras entre la realidad y la ficción, sino las formas en que la narración-realidad se conjugan para presentar en la ficción algo que no es real, pero podría serlo.

Los límites entre la realidad y la ficción comienzan a ser trastocados por diversos géneros televisivos, desde aquellos que se presentan como *tele-realidad* (*reality shows* o *talk shows*), los que dicen trabajar “objetivamente” con la realidad y se apoyan en la ficción para volver emotivos sus mensajes (noticieros), e incluso los que se consideraban totalmente ficcionales (telenovelas o series) que han tomado como materia de referencia y significación los hechos reales. Sin embargo, “la televisión no reproduce la realidad, sino que produce realidades”, y muchas de estas realidades no tienen nada que ver con la realidad misma (Orozco, 2001).

Por tanto, la intensión de este apartado teórico es indagar cómo la realidad es representada en la telenovela, esto para explicar sus cambios narrativos y temáticos y su cada vez más reiterativo recurso de incorporar sucesos o eventos reales como parte de las problemáticas directas o indirectas de sus personajes.

De acuerdo con Berger y Luckman (1991), la realidad es una construcción social intersubjetiva; es decir, los procesos de interacción y comunicación generados por la relación con los otros crean “un mundo compartido” en el cual la realidad se expresa como una cosa “dada”; es decir, un mundo “común a muchos hombres”.

Si bien este “mundo común” es constantemente nutrido por todas las instituciones sociales (estado, familia, escuela, iglesia, etc.), es mayoritariamente por los medios de comunicación donde el “ser social” conforma simbólicamente sus percepciones de la realidad que le rodea. Para John B. Thompson (1998) es la “comunidad mediática” –y sus formas simbólicas de producción, distribución y consumo de bienes– la que dota al individuo social de otras significaciones y definiciones de la realidad al modificar espacial

y temporalmente sus formas de interacción social. El poder simbólico generado por los medios es, para el investigador, la causa principal de la transformación del espacio público.

Pero no es sólo el espacio público lo único que cambia, para el teórico austriaco Alfred Schutz (1964) es la realidad misma la que se modifica; para él no es posible hablar de “realidad” sino de “realidades múltiples” que convergen en la constitución de lo que denomina *paramount reality*. Esta realidad “primordial” es interpelada por otras realidades como la científica, la religiosa, la lúdica, la onírica y la ficcional. Estas realidades simbólicas tienen una coherencia interna propia y un estilo cognitivo específico; el paso entre ellas es lo que permite significar simbólicamente la realidad tanto individual como social.

En la propia concepción de Schutz, cada mundo o realidad simbólica es “real” hasta que le prestamos atención y no es hasta que pasamos a otra que la anterior se desvanece. “Las provincias de significación”, como después las llama, permanecen incomunicables, por lo que sólo es posible estar en una sola realidad.

¿Será verdad que sólo podemos permanecer en una realidad? ¿No será que la capacidad simbólica de los medios propicia la superposición de las realidades?

Para la italiana Milly Buonanno no se trata de radicalizar lo que es real, en términos objetivos, versus aquello que no lo es (ficción), o de suponer que cohabitamos diversas realidades, sino de pensar cómo es que los medios modifican el imaginario social y, por tanto, las formas en las que concebimos la realidad (Buonanno, 1999: 53-55).

En su análisis de la ficción italiana, Buonanno rastrea los componentes de realidad que se mezclan en la ficción para significar no sólo el espacio ficcional sino la vida cotidiana de quienes las miran:

La ficción es real, en términos de que aquel realismo emocional y simbólico no restituye una imagen especuladora y fiel de la realidad factible, sino que abre el horizonte de las experiencias a esferas de elaboración, identificación y proyección fantástica que ya forman parte de la vida cotidiana y, que por eso mismo son trozos significativos y activadores efectos de la realidad (Buonanno, 1999: 60).

Esta capacidad de contar la realidad bajo diversos géneros y formatos es mayoritariamente conducida por la televisión, ya que es por medio de ella, como precisa Buonanno, que la realidad “no se representa ni se deforma sino se reescribe y se comenta” (Buonanno, 1999: 62) y primordialmente, creo yo, se narra.

En un mundo-imagen, en que importa más el estilo que la ideología y donde las construcciones de la “realidad” pasan más por las narrativas mediáticas, pareciera que la verosimilitud es un juego perdido en las subjetividades que nos ofrecen y ofertan los medios de comunicación, en específico la televisión, quien se erige como principal lugar en la producción social de sentido al generar una “cultura mediática” o simplemente un proceso de mediatización (Thompson, 1998).

Omar Rincón precisa que la cultura mediática es “una red de significados colectivos de carácter público” que propone nuevos modos de significar la realidad al tratarse de una “máquina narrativa que socializa una variedad de relatos, visibiliza una gran diversidad de sujetos y extiende las escenas de sentido al intervenir simbólicamente en la sociedad” (Rincón, 2006: 19-20).

Por ello, propone una nueva forma de ver, sentir, significar y simbolizar la televisión “desde dentro”, al interior de sus subjetividades y capacidades como ente generador de las nuevas formas narrativas de la imagen y, por ende, de la realidad. El análisis consiste en desentrañar la estructura de su narración y sus modos narrativos de significar la realidad, por lo que su postura teórica al respecto será fundamental para entender las *narrativas mediáticas* y, por consecuencia, la forma en que se construyen las *narrativas ficcionales*.

La capacidad de la televisión de reproducir realidades, vía su verosimilitud y su “estar ahí”, puede ser abordada científicamente por sus facultades productoras y reproductoras de los textos mediáticos respecto a la realidad y al mundo real que los alberga y, también, por las relaciones que el espectador establece con el sistema social a través de la práctica del texto televisivo. Es decir, las simulaciones *in vitro* que presenta la televisión fluyen en dos vías: los textos que simulan la realidad y aquellos otros que simulan los procesos de narrativización que encuentran espacio en lo real (Eugeni, 2005: 79-80).

En ese sentido, las telenovelas se circunscriben en la representatividad de lo real, no porque lo que aparezca en ellas lo sea, sino porque en su estructura narrativa –y mayoritariamente en su formato– se encuentran grandes similitudes con la realidad de las personas que las miran.

Martín-Barbero (1998) en su “teoría de las matrices narrativas” precisa que los productos audiovisuales están constituidos por el entrecruzamiento de matrices narrativas que provienen del pasado y se hacen presentes en el producto ficcional. La materialización de las matrices se gesta en el formato televisivo, vía las características de la narración y la forma en cómo se construye el relato, y es la convergencia de éstas la que le da una característica especial a la telenovela al particularizarla.

Tal es su particularidad que se han constituido esquemas y modelos específicos de producción que caracterizan tanto a las matrices culturales como a los formatos industriales de cada país productor de telenovelas (Mazziotti, 1996).

¿Cómo entender –entonces– la forma en que la telenovela narra la realidad?, para responder este cuestionamiento es necesario acercarse a la telenovela vía su *género* (la ficción/melodrama) y su *formato* (capitular) recreados mediante la *narrativa* y el *relato*, resaltando que estos elementos no corresponden exclusivamente a la telenovela sino que también responden a los entramados industriales y mercadológicos que la rodean, lo cual debe tomarse muy en cuenta.

La telenovela desde su género reposa en la promesa de una relación con un mundo real o diegético –mundo construido en la ficción–, desde esta perspectiva se apuesta por

la veracidad al recrear las condiciones para que el telespectador, hasta cierto punto, crea que lo que ve es o puede ser real.

La construcción de la narración-realidad: relato y narrativas mediáticas

¿Qué sería de nosotros si no tuviéramos la capacidad de relatar lo que vivimos? ¿Cómo imaginaríamos lo que somos? Parte de la construcción social de la realidad que vivimos la aprendemos a través del relato y sus formas narrativas; es por medio de éste que producimos y damos sentido al mundo que nos rodea.

Desde Scherezade y las *Mil y una noches*, pasando por los pueblos que se reunían en torno al pregonero que comunicaba los últimos hechos, los cuentos nocturnos que narraban los padres a sus hijos y más recientemente con la presencia de las pantallas televisivas que a diario nos hacen asomarnos para saber qué paso en la telenovela y el mundo, es que se ha mantenido aún intacto el hilo que le da persistencia al relato a través de los tiempos (Mazziotti, 2006; Rincón, 2006).

La naturaleza textual del relato se conjuga constantemente con la expresividad oral con la que se comunica; este doble flujo es lo que constituye la *cultura narrativa* en la que estamos inmersos y en donde los medios llevan la batuta al relatar a diario no sólo nuestra realidad –como fenómeno noticioso e igualmente fragmentado– sino también nuestras fantasías, nuestras ficciones.

La etapa social actual tan caracterizada por la mediatización no sólo propicia la presencia mediática en muchas de nuestras interacciones sociales, sino que además permite que sean sus narrativas las que configuren las formas de entender el mundo y su realidad. Desde la perspectiva del teórico norteamericano Joshua Meyrowitz (2008) esto sucede así porque en las narraciones mediáticas se encuentran inmersos los discursos de poder y placer, y es en la intersección de éstos que surgen “patrones” creados por la simple existencia del medio que modifican las formas comunicativas con las que nos interrelacionamos y, por ende, las maneras como construimos el relato de lo que somos y queremos ser.

Desde estos parámetros los medios potencializan su cultura narrativa y la vuelven una “táctica de seducción”. Omar Rincón puntualiza que esto sucede así porque “la narración es una forma de pensar, comprender y explicar a través de las estructuras dramáticas” (Rincón, 2006: 89), y yo agregaría, emotivas. Estas últimas son los elementos que mejor sabe utilizar la televisión y en especial su género predilecto: la telenovela.

La esencia del relato ficcional consiste en contar una historia sin reflejarla en toda su extensión, compactándola y poniendo el énfasis en determinados momentos que suelen ser decisivos para el desarrollo de la misma: “La narración es un proceso por el que una obra audiovisual sugiere a un espectador los pasos que lo conducen a completar

una historia, a comprender lo contado y no lo que se le quiso decir” (Rincón, 2006: 97), lo que de alguna y muchas formas éste es capaz de completar.

Esto es justo lo que las telenovelas realizan en su composición narrativa, ya que su auto-capacidad para referirse a sí mismas propicia que cualquier telespectador sepa “cuándo ha sido interrumpido el relato” y conozca “las formas de completarlo, resumirlo, ponerle un título, compararlo con otros y clasificarlo”, y aún más, el telespectador de un melodrama se vuelve pieza fundamental en el relato, pues él “lo mira y sabe todo, comparte el secreto, la falsa identidad” y es en esa encrucijada que se motiva a seguir la historia, más allá de que pueda reconocer su final” (Martín-Barbero y Muñoz, 1992: 25).

“Somos hijos del relato”, sentencia Rincón, pero quizá no somos quienes decidimos lo que se debe o no relatar, ya que la maquinaria mediática que nos rodea posee no sólo la capacidad de transmitir y reproducir relatos al por mayor, sino que además es ella la que sustenta la herencia narrativa y, por tanto, la que articula pasado, presente y futuro al significar y legitimar la realidad cultural.

La cultura mediática y su “necesidad compulsiva de narrarlo todo” hace que se interponga la emotividad antes que el argumento o la información (Ford, 2001), propiciando que “En la actualidad, la vida, la ciencia, el conocimiento, se relatan en una diversidad de formatos que prometen realidad pero en forma de ficción” (Rincón, 2006: 92).

En este sentido, la narratividad mediática sí tiene inferencia en los modos en los que construimos nuestra realidad, pues sus representaciones y múltiples realidades se nos hacen presentes más allá de los referentes televisivos.¹ El poder revelador de la narración está en que no sólo podemos contar lo que vivimos sino también lo que hemos visto a través de la televisión u otros medios.

La narración no sólo pertenece a los medios, como ya precisaba Martín-Barbero (1987), sino que ésta se forma de la comunión de entre quienes producen y consumen. Sus niveles de acción, signos, símbolos y textos, se diluyen en historias que son interpe-ladas a partir de la estructuración de tres ejes: la unidad de personaje o sujeto, la unidad de espacio o universo del relato y la unidad de tiempo. Con esto se asume que la narrativa es la forma del contenido (acontecimiento, acción, personajes, espacio y tiempo) y la forma de la expresión (sistema semiótico de la mediación del narrar: radio, televisión, teatro, etcétera).

La conjunción de estos elementos constituye las llamadas “narrativas mediáticas” que, como establece Rincón, son simultáneamente dispositivos de producción y de análisis de la actuación de los medios de comunicación, ya que a través de éstos es posible comprender la gama de mensajes explícitos e implícitos con los que “los medios construyen el relato de nuestros días” (Rincón, 2006: 100).

¹ Orozco (2001) denomina a esto televidencia, que no es más que el proceso que antecede y precede al momento de mirar la televisión.

Creo que es posible señalar que las telenovelas no sólo utilizan su capacidad narrativa al momento de construir el relato melodramático, sino que también son capaces de mutar para situarse en la realidad, interpelando a las audiencias con referentes que les son próximos cultural, espacial y temporalmente:

La trama dramática creada, construida y modificada en la telenovela no sólo hace presentes problemas cotidianos sino que también los naturaliza, al igual que las mercancías, al imponer implícitamente patrones y formas de ver, de tal forma que en ellas... se excluye y se incluye a sujetos sociales, grupos, ideas, razas y se estereotipa, se legitima o deslegitima, se agranda o se minimizan personas, movimientos y perspectivas ideológicas o valores (Orozco, 2009: 28).

La narración sólo sucede en un sistema de reglas que es compartido entre la comunidad productora y sus audiencias, estas “reglas” son las que permiten que un relato sea seguido; en las telenovelas, por tanto, “no todo es viejo ni todo es nuevo” sino es una mezcla que le permite al género permanecer e innovar sin romper lo que Vassallo (2004) llama “repertorio común”, significantes propios de la telenovela que la audiencia retoma para la construcción de sus imaginarios y que la industria apropia para mantener vigente el negocio. La renovación y cambio en las telenovelas se da sólo si pueden mantener un “reconocimiento socializable” con su audiencia, vía el género y la narrativa del relato.

El melodrama: entre el género y la industria

Las telenovelas son, quizá, uno de los géneros más cambiantes dentro del palimpsesto televisivo, pues tienen la capacidad de “cambiar las reglas, adaptar, parodiar o incluir otros géneros y continuar siendo una telenovela” (Mazziotti, 1996: 13).

Es la forma dramatizada de contar una historia la que la vuelve particular pues, como apuntó James Lull, no sólo “vemos la televisión” sino principalmente “la sentimos”. Y es esta capacidad de relacionarse emotivamente con el público lo que potencializa a la telenovela como una “estructura de sentimiento que comporta una experiencia de *sensorium* emocional” (Lull, 1998: 10).

La carga sentimental avocada a la exaltación de las emociones hace del género melodramático uno de los más seguidos por el público, pues éste ha permanecido históricamente ligado a sus gustos, ya sea desde su génesis en el teatro griego, su adaptación a las bellas artes (teatro, opera y literatura) o a los medios de comunicación (prensa, cine, radio y televisión).

Las matrices narrativas de las telenovelas mexicanas (y latinoamericanas), a decir de Martín-Barbero (1998), provienen principalmente de dos fuentes: las lecturas seriadas

de folletín, insertadas en la prensa del siglo XIX, y la adaptación radiofónica de obras literarias melodramáticas. Fue esta última la que en México más potencializó el gancho emocional al melodrama.

Desde el nacimiento de la “radionovela”, la narrativa melodramática ha acompañado los gustos y consumos culturales de las audiencias mexicanas, quienes ya desde los años cuarenta se reunían en torno a sus aparatos radiofónicos a escuchar lo que habría de pasar en la “edición de hoy”; no fue hasta finales de los cincuenta que la primera historia dramática apareció en la televisión mexicana: *Senda prohibida* (1958).

La incorporación del melodrama a la televisión tiene sus orígenes en Estados Unidos con las *Soap Operas*, llamadas así por el patrocinio de las compañías norteamericanas de productos de limpieza (jabones) *Colgate Palmolive* y *Procter and Gamble*. Las *soap operas* podría decirse que son el origen audiovisual de las telenovelas latinoamericanas; sin embargo, no lo son en su estructura narrativa/discursiva, ya que éstas no poseen una unidad argumental única, pues la trama se deja abierta para que puedan durar varios años e, igualmente, su formato tampoco posee un final establecido como sí lo tienen en las telenovelas.

Pero no fueron las *soap operas* la fuente que dio origen y sentido a las telenovelas en América Latina sino las radionovelas, ya que países como México, Colombia o Venezuela vieron surgir sus industrias televisivas cuando los empresarios de la radio se trasladaron a la televisión tanto en expresión como en contenido.

En México, Emilio Azcárraga Vidaurrieta, abuelo del actual presidente de Televisa y dueño en ese entonces de XEW Radio (la empresa radiofónica más importante de América Latina), decidió entrar al mercado televisivo con los mismos procesos de producción, contenidos e incluso actores con los que generó el éxito de la llamada “Voz de América Latina desde México” (Hernández y Orozco, 2007).

El desconocimiento del potencial técnico del nuevo medio propició que al inicio los melodramas se presentaran en forma de “tele-teatros”, producciones que grababan puestas en escena de obras teatrales; al paso de los años y con la profesionalización del medio se trasladaron a la televisión las “radionovelas”, mismas que heredaron a las telenovelas no sólo su formato capitular sino también su sentido narrativo y dramático.

Con la aparición del *video tape* y los apuntadores electrónicos, a mediados de los sesenta y setenta, las telenovelas pudieron acelerar sus ritmos de producción, pues se facilitó la grabación y resguardo de las escenas y capítulos. Con esto, la producción de telenovelas creció de forma exponencial y se consolidó como uno de los géneros más rentables de la televisión mexicana. Así pues, las telenovelas y sus matrices narrativas se han convertido en verdaderas “prácticas de conocimiento y comportamiento”, ya que comprenden la vinculación entre las “lógicas de producción y las lógicas de consumo” (Martín-Barbero, 1998).

Construcción narrativa: entre la producción y el consumo

Las telenovelas trazan y recrean sus significantes mediante los patrones industriales y los gustos/necesidades de la audiencia; es en la conjunción entre las matrices culturales y los formatos industriales que éstas estandarizan y vuelven rentable al género en relación con la heterogeneidad cultural (Martín-Barbero y Muñoz, 1992).

La tensión entre los requerimientos de la industria y la relación con las matrices identitarias y narrativas propias de cada cultura propiciaron que el negocio se impusiera sobre cualquier otro tipo de componente (Mazziotti, 2006: 30).

Es este carácter industrial lo que genera que la telenovela cambie constantemente al incorporar nuevos géneros, temáticas y formas narrativas, a la par que desecha otras para conjurar la siempre “fórmula mágica”, aquella manera industrial de contar historias que permite tejer el hilo dramático que las ata con las audiencias y al tejido comercial que ha sostenido históricamente el negocio del melodrama.

La investigadora argentina Mazziotti (1996, 2006) identificó cuatro etapas de producción de la telenovela latinoamericana: *inicial* (adaptación de las radionovelas y radio teatros a los formatos televisivos); *artesanal* (que va desde la aparición del *video tape*, lo cual marcó el inicio formal de la industria); *industrial* (etapa donde se ordena y estandariza al crear la industria de la ficción e instaurar modelos específicos de producción) y, finalmente, la *transnacional* (aquí la industria está consolidada en el ámbito local e internacional, lo cual ha generado, a través de su comercialización, la homogenización de sus contenidos y rasgos simbólicos en pos de su consumo global).

Orozco (2006) añade una etapa más: la *mercantil*, etapa actual que se caracteriza por su acento comercial. El motor mercadológico aplicado a la producción de telenovelas hace que éstas dejen “de ser vistas” para “ser simplemente consumidas”; esto debido a que los engranes comerciales colocados dentro de la ficción² como *spots*, fragmentan el relato cambiando el peso y la base de interpelación del producto ficcional:

La nueva telenovela ya no parece estar preocupada por reflejar una interpretación y recreación adecuada de la cultura, y por tanto tampoco en posibilitar ese reconocimiento

² Tal como sucedió en *Alma de Hierro* en donde a lo largo de la trama se aprovecharon todos los pretextos para incluir todo tipo de productos, siendo la marca de embutidos FUD la más presente en la telenovela. El negocio familiar era una salchichonería y, por tanto, la inclusión de FUD en la ficción resultaba, en términos mercadológicos, casi natural.

identitario por parte de los televidentes. ¡La telenovela y quienes la realizan hoy en día parecen estar simplemente preocupados por venderla! (Orozco, 2006: 17).

Y esa venta o consumo de la telenovela, como señala Orozco, también está propiciando que ésta se traslade a otro tipo de pantallas (como la de las computadoras), lo que devendría en una nueva etapa *Transmedial* donde la telenovela puede ser vista/consumida por medio del internet en cualquier sitio u hora sin estar sujeta a los horarios y espacios tradicionales para ver la telenovela, principalmente guiados por el hogar y la familia (Franco, 2010d).

Los cambios mercantiles y los procesos de convergencia tecnológica, como nuevas etapas de producción de la telenovela, están modificando el “reconocimiento socializable” (entre productores y consumidores) que traducido en narrativas espontáneas hace posible diluir las fronteras entre la realidad y la ficción; lo que preocupa es que estos cambios estén siendo mediados no por patrones culturales sino mercantiles que amenazan con modificar los imaginarios sociales, las matrices culturales y narrativas, y con ello las identidades que las audiencias construyen o pueden construir por medio de la telenovela.

Esto porque, en una primera etapa, la telenovela sirvió para crear una identidad nacional basada en valores y costumbres propios de la nación productora. Por tanto, cada país “nacionalizó” culturalmente sus melodramas dando paso a diversos modelos de producción (brasileño, mexicano, venezolano, colombiano, argentino y de Miami). No obstante, la apertura de los mercados audiovisuales y la creciente comercialización de las telenovelas amenaza con borrar los sellos nacionales de producción, pues cada día éstas son producidas más en función de los mercados globales a pesar de basarse en “historias locales” (Obitel, 2008).

Esto ha propiciado una reestructuración en la industria de la telenovela porque ha generado que algunos países se vuelvan instancias creativas –que venden guiones o franquicias– y otros sean industrias adaptadoras –que reproducen éxitos creados en otros países–.

La industria mexicana actualmente tiende más a ser una industria adaptadora, pues de acuerdo con Obitel México (2010), de los diez títulos más vistos en 2009 seis son adaptaciones de guiones extranjeros. Este fenómeno sin advertirlo da muestras fehacientes de la pérdida paulatina de una de las principales industrias televisivas mexicanas: la de la telenovela (Cueva, 2009).

Alma de Hierro es una producción de origen argentino que se adaptó y produjo en México por Televisa, empresa que más que adaptarla al pie de la letra utilizó la construcción narrativa de la historia para incluir diversos temas y anclarla así con los valores de los televidentes mexicanos y, más aún, con problemáticas sociales y ciudadanas presentes en el tiempo en que ésta estuvo al aire. Temas como el aborto o los matrimonios *gays*, como ya se advirtió, no se encontraban en el guión original, *Son de fierro*.

A pesar de la reconfiguración mercantil en el mercado de las telenovelas, la división en modelos de producción aún sigue identificando y particularizando a las telenovelas latinoamericanas tanto narrativa como comercialmente; es dicha particularidad la que ha permitido a los investigadores ahondar en las singularidades regionales de las telenovelas al estudiarlas desde la óptica del consumo o la recepción. Las líneas de investigación en muchos de los casos centran su análisis más en la audiencia que en la telenovela como texto.

Dentro de estas diversas líneas de investigación, esta obra busca situarse en la configuración de la representación política en su vertiente ciudadana, pues más que buscar lo político de la telenovela (Dorcé, 2005) o lo político-ideológico (Amaya, 2009), lo que pretende es analizar cómo son representados los ciudadanos en relación con dos dimensiones de la ciudadanía (civil y cultural) y a través de dos derechos: la interrupción legal del embarazo y la unión civil por sociedad de convivencia.

Las telenovelas en México

Como ya mencioné, las telenovelas mexicanas se realizan bajo el “modelo Televisa”, un esquema vinculado a los procesos de producción de la empresa del mismo nombre; sus valores históricos y esenciales son: la familia nuclear (padre, madre e hijos), la religión católica y sus valores morales que castigan narrativamente: “el pecado, el erotismo y la sexualidad”, todo esto mediado por la expresión maníqueista de sus personajes: “buenas” muy buenas y “malas” que rayan en la perversión: “que enmarcadas en la narrativa se expresan en historias arcaicas, anacrónicas e inverosímiles” (Mazziotti, 2006: 33-35).

Esta estructura dramática y narrativa ha colocado a las telenovelas como un modelo tradicional de ficción, pues hasta hace pocos años, era muy complicado pensar o imaginar que éstas pudieran salir de su molde de “cenicienta mediática” (Marques de Melo, 2001) o más aún, que rompieran las “buenas costumbres narrativas” cosechadas por años.

Las telenovelas mexicanas hasta cierto punto fungieron como un catálogo del “deber ser”; la mujer, por ejemplo, tenía un rol tradicional basado en la abnegación, sumisión y pasividad, valores ficcionales que la hacían soportar las más crueles de las bajezas en el nombre del amor; el hombre, en contraparte, era de carácter fuerte e incapaz de doblegarse ante sus emociones. Y justo es este “carácter moralizante” de la telenovela lo que analizaremos al momento en que ésta “representa, naturaliza o ficcionaliza” situaciones sociales donde sus personajes aluden a sus derechos para solucionar diversas problemáticas.

Pero no sólo eran tradicionales sus personajes sino también sus contenidos, telenovelas clásicas como *Senda prohibida* (1958) o *El derecho de nacer* (1966) son el claro ejemplo de narrativas donde los valores patriarcales y morales condicionan toda la historia; por ejemplo, en *El derecho...* un padre controlador obliga a su hija a que no tenga al niño proveniente de una relación impura; sin embargo, el respeto moral y religioso se

antepone dando justamente el derecho de nacer a la criatura. En *Senda...* la infidelidad es perdonada para mantener la estabilidad familiar; el hombre que engañó a una joven campesina es perdonado; en cambio, ésta termina siendo la culpable por intentar romper la unión familiar.³

El melodrama inundaba los conflictos privados-íntimos de los personajes de tal manera que los problemas sociales aparecían a merced del conflicto personal-familiar; esto porque tradicionalmente en las telenovelas se ha erradicado u omitido, salvo en las basadas en hechos históricos, la temporalidad y la geografía al no existir en ellas país, ciudad o nación reconocibles.

La descontextualización y desterritorialización de las telenovelas ha propiciado que éstas prioritariamente se produzcan en razón de la posibilidad que brindan para evadir a la audiencia de su realidad; no obstante que muchos de los teóricos de las telenovelas hayan encontrado que los televidentes acuden justamente a la ficción para encontrar ahí respuestas a sus propios dramas cotidianos y para ver en ellas sus propias realidades (Martín-Barbero, 1987; Mazziotti, 1996; González, 1998; Vassallo, 2004 y Orozco, 2006). Quiero precisar que esto no significa que ahora las telenovelas mexicanas abandonen sus valores históricos; al contrario, creo que los re-conceptualizan y re-actualizan para adaptarlos a los nuevos tiempos narrativos donde los formatos televisivos erosionan y mutan en aras de satisfacer un mercado glocal.

Cabe señalar que todo producto mediático conforma su materialidad simbólica a través de la conjunción o superposición de las matrices culturales y los formatos industriales; Martín-Barbero (1998) explica en su “modelo de las mediaciones” que esto es necesariamente así porque la lógica de producción y de consumo que guían las prácticas mediáticas se nutre básicamente de las matrices narrativas y de las formas expresivo-simbólicas con que las naciones o pueblos han aprendido a construir y consumir sus historias.

La telenovela es el género televisivo que más ha sabido explotar esto pues, como expresó el propio Martín-Barbero en complicidad con Germán Rey: “El melodrama ha resultado ser algo más que un género dramático, es una matriz narrativa que alimenta el reconocimiento popular en la cultura de masas” (Martín-Barbero y Rey, 1999: 125).

Partiendo de esta premisa, la importancia del modelo Televisa reside en que éste constituyó una forma particular de ver y entender el mundo porque fungió como un ámbito “decisivo del reconocimiento sociocultural, del deshacerse y rehacerse de las identidades colectivas” (Martín-Barbero y Rey; 1999: 94) cuestión que por más de 53 años le ha otorgado no sólo un *status quo* dentro de la programación televisiva sino también un pacto mediático, casi ritual, con su audiencia.

³ Aún hoy en día estos esquemas narrativos se conservan al ser adaptados a situaciones “modernas” que terminan resolviéndose con soluciones (narrativas) del pasado. Esto se verá a detalle en el caso de la interrupción del embarazo que representó *Alma de Hierro*.

Desde 1973⁴ hasta 1995, Televisa fue la única empresa en México que produjo y transmitió telenovelas, la aparición de Tv Azteca⁵ en 1993 y su incursión en la producción y transmisión de telenovelas como *Nada personal* (1995) dio al público mexicano la oportunidad de tener una nueva propuesta de ficción.

Conocidas como las “nuevas telenovelas mexicanas”, las propuestas de Tv Azteca y Argos Comunicación⁶ tuvieron tal éxito que desplazaron del *rating* a Televisa, principalmente con títulos como: *Nada personal* y *Mirada de mujer*; la primera se arriesgó a representar una parte importante de la realidad mexicana antes ignorada: la política (Dorcé, 2005); la segunda, *Mirada de mujer*, se convirtió en un mito al colocar como personaje principal a una mujer madura que busca rehacer su vida al lado de un hombre joven.

La apuesta de Tv Azteca fue contar historias que “sucieran en la vida real”, esto –al inicio– colocó a sus telenovelas como una verdadera alternativa; trabajos como el de Covarrubias (1998), Dorcé (2005) y Gómez (2005) coinciden que el vuelco narrativo de combinar elementos reales con ficcionales fue lo que generó su éxito en la audiencia. Sin embargo, su ruptura con *Argos* y su decremento de *rating*⁷ propició que sus ficciones dejaran de incidir en lo real para ajustarse más a la “realidad” de la competencia publicitaria y mercadológica (Gómez, 2005: 53-55).

Televisa lanzó a finales de los noventa su propuesta de “neo-telenovelas”, producciones donde buscó reivindicar el papel de la mujer al posicionarla como una persona profesional e independiente; incluso como figura de poder al colocarla al frente de empresas o negocios. La mujer en estas historias no estaba supeditada a la figura del hombre; al contrario, ella era la dueña de sus acciones.

Las neo-telenovelas significaron el abandono de las historias clásicas, cargadas de drama, para adentrarse en diversas temáticas contemporáneas, como la violencia intrafamiliar, la equidad de género, la sexualidad juvenil, los trastornos alimenticios, los

⁴ Año en que surge Televisa, al fusionarse Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México. Las telenovelas anteriores a esta fecha, como *Senda prohibida*, fueron realizadas por la primera empresa.

⁵ Empresa que pertenece a Azteca International Corporation establecida en 1993 por Grupo Salinas como consecuencia de la privatización del Instituto Mexicano de la Televisión (Imevisión).

⁶ Encabezada por Epigmenio Ibarra, periodista; esta productora cambió radicalmente la temática de las telenovelas al colocar las preocupaciones de la sociedad de nuestro tiempo como protagonistas de sus obras. Argos rompió relaciones con Tv Azteca en el 2001, luego de diferencias administrativas y económicas. Argos volvió a producir telenovelas en México en 2010 pero ahora con Cadena Tres.

⁷ De acuerdo con los reportes anuales del Observatorio de Ficción en Iberoamérica (OBITEL), las telenovelas de Tv Azteca apenas alcanzan *ratings* de 10 puntos, porcentajes que la mayoría de las veces las hace quedar fuera de los 10 títulos más vistos en México. En el 2009, *Pasión morena* logró colarse en el número 10 con 9.7 puntos de *rating*.

problemas ecológicos, entre otras. Algunos títulos característicos de esta corriente son *La dueña* (1995), *La usurpadora* (1998), *Rubí* (2004) y más recientemente *Rebelde* (2006) y *Las tontas no van al cielo* (2008).

Más allá del cambio narrativo, las temáticas aún mantenían una gran distancia respecto de la realidad social del país que mostraba Azteca con telenovelas como *Al norte del corazón* (1997), *Demasiado corazón* (1998), *Tentaciones* (1998), *El candidato* (1999) o *La vida en el espejo* (1999), donde conectaban la ficción con temas como migración, narcotráfico, SIDA, corrupción política y relaciones amorosas de integrantes del clero.

Sin llegar a estos niveles, Televisa paulatinamente ha incorporado nuevos temas en sus telenovelas, incluso ha hecho de éstas un producto con un fin social. Las llamadas “telenovelas con causa”, realizaciones enfocadas para apoyar las campañas de Fundación Televisa,⁸ han promocionado dentro de las narrativas de sus producciones información para prevenir problemas de salud como el cáncer de mama, el cáncer cérvico-uterino y la influenza AH1N1. A la par, que buscan dar consejos para prevenir la discriminación, la violencia de género⁹ y la contaminación ambiental.

Pero no ha sido la única vez que las telenovelas mexicanas se han usado con un fin social; en la década de los setentas y principios de los ochentas, Miguel Sabido, vicepresidente de investigaciones de Televisa, impulsó las llamadas “telenovelas educativas”, mismas que con un alto mensaje social tocaron temas como la planificación familiar, la alfabetización, el valor de la familia y la paternidad responsable; elaboradas en conjunto con las Secretarías de Educación y Salud, estas telenovelas lograron ser un canal informativo útil para bajar los niveles demográficos y disminuir el analfabetismo.¹⁰ Hasta ahora he descrito las características generales de las telenovelas mexicanas en cuanto género, producto e industria; sin embargo, el eje central de este apartado es dar cuenta de la articulación teórica que se usará para conjuntar el concepto de ciudadanía con la ficción televisiva.

⁸ El organismo, creado el 20 de febrero del 2001, representa a la parte filantrópica de Televisa y se enfoca en la creación de campañas de concientización social principalmente en dos ámbitos: salud y educación.

⁹ Pero no siempre los mensajes son positivos, el Consejo Ciudadano por la Equidad de Género en los Medios de Comunicación y el Derecho a la Información de las Mujeres evidenció que *Fuego en la sangre* (2008), telenovela con causa, registró en dos semanas de transmisiones 498 actos en los que se reproducen y justifican las diversas formas de violencia contra las mujeres, principalmente la psico-emocional y la física. El monitoreo se realizó del 14 al 25 de julio de 2008.

¹⁰ En su página web (www.miguelsabido.com), Miguel Sabido expone que sus telenovelas: *Acompañame* (1977), *Caminemos* (1980) y *Vamos juntos* (1979) jugaron un papel preponderante en el llamado “milagro demográfico mexicano”, haciendo que la tasa de natalidad bajara de 3.7 a 2.4. *Ven conmigo* (1976) llevó a casi un millón de adultos a inscribirse en el Plan Nacional de Educación de Adultos, para que terminaran su educación básica.

CAPÍTULO III

La ciudadanía y la telenovela, una relación posible

La relación ciudadanía-telenovela no sólo es posible sino necesaria para entender los motivos por los cuales las televisoras ponen a gravitar dentro de sus narrativas ficcionales las discusiones públicas en torno a determinados derechos ciudadanos; como aquí he expresado, lo que se busca es dar cuenta de cómo dentro de las telenovelas mexicanas se pretende construir un tipo de “representación ciudadana” que escape de la figura pasiva o acrítica –como pasaba anteriormente– para asumir ahora una posición activa y crítica.

Lo anterior no significa necesariamente una mejor representación; al contrario, creo que la propuesta de la ficción alejada del “deber ser” construye un “tipo de ciudadano” que busca anteponer a la legalidad otro tipo de factores que en sí mismos no niegan la existencia de los derechos que representan sino que los reafirman para su inhibición.

La construcción de este tipo de ciudadanía en la ficción como un supuesto reflejo de la realidad que se reinterpreta en la telenovela, busca situarse en la representación social que las audiencias ya tienen de lo que significa ser ciudadano y, sobre todo, de la percepción que poseen de los derechos de interrupción legal del embarazo o la unión civil por sociedad de convivencia,¹ ambos representados en *Alma de Hierro*.

Thomas Tufte, investigador danés, precisa que la telenovela puede favorecer lo anterior debido a que su popularidad en los países latinoamericanos las vuelve un instrumento de educación “más importante y relevante que los programas noticiosos o la publicidad social” (Tufte, 2007: 104). La telenovela y su capacidad para generar diálogo posibilita el romper el silencio, como explica Tufte, porque coloca dentro de sus narrativas asuntos polémicos o tabúes desafiando la moral, las normas y los valores sociales de determinada sociedad.

¹ Esto, claro, asumiendo que las audiencias se hallan en contextos diversos en donde sus múltiples mediaciones pueden modificar lo propuesto y representado en *Alma de hierro*.

La siguiente cita ejemplifica el poder narrativo de la telenovela al volverse lugar de referencia no sólo de los diálogos cotidianos de quienes disfrutaban tanto hablar de la telenovela como de verla, sino también de los debates sociales al concentrar en sus narrativas problemas político-sociales que se colocan en la esfera pública gracias a la representación privada que hace la telenovela de los mismos.

La telenovela da visibilidad a ciertos asuntos, comportamientos, productos y no a otros; ella define una cierta pauta que regula las intersecciones entre la vida privada y la pública (Vassallo, 2004: 74).

Al hacer esto, para Vassallo, la telenovela ejerce una función de *agenda setting* (McCombs y Shaw, 1972), pues incorpora temas del ámbito público en sus narrativas, teóricamente dirigidas al universo privado.

La fusión de las esferas privadas y públicas que realiza la telenovela permite sintetizar problemáticas amplias en figuras y tramas puntuales y, al mismo tiempo, sugerir el que dramas personales lleguen a tener significado amplio. (Vassallo, 2004: 88).

En ese sugerir e insertar temas públicos al mundo ficcional lo que se busca es crear una *agenda setting* donde no sólo se introduce “el qué pensar” sino que éste se acompaña de un “qué sentir” creando así amplios significados que vehiculan problemáticas sociales complejas con soluciones personales que –desde la ficción– ofrecen a la audiencia un “qué hacer y sentir” en caso de padecer o vivir una situación similar o parecida.

En específico, me interesa destacar cómo la telenovela mexicana –vía esa agenda– es capaz de construir una posición frente a la ciudadanía y a lo que significa ser ciudadano al introducir intencionalmente en sus temáticas diversos derechos ciudadanos.

Para entender qué de la ciudadanía será retomado para la investigación haré un breve recorrido por su conceptualización histórica de tal forma que se puedan delimitar conceptualmente los “elementos ciudadanos” que permitirán analizar las representaciones ciudadanas vertidas en la telenovela *Alma de Hierro*.

Ciudadanía, un breve recorrido

¿Qué es la ciudadanía y qué significa ser ciudadano? Es la interrogante que ha intentado responder la teoría política desde tiempos de los griegos y de la que ahora se tienen diversas y múltiples concepciones que ahondan ya no sólo en el campo de lo jurídico-político sino también en lo cultural-comunicativo.

La ciudadanía ha sido explicada desde su estado natural. Aristóteles consideraba que el *zoon politikon* (el hombre) es un animal político y, por ende, en su génesis es un

ciudadano que busca incidir en la plaza pública; por otro lado, los romanos, en específico Cicerón, consideraban que el hombre es una entidad jurídica y, como ciudadano, contrae sólo una relación legal con el Estado.

Ambas percepciones, vigentes hoy en día, han hecho que la jurisprudencia transforme el concepto de ciudadano de “*zoon politikon* a *legalis homo* y de la *civies* o *polites* (las palabras latina y griega para designar al ciudadano, respectivamente) a la de *bourgeois* o *burger*. Como consecuencia, el ciudadano pasó a identificarse en cierto modo como súbdito” (Pocock, 1995: 38) y “ya no como un animal político” (Heater, 2007: 15-16).

Esta reconfiguración jurídico-política de lo que implica ser un ciudadano se ha trasladado hasta nuestros días bajo la visión del pensamiento liberal, donde se sitúa al sujeto social al centro de la interacción socio-política, y el pensamiento republicano, donde se confiere a éste una relación de derechos y obligaciones con base en su pertenencia a una colectividad o sociedad.

Otra postura política, como el comunitarismo cívico, propone mirar a la ciudadanía en función de las vinculaciones sociales, el carácter social del ciudadano y sus lazos de pertenencia, no tanto en relación con los aspectos jurídico-políticos, ya que el foco está en las acciones comunitarias que se hacen en pro del “bien común” por encima de los derechos (Ramírez Sáiz, 2007: 16).

Hasta nuestros días, estas corrientes políticas se han convertido en las matrices teóricas desde donde se define lo que es la ciudadanía y cuáles son los procesos que intervienen en la construcción de la misma.

T.H. Marshall en su obra *Ciudadanía y clase social* (1998) sentó los antecedentes para entender de manera más compleja a la ciudadanía y sus distintas dimensiones; el teórico inglés propuso mirar a la ciudadanía a través de una estrategia teórica de rango medio en las que las unidades de análisis son estructuras sociales específicas; con ello no sólo separó el concepto de ciudadanía de una concepción netamente jurídica, sino que la ancló a una dimensión histórica distribuida en tres dimensiones: civil, político y social.²

El elemento civil se compone de los derechos necesarios para la libertad individual, así como de las obligaciones que derivan de éstos; la dimensión política implica el derecho a participar en el ejercicio del poder (votar y ser votado) y, por último, la social –vinculada al estado de bienestar– contempla que los ciudadanos deben recibir por parte de su gobierno: trabajo, seguridad, vivienda, educación y salud. A través de estas dimensiones Marshall pretendía explicar que la ciudadanía es un proceso socio-cultural

²La obra de Marshall ha sido criticada por centrar su análisis en el contexto inglés y por no proveer una explicación causal de cómo la ciudadanía se expande o se debilita, ni el papel que juegan las clases sociales en dicho proceso; sin embargo, su división tripartita de los derechos ciudadanos sigue siendo la base de la mayoría de los estudios sobre ciudadanía.

evolutivo e irreversible que tenía una función integradora al tratar de disminuir la distancia entre las clases sociales (Marshall, 1998: 20-21).

No obstante, la distancia entre las clases no ha disminuido ni tampoco el avance jurídico-político de la ciudadanía –dentro de los procesos institucionales (constituciones, tratados internacionales, leyes, etc.)– ha significado un real y equitativo ejercicio de ésta, al menos no desde las dimensiones plasmadas por Marshall, pues por la “vía de los hechos han generado terribles y dolorosas exclusiones, desigualdades e injusticias que anteceden a la formalización política, pero que se agudizan en esos territorios” (Reguillo, 2003: 28).

Y esto sucede porque el concepto de ciudadanía, en la práctica, se ha vaciado a su manifestación electoral dejando fuera su dimensión civil (homogeneizando a los ciudadanos en electores), ha cambiado y reducido la participación ciudadana por la organización partidista olvidando su dimensión política y, finalmente, su dimensión social ha quedado a merced de lo que los ciudadanos puedan hacer frente al consumo y a los mandatos de los nuevos poderes económicos (Cortina, 2003 y Reguillo, 2003).

A la par de estas modificaciones y por la creciente convergencia tecnológica (unión en red de las telecomunicaciones, la informática y las industrias audiovisuales) se han ido potencializando –tanto para el Estado como para los ciudadanos– los sistemas por los cuales se busca intervenir activamente en el espacio público y en la visibilidad mediática que garantiza su presencia en él; de ahí que el proceso socio-cultural de la ciudadanía –que planteaba Marshall, más allá de las críticas aquí señaladas– se ha nutrido por un sinfín de movimientos ciudadanos en pro de los derechos humanos.

Como parte de estas luchas, el modelo clásico de ciudadanía se ha reestructurado y ha incluido dos nuevas dimensiones: la económica y la cultural; la primera se enfoca en garantizar la participación de los individuos en las decisiones sobre economía que afectan a su comunidad política y, la segunda implica entender a la ciudadanía como una relación entre ciudadano-ciudadano (y no ciudadano-Estado), donde el reconocimiento de lo distinto y diverso, culturalmente hablando, va más allá del reconocimiento legal (Rosaldo, 2001).

Esta última dimensión, la cultural, representa un cambio importante para la ciudadanía, porque devuelve a ésta su plataforma cultural –erradicada u olvidada por el determinismo jurídico-político– y al hacerlo renueva su concepción al poner a debate las pertenencias y adscripciones de lo que significa ser un ciudadano (Rosaldo, 2001), ya que como meta busca explicar los mecanismos socio-culturales que al final determinan el ejercicio y validación de los derechos/obligaciones ciudadanos; esto al articular el derecho a la organización, expresión, participación y representación (Murdock, 1999) en el mundo a partir de “las pertenencias y anclajes culturales (el género, la etnia, la religión, las opciones sexuales, las múltiples adscripciones identitarias, ente otras” (Reguillo, 2003: 36).

Lo anterior será un elemento clave para analizar las formas culturales y simbólicas que de la realidad se extrajeron para representar de una “mejor” manera las expresiones ciudadanas de *Alma de Hierro* en relación con la LILE y la LSC; legislaciones que brindan el marco de referencia a la dimensión civil, que en conjunto con la dimensión cultural son las instancias desde las cuales planteo hacer el recorte teórico del concepto de ciudadanía.

Catalogado como un concepto “paraguas”, la ciudadanía ha sido utilizada para explicar todo asunto político y jurídico-electoral, otorgándole, como plantean Kymlicka y Norman, un alcance potencialmente ilimitado que conlleva dos riesgos, ya sea el pensar que toda relación o asunto político implica relaciones ciudadano/ciudadano o ciudadano/Estado o el confundir a la ciudadanía como condición legal (derechos y obligaciones) con la ciudadanía como orden político deseado (Kymlicka y Norman, 1997: 2).

Para ir diseccionando qué de la ciudadanía será útil para la investigación tomaré el esquema teórico-metodológico que Juan Manuel Ramírez Sáiz (2007) ideó ante las dificultades que se tenían (y tienen) para “situar y ubicar” el concepto de ciudadanía; éste propone dividir su estudio y proceso en cinco etapas: *ejes estructurantes* (tipo implicaciones a las cuales puede referir la ciudadanía; por ejemplo, jurídico-políticas, social-antropológicas e institucionales); *dimensiones implicadas* (áreas de incidencia de la ciudadanía: civil, política, social, económica y cultural); *procesos instituyentes* (formas de materialización de la lucha ciudadana: defensa, ampliación e innovación de los derechos); *ámbito de vigencia y ejercicio* (local, nacional o global) y, por último, *referentes teóricos* (liberal, comunitaria y republicana).

En su modelo Ramírez Sáiz, precisa que hay una oposición y polarización entre quienes ven a la ciudadanía desde un aspecto jurídico-político (derechos y obligaciones) y quienes apuestan más por su lado socio-antropológico (identidad, sentido de pertenencia a una comunidad, prácticas sociales para ejercer los derechos y cumplir las responsabilidades), a éstas les añade el eje “institucional” que son aquellos documentos legales que protegen los derechos y regulan las obligaciones (constituciones, leyes, tratados, reglamentos, etc.); para Ramírez Sáiz estos ejes estructurantes se conjuntan y estructuran, pues: “Desde un punto de vista genético o diacrónico, los derechos y la ciudadanía se inician como prácticas sociales, después se legalizan como estatus y finalmente se materializan a través de las instituciones” (Ramírez Sáiz, 2007: 10).

Al construirse a través de las prácticas sociales, la ciudadanía va evolucionando conforme los cambios socio-políticos y sus elementos estructurantes, por lo que no puede separarse a la ciudadanía de la lucha histórica por “el derecho a tener derechos” (Ramírez Sáiz, 2007: 11), de ahí la importancia de los procesos que la instituyen: defensa (lucha por el reconocimiento y restitución de los derechos, así como la exigencia para que el Estado cumpla sus obligaciones); ampliación (extensión de los

derechos existentes) e innovación (búsqueda por el reconocimiento legal de nuevas manifestaciones sociales y creación de nuevos derechos y obligaciones que no están contenidos en las leyes).

Los procesos instituyentes de la ciudadanía principalmente son las instancias que más se materializan y representan a través de los medios de comunicación, pues son éstos los que configuran las nuevas formas de “ser y estar” como ciudadanos (Orozco, 2008), esto ante el inminente proceso de visibilidad que otorgan o censuran a las luchas y movimientos sociales (Reguillo, 2005).

En este sentido, los estudios sobre la ciudadanía han buscado interpretaciones sobre las nuevas formas de ser ciudadano; unos enfocados en su constitución histórico-política (Turner, 1993; Pocock, 1995; Cortina, 1997; Kymlicka y Norman, 1997; Ramírez Kuri, 1997; Ramírez Sáiz, 2003, 2007 y Heater, 2007), otros desde sus interacciones socio-antropológicas (Rosaldo, 2001; Fleury, 2005), y algunos enfocados en su configuración mediática-mercantil (García Canclini, 1995; Mata 2002; Camacho, 2002; Krohling, 2002; Pérez-Luño, 2004; Reguillo, 2005; Winocur, 2007; Orozco, 2008 y Padilla, 2009).

La presente investigación se sitúa en esta última categoría al enfocarse en la representación de los ciudadanos presente en las telenovelas y en los cambios externos a ésta que han propiciado que la ficción mexicana se vuelva un nuevo terreno para la reconfiguración de la relación política-cultura.

Ciudadanía comunicativa: la construcción del ciudadano mediático

La mediatización de la sociedad ha provocado que sea difícil situar al ciudadano dentro de un marco territorial específico, ya que la interculturalidad y la multiculturalidad, a consecuencia de la globalización, implica que el “ser ciudadano hoy” escape de la mera relación con un Estado-nación, potencializando el hecho de que la ciudadanía actual deba entenderse en un plano cultural/global.

Esta nueva configuración ciudadana ha sido primordialmente moldeada por los medios y las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC), al ser la incorporación de éstos lo que ahora coloca al sujeto, en cuanto ciudadano, ante otras formas de reconocimiento y pertenencia en espacios mediáticos y virtuales.

Los medios han tomado el rol predominante en la construcción de las nociones políticas reconfigurando así el “espacio público” y, por consecuencia, la manera en que se es ciudadano:

Hombres y mujeres perciben que muchas de las preguntas propias de los ciudadanos —a dónde pertenezco y qué derechos me da, cómo puedo informarme, quién repre-

senta mis intereses— se contestan más en el consumo privado de bienes y de los medios masivos que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos (García-Canclini, 2001: 13).

Para Néstor García-Canclini la ciudadanía es entendida más como un proceso de consumo que como una práctica jurídico-política; bajo este mismo tenor, Martín-Barbero y Rey (1999) precisan que esto sucede porque el “des-ordenamiento cultural” provoca que los patrones culturales se vuelvan de consumo y, por ende, existan “sociedades paralelas”: la de los conectados, con acceso a la oferta de bienes y saberes, y los excluidos, quienes no poseen la información mínima para “poder decidir como ciudadanos”.

Desde esta perspectiva, es el plano comunicativo y su conexión-desconexión de las tecnologías y realidades virtuales el que constituye y forma ciudadanos, mismos que ya no responden a las representaciones o identificaciones con figuras, estilos y prácticas tradicionales que han definido históricamente la ciudadanía sino a los entramados mediático-mercantiles:

Lo que distingue y caracteriza a los sujetos sociales hoy en día es precisamente su estar y ser audiencias-usuarios en un expansivo ecosistema comunicativo. Un estatus, éste, que no obstante su reciente generalización, es un estatus que define cada vez con mayor contundencia la manera de estar en sociedad actualmente, y en especial la nueva forma de ser ciudadano (Orozco, 2008: 2).

Esta nueva forma de ser ciudadano encierra dos vertientes importantes: por un lado el ciudadano-consumidor que se aleja de la política y, por otro, el ciudadano que apoyado en la interactividad que brindan las TIC busca resituarse en el espacio público (simbólico), vuelto común por las tecnologías de producción y distribución de información, al dejar de ser sólo un consumidor para convertirse en un *prosumidor*, productor de contenidos (Pérez Luño, 2004: 66-68).

Este cambio de audiencia a usuario, como establece Guillermo Orozco (2009), está generando que los procesos verticales de comunicación se rompan al multiplicar y diversificar las formas en que se construye la información o la manera en que los ciudadanos desde nuevas plataformas tecnológicas son capaces de interpelar los mensajes políticos y mediáticos.

Es tal la incidencia comunicativa en los procesos de construcción y constitución de ciudadanía que varios autores (Mata, 2002; Winocur, 2002; Pérez Luño, 2004; Reguillo, 2005; Orozco, 2008, Padilla, 2009) proponen mirar a la comunicación y sus procesos como una dimensión más de la ciudadanía, a tal grado que sea posible hablar de *ciudadanos mediáticos*.

Ya que es a través de los medios que los ciudadanos buscan dar sentido y respuestas a sus demandas políticas, a la par de que desean concebir (en ellos) una representación plena que vincule a los valores ciudadanos vigentes con las pautas de acción que éstos pueden realizar y ejercer dentro de la esfera pública.

A pesar de estas intenciones, son los medios los que sustentan los dispositivos y estrategias de producción de visibilidad y el resultado no ha redituado en una representación plena o positiva del ciudadano; al contrario, y como dan cuenta las investigaciones, los ciudadanos son aludidos en el discurso de los medios y, por tanto, no son actores activos de sus demandas, ya que éstas se construyen –al igual que su representación– conforme a los intereses y posturas de los medios.

En este sentido, la “ciudadanía comunicativa” sería la forma en que el consumo mediático y el constante ir y venir de las informaciones determina la capacidad política y ciudadana para ejercer y actuar en la esfera pública, delimitando el papel activo del ciudadano en una especie de interlocutor que configura sus nociones político-ciudadanas con base en la espectacularización de lo político, donde éste es aludido y no actor principal de sus problemáticas (Franco, 2009a).

Esta definición, dentro de la propuesta de investigación, buscar ir más allá al particularizar la representación ciudadana que se realiza dentro de la ficción televisiva y describir cómo son los *ciudadanos de ficción* que ahí se muestran.

Ciudadanos de ficción: representación ciudadana en la telenovela

La capacidad simbólica de las telenovelas para mostrar diversos y múltiples sectores sociales no sólo contribuye a su estereotipación sino a la configuración de una representación social de los valores de clase y, por consecuencia, del tipo de acciones que éstas son capaces de hacer y realizar.

Esta representación de la clase e identidad que la telenovela ha realizado históricamente ha servido para crear patrones culturales que dejan bien claro las oposiciones simbolizadoras que separan a ricos de pobres, hombres y mujeres, explotadores y explotados, adultos y jóvenes, ciudadanos y campesinos, extranjeros y nacionales, etcétera (Martín-Barbero y Muñoz, 1992).

Lo destacable de estas oposiciones es que las telenovelas recientemente se han acompañado de temáticas y derechos ciudadanos que permiten analizar el tipo de representación ciudadana que se construye como ficción, pero que a su vez se nutre de elementos jurídicos reales que validan o invalidan las acciones de los personajes que buscan en el ejercicio de sus derechos una solución a sus problemas.

El *ciudadano de ficción*, como lo he planteado, es todo aquel personaje, dentro de la telenovela, que mediante sus prácticas manifiesta explícita o implícitamente sus inten-

ciones de materializar algún derecho u obligación, ya sea para sí mismo o en función de las problemáticas de un tercero.³

Recordemos que este *ciudadano de ficción* se describirá en función de la representación que *Alma de Hierro* hizo del mismo en los dos derechos seleccionados; para entender esto a cabalidad haré una breve reseña de lo que entiendo por representación y cómo es que este concepto será utilizado para vincular las temáticas y discursos de las telenovelas mexicanas con la ciudadanía y sus dimensiones configurativas.

El concepto de representación social es incorporado por Serge Moscovici (1979) a partir de la reconfiguración que éste hizo de la teoría de las “dos conciencias” de Émile Durkheim; para este último existen representaciones colectivas e individuales que se entrelazan para conformar una representación común siendo lo colectivo lo que se impone por encima de lo individual. Para Moscovici, entonces, las representaciones se originan o emergen en la dialéctica que se establece entre las interacciones cotidianas de los sujetos, su universo de experiencias previas y las condiciones del entorno:

Una teoría de la representación no trata únicamente con el hombre o la mujer de carne y hueso, sino también con las diferentes fuentes desde donde éstos se construyen a sí mismos, sean éstas: sociales, institucionales, culturales, políticas, religiosas e, incluso, mediáticas (Moscovici, 1979: 18).

Las representaciones sociales, más allá del cómo los grupos conceptualizan un objeto material o simbólico, encuentran en los medios de comunicación “una instancia privilegiada del espacio público”, donde no sólo es posible circular cientos de representaciones sino que también se posibilita la capacidad simbólica para nutrir a éstas de múltiples y diversos significados, con lo que la influencia o negociación que se tiene entre los grupos sociales representados no sólo adquiere otros matices sino que, en muchos de los casos, busca suplantar el significado original de la representación.

Por tanto, existe una relación forzada entre las representaciones impuestas por aquellos (los medios, el Estado, etc.) que poseen el poder de clasificar y designar la definición, sumisa o resistente que cada comunidad produce de sí misma y las luchas que ésta hace por defender su propia identidad ante los estereotipos que puedan generar sus clasificadores. En palabras de Roger Chartier, “son los estereotipos los que terminan volviéndose representaciones” al tener los grupos minoritarios pocas armas para afrontar las políticas de identidad que les designan los poderosos (Chartier, 2002: 54-57).

³ Matizando que esta referencia aplica para aquellos ciudadanos representados en las telenovelas mexicanas, por lo que su traslado debe realizarse bajo las particularidades socio-históricas inmersas en el proceso de producción, distribución y consumo de las industrias ficcionales que las gestan.

Trasladando esto a los terrenos mediáticos y como ya lo he referido, los medios poseen el dominio claro en cuanto a políticas de identidad se refiere, ya que es por medio de sus dinámicas y procesos simbólicos que los grupos sociales adquieren visibilidad y, por consecuencia, relevancia social (Thompson, 1998).

La idea central es analizar cómo los dispositivos de representación mediática se inscriben productiva y simbólicamente en la definición de los *ciudadanos de ficción* en virtud de las *prácticas y discursos ciudadanos* que dentro de la ficción son usados para validar, defender, criticar o inhibir algún tipo de derecho u obligación.

¿Cómo conjuntar, entonces, las narrativas y temáticas ciudadanas de *Alma de Hierro* con la teoría ciudadana? ¿Cuál o cuáles son los ejes estructurantes que materializan la presencia de temas ciudadanos en la telenovela? ¿Qué dimensión o dimensiones ciudadanas están presentes en su narrativa? ¿Cuál o cuáles son los procesos instituyentes de la ciudadanía que se promueven en *Alma de Hierro*?

Para explicar esto se utilizó nuevamente el modelo de ciudadanía ideado por Ramírez Sáiz (2007), de quien retomo las siguientes instancias de análisis: *ejes estructurantes, dimensiones ciudadanas y procesos instituyentes*. A continuación expongo de manera sucinta cómo estas instancias se adecuaron para la construcción de las representaciones ciudadanas presentes en *Alma de Hierro*:

Los ejes estructurantes jurídico-político, socio-antropológico e institucional, fueron usados para analizar las formas y estructuras desde las cuales la telenovela ancló la existencia de los derechos; por ejemplo, se describió si fue desde el marco jurídico, socio-antropológico o institucional donde ésta los re-significó. En este sentido, lo jurídico-político estuvo representado por los elementos que dentro de la trama se vincularon con los procesos reales que un ciudadano tiene que seguir para materializar dicho derecho; lo socio-antropológico fue la forma en que las prácticas ciudadanas se materializaron al construir situaciones en las cuales el ámbito socio-cultural determinó los motivos y acciones de los sujetos que buscaban validar sus derechos; y, por último, la parte institucional que sirvió para identificar a las instituciones que dentro de la ficción se presentaron como entidades que pueden validar y/o resguardar los derechos.

Las dimensiones ciudadanas: civil y cultural. La dimensión civil se tomó como el eje central del análisis, pues permitió analizar cómo se construyó el discurso ciudadano en relación con la acción que los personajes asumieron para manifestar que tienen derecho a determinada cosa y que, por tanto, el otro está obligado a aceptarla (o saberla). Justo ahí es donde se da la conexión con la dimensión cultural, ya que se buscó saber bajo qué términos y valores un personaje puede ser acreedor a un derecho o porqué, bajo esas mismas circunstancias éste puede ser limitado, ya sea por su propia moral o por la presencia de otro que le recuerda cuáles son los valores aceptados.

Los procesos instituyentes, defensa, ampliación e innovación, sirvieron para reconocer cuál fue la finalidad de representar tanto la LILE como la LSC dentro de *Alma de Hierro*. Es de-

cir, mediante éstos se reconoció si lo plasmado en la telenovela contribuyó a defender, ampliar o innovar los derechos o, si en su defecto, la representación se encaminó más a su *inhibición*.

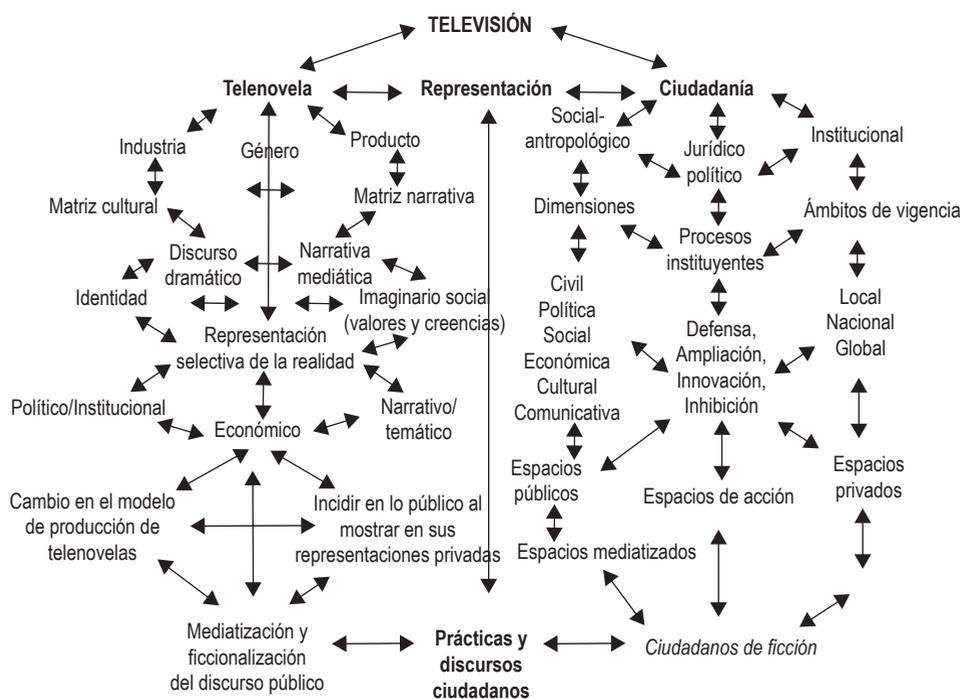
Esta nueva categoría fue agregada para dar cuenta de un proceso instituyente que desde la construcción mediática contribuyó más al detrimento de los derechos que a su valorización, ya que en ambas temáticas se jerarquizaron tanto los derechos como los sujetos que los ejercieron; por ejemplo, el derecho a la vida por encima del derecho a decidir, el derecho del hombre sobre el de la mujer, etcétera.

En seguida se presenta un esquema del entramado teórico que se construyó para unir a la ciudadanía con la telenovela, mismo que funciona como base para el planteamiento metodológico a presentarse en el capítulo V.

En este esquema las flechas indican la direccionalidad múltiple con la que ambos conceptos se entrecruzan creando un entramado donde de la complejidad se pasa a elementos concretos que permitirán explicar cómo la ficcionalización de lo político-ciudadano en las telenovelas repercute en la construcción de prácticas y discursos de los *ciudadanos de ficción* que éstas pretenden representar en sus narrativas.

Esquema 1

Vinculación telenovela-ciudadanía



En este esquema se puede observar que ambos conceptos (telenovela-ciudadanía) están articulados a partir de la noción de representación; es este concepto el que sirve como bisagra para ejemplificar cómo mediante su narrativa, las telenovelas son capaces de vehicular la realidad político-social con el mundo de la ficción, destacando especialmente la manera como comienzan a representar de forma más constante diversos problemas político-sociales, entre los que queremos destacar la representación de los derechos ciudadanos.

Respecto a la ciudadanía, el esquema expone como pilares transversales los ejes estructurantes, las dimensiones (específicamente la civil y la cultural) y los procesos instituyentes de la ciudadanía ya que, como se ha matizado, será a partir de éstas que se explicarán los elementos ciudadanos que fueron utilizados por *Alma de Hierro* para la representación de sus *ciudadanos de ficción*.

En el capítulo IV se expondrá el contexto socio-político que está inmerso en las dimensiones (político-institucional, económica y narrativa) implicadas en el cambio narrativo-temático del modelo Televisa, mismo que está dando fuertes indicios de abandonar su histórico modelo de producción para adentrarse cada vez más en la representación y discusión de problemáticas socio-políticas contemporáneas, en donde se incluye desde luego lo ciudadano pero también lo mercadológico, lo político, lo electoral y lo gubernamental.

Cada una de estas dimensiones será ejemplificada y contextualizada con las temáticas tocadas y representadas en diversas telenovelas; la idea es dar cuenta de que el fenómeno no sólo es característico de *Alma de Hierro* sino que responde a un cambio general que actualmente influye en el proceso de producción, distribución y consumo de las telenovelas en México.

La exploración e indagación de estas dimensiones constituyen en sí mismas parte de los resultados planteados por este texto, pues sin la explicación de una reconfiguración del modelo Televisa sería poco factible –y ético– hablar de las representaciones ciudadanas vertidas en las telenovelas mexicanas.

Por tanto, el siguiente capítulo se perfila como el contexto general y puntual que permite situar nuevamente el objeto de estudio de este trabajo en función de un contexto macro, mismo que será fundamental entender al momento de realizar el análisis de lo micro; es decir, las representaciones ciudadanas vertidas en la telenovela *Alma de Hierro* en razón del tratamiento narrativo-discursivo que ésta hizo de la LILE y LSC.

CAPÍTULO IV

El modelo Televisa: puntos de ruptura, dimensiones configurativas del cambio narrativo-temático de las telenovelas mexicanas

La incorporación de las temáticas ciudadanas y la posterior representación de los derechos de interrupción legal del embarazo y la unión de sociedad de convivencia, casos a analizar dentro de *Alma de Hierro*, no se podrían explicar sin el conocimiento previo que generó la ruptura del modelo Televisa.

Las dimensiones desde las cuales pretendo explicar el cambio son la *político-institucional*, es decir, aquellas modificaciones legales que han orillado a las televisoras a buscar nuevos canales para naturalizar sus posturas político-ideológicas; la *económica*, las estrategias mercantiles que modifican las temáticas de la ficción. Y, finalmente, la *narrativa*, la cual explica cómo la mutación del género y su apertura a mercados internacionales modifica su modelo de producción.¹

Mi objetivo es mostrar la tendencia generalizada de incorporar temáticas político-ciudadanas dentro de las telenovelas mexicanas para luego ahondar en el caso de *Alma de Hierro* y entender cómo (al interior de una narrativa específica) se construye (textual y contextualmente) el discurso del *ciudadano de ficción*.

Dimensión político-institucional

La relación de subordinación y coacción llevada por más de 70 años entre el sistema político mexicano y el sistema mediático –comandado por Televisa y recientemente también por Tv Azteca– ha sufrido diversos cambios desde el llamado periodo de “alternancia” generado tras la salida en el 2000 del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y la llegada a la presidencia de México del Partido Acción Nacional (PAN).

Los principales cambios, vía las modificaciones legales, no han cumplido con el objetivo de mermar el poder político del duopolio televisivo (Hernández y Orozco, 2007).

¹ Para una mejor explicación de las dimensiones se retomarán diversos ejemplos representados en las telenovelas mexicanas de octubre 2008 a marzo de 2010 (Ver Anexo II).

Al contrario, éste se ha incrementado con la utilización de las pantallas mexicanas como objetos destinados a maniatar la opinión pública en temas como la aprobación y el posterior rechazo de la Ley Federal de Radio y Televisión, también conocida como *Ley Televisa*, así como de las reformas a la Ley Electoral.

En el primer caso, el duopolio televisivo junto con las empresas radiofónicas más importantes del país, intentaron cobrar los favores políticos-electorales al exigir la aprobación de la *Ley Televisa*,² legislación donde se verían favorecidos con un nuevo sistema de concesiones para el manejo del espacio radioeléctrico y una serie de beneficios para extender su red de dominio en los nuevos formatos digitales (servicios de internet, telefonía fija y celular).

La ley fue declarada inconstitucional por la Suprema Corte de Justicia de la Nación (31/05/07) porque favorecía el monopolio y la competencia desleal al volver “vitalicias” las concesiones, pues éstas no se otorgarían al mejor proyecto sino al “mejor postor”. La Corte regresó la Ley al Congreso para su corrección y hasta la fecha ésta (agosto 2010) se encuentra en la “congeladora”, pero se prevé que resurja como parte de los apoyos mediáticos que Televisa y Tv Azteca brindaron al Partido Verde Ecologista de México (PVEM) en las elecciones del 2009.

Como pago el PVEM cedió a Televisa y Azteca ocho de los diez curules que de forma plurinominal obtuvo en las elecciones.³ Estos lugares en el Congreso fueron tomados por familiares, colaboradores y empleados de los consorcios televisivos⁴ con la firme intención de revivir en comisiones la rechazada ley, promover acciones que favorezcan al duopolio y rechazar los proyectos que atenten en contra de su patrimonio (cobro de impuestos) o impongan nuevos mecanismos de competencia (apertura de la tercera cadena nacional).⁵

² Dichos favores corresponden a la guerra sucia generada en los comicios electorales del 2006, donde se armó toda una campaña de desprestigio contra el candidato de Partido de la Revolución Democrática (PRD), Andrés Manuel López Obrador (Trejo, 2009).

³ El PVEM obtuvo 6.7% del total de los votos.

⁴ Entre los nuevos “diputados-pantalla” destacan: Ninfa Salinas, hija de Ricardo Salinas (dueño de Tv Azteca), Lorena Corona, Rodrigo Pérezalonso, Verónica Tomás, Miguel Orozco, Mónica García, Juan Flores, éstos últimos vinculados a Javier Tejado Dondé, director jurídico de *Televisa* y artífice de la llamada “Ley Televisa”.

⁵ La “bancada mediática” ha operado la condonación de más de 2 millones de pesos a los nuevos inversionistas que desean obtener la licitación del espectro radioeléctrico de 1.7 Ghz; hasta la redacción de esta tesis Televisa llevaba la delantera en la concesión, pues ésta absorbió a su principal competidor, Nextel, al comprar 40% de sus acciones. Con esto Televisa obtendría la Licitación No. 21 y podría ofrecer en México los servicios del llamado *cuádruple play*: telefonía fija y celular, internet y televisión digital (Franco, 2010c).

Naturalización de la política, marketing político y ficción televisiva

Desde las campañas electorales del 2006 y tras las reformas electorales del 2007, las televisoras y los partidos políticos han inaugurado nuevas formas de proselitismo al “naturalizar” en la ficción sus plataformas político-ideológicas sin que éstas parezcan, aparentemente, un mensaje político o un *spot*.

Con la aprobación de la Reforma Electoral (13/09/07)⁶ se estableció que los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en radio y televisión; con esto se buscó erradicar la contratación de *spots* para denostar a otros candidatos/partidos.

Asimismo, se contempló que durante los procesos electorales, los partidos políticos, sus precandidatos y candidatos sólo tendrán acceso a los medios a través de los tiempos oficiales y fiscales (48 minutos al día), siendo el Instituto Federal Electoral (IFE) el encargado de distribuir los tiempos.

Con esto, las ganancias electorales para los medios, mayoritariamente para las televisoras, se redujeron no sólo económicamente sino también políticamente, porque minaron su capacidad para influir abiertamente en las elecciones.

Para abatir las bajas económicas y simbólicas que generó la Reforma Electoral, las televisoras buscaron en otros espacios y géneros la forma de naturalizar sus posturas político-ideológicas, siendo la ficción uno de los espacios más propicios para ello. Así lo confirma la iniciativa que Televisa envió en marzo de 2009 al IFE. En ella, Televisa le proponía “canjear” los 48 minutos de *spots* políticos –que por ley tiene que pasar en el periodo electoral– por 30 minutos de “felices menciones” en las telenovelas y otros programas al considerarlo “más eficaz y menos aburrido”.⁷

La iniciativa llamada “De la frecuencia efectiva a la frecuencia enemiga” demostraba estadísticamente que el *rating* de los *spots* electorales bajaba en relación con el programa

⁶ El 12 de septiembre de 2007, todos los medios electrónicos del país suspendieron sus programaciones para transmitir “en vivo y en directo” la sesión del Senado donde se discutió públicamente las reformas a la Ley Electoral; con la presencia de su *star system* informativo, las televisoras y radio-difusoras expusieron las modificaciones como un atentado a la libertad de expresión, aunque lo que estaba en juego eran sólo los financiamientos públicos que se otorgan para la difusión de *spots* en los tiempos electorales.

⁷ Es importante señalar que como protesta tanto Televisa como Tv Azteca decidieron al inicio de las campañas electorales (febrero 2009) agrupar todos los *spots* políticos en bloques de 3 a 5 minutos y así transmitirlos al aire; la medida fue tan drástica que las televisoras interrumpían todo tipo de programación; no sin antes escudarse en la leyenda: “Los siguientes promocionales son ordenados por el Instituto Federal Electoral y se transmitirán hasta el 5 de julio. Disculpe las molestias”.

que les antecedía. Lo que Televisa proponía era usar sus altos *ratings*, principalmente en las telenovelas, para hacer menciones políticas más efectivas y así burlar la ley al ahorrarse 18 minutos al día (Delgado, 2009).

Aunque, en realidad, lo que parece haber buscado Televisa fue legalizar las nuevas formas de *marketing político*, que desde el 2006 ya implementaba en sus telenovelas. Por ejemplo, en pleno proceso electoral de ese año en la telenovela *La fea más bella* (Televisa), tanto la protagonista como diversos personajes promovieron el voto a favor del ahora presidente, Felipe Calderón.

No obstante, para la productora de la telenovela, Rosy Ocampo, esto “jamás” fue proselitismo político sino una buena venta publicitaria, como lo menciona en entrevista: “Esto obedeció a criterios estrictamente comerciales, tratándolos como cualquier otro producto; por ejemplo, artículos para bebés, ropa íntima para dama y cuidados de la piel que en otras ocasiones hemos incluido dentro de la misma trama y que el público así lo lee, así lo entiende”.⁸ Cabría preguntarse entonces, ¿será que la propaganda electoral recibe el mismo trato en la audiencia que los artículos de belleza?

Lo mismo ocurrió en el proceso electoral del 2009, salvo que en esta ocasión el proselitismo fue meramente simbólico, pues la producción de *Un gancho al corazón*, también de Televisa, aprovechó que uno de sus personajes era interpretado por Raúl Araiza –actor e imagen del Partido Verde en las elecciones– para ponerle del 15 al 19 de junio varias camisetas con la leyenda: “Soy verde”, haciendo alusión directa a la campaña que, en conjunto con la actriz Mayte Perroni, éste tuvo que encabezar por órdenes de Televisa⁹ (Franco, 2009b).

Televisa replicó esto en su publicación *TvyNovelas*, donde tanto Araiza como Perroni aparecían en los comerciales de la revista para promover “aparentes” entrevistas, sólo que la materia de éstas, y el principal contenido del *spot*, no eran sus carreras artísticas sino la plataforma política del PVEM.¹⁰

La utilización de la ficción y sus estrellas para la construcción de mensajes políticos e institucionales ha sido una práctica reciente en las pantallas mexicanas. Televisa lanzó en octubre y noviembre de 2008 dos *spots* con motivo de la crisis económica mundial; en ellos su *star system* convocaba a la audiencia a trabajar más duro para salir de la crisis “sin miedo”.

⁸ *El Siglo de Torreón*: <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/222387.niega-ocampo-proselitismo-en-la-fea.html>

⁹ Ambos actores manifestaron en entrevistas no estar a favor de la propuesta del Partido Verde (aprobación de la pena de muerte, en específico), precisando que si estaban al frente de la campaña de dicho partido era porque su empresa (Televisa) los había llamado a realizar un *casting* y que producto de éste resultó que serían la imagen del partido ecologista.

¹⁰ Por ambas violaciones a la ley, *Televisa* fue multada por 1 576 426 pesos.

El contenido de los *spots* se ajustó mucho a los discursos oficiales que intentaron esconder la crisis económica con metáforas sobre “gripes y catarros”; el “optimismo financiero” promovido por “las estrellas” también fue trasladado hasta el mundo de la ficción donde durante estos meses los personajes enseñaban a la gente “cómo ahorrar y cuidar el dinero”. *Alma de Hierro* participó activamente en estas campañas.

Pero no sólo son los artistas y sus televisoras los que aprovechan estos resquicios legales, ya que este fenómeno también es acompañado por la constante presencia mediática de los políticos en las pasarelas del espectáculo y la ficción; éstos hacen uso de los medios, vía los contratos publicitarios, para aparecer en cuanta revista o programa televisivo les sea posible. El vivo ejemplo es el gobernador del Estado de México, Enrique Peña Nieto.

Éste ha aprovechado al máximo su relación con la también actriz de Televisa, Angélica Rivera –quien fue la imagen de su gobierno del 2007 al 2008– para aparecer en casi todos los programas de espectáculos sin que hasta la fecha esto sea considerado “actos adelantados de campaña”, pues a decir de éste, su vida privada no tiene nada que ver con sus actos de carácter público.¹¹

Otra de las instancias que también le han entrado al *marketing político* dentro de la ficción son los gobiernos estatales, éstos utilizan los ilimitados recursos que poseen en materia de “comunicación social” para derrochar fuertes cantidades de dinero no sólo para la promoción turística de sus estados, como pasó con *Las tontas no van al cielo* (Televisa, 2008) y los 30 millones de pesos que recibió del Gobierno de Jalisco,¹² sino que ahora incursionan en las telenovelas al promover y naturalizar en ellas sus logros gubernamentales, como pasó con el gobierno de Chiapas.

El gobernador de Chiapas, Juan Sabines, utilizó la ficción para dos fines: 1) promover el turismo en su estado a través de dos telenovelas: *Mi pecado* (Televisa, 2009) y *Pasión morena* (Tv Azteca, 2009) y, 2) insertar en esta última varios *spots* en donde se destacaron los logros de su gobierno en el año 2009.

¹¹ En el libro *Si yo fuera presidente*, de Jenaro Villamil (2009), se detalla el plan de marketing que Televisa y Peña Nieto firmaron para cimentar mediáticamente su imagen; el pacto o contrato comercial incluye: manejo de imagen, contratación de info-comerciales, pago de entrevistas en los noticieros, reportajes especiales, aparición en programas y revistas de espectáculos, por todo esto Peña Nieto ha pagado a la televisoras poco más de 746 millones de pesos.

¹² Este tipo de publicidad, como reportó Obitel México en 2009 y 2010, creció de forma notable, ya que diversos estados patrocinaron y dieron todas las facilidades logísticas para que varias telenovelas fueran filmadas en sus localidades; tal es el caso del *remake* de *Corazón salvaje* (Televisa) que se realizó en Campeche; *Verano de amor* y el final de *Atrévete a soñar* (Televisa) se grabaron en Veracruz; Yucatán sirvió de escenario para *Sortilegio* (Televisa) y *Vidas robadas* (Tv Azteca) y, recientemente, el estado de Guanajuato en un evento público del gobernador, Juan Manuel Oliva, promocionó la telenovela *Quiéreme tonto* (Tv Azteca).

En *Pasión morena* casi de la nada surgió un personaje (Marcela) que se dedicaba a recabar recursos para los niños chiapanecos. Dando eco a tan noble labor en los capítulos 150 y 151 (18 y 19 de diciembre de 2009), la telenovela presentó un espectáculo donde se recabarían dichos fondos, sólo que jamás se aclaró que éste estaría adornado con el escudo del gobierno chiapaneco ni que el personaje haría más alusión a los logros de este gobierno que a la supuesta labor filantrópica. El personaje –cual vocera oficial– durante todas las escenas del dichoso acto sostuvo diálogos como éste:

No saben lo feliz que me hace llevar a Chiapas tanta ayuda, me encanta. Además tenemos muchísimos más proyectos en puerta; por ejemplo, el gobierno del estado acaba de construir 12 clínicas para la mujer, además de que está otorgando becas para mujeres solteras y ha construido más de 100 nuevas escuelas (*Pasión morena*, 18/12/09).

Esto clarifica de modo contundente que las nuevas fronteras del *marketing* político han puesto sus ojos en las telenovelas, pues la ficción ofrece una vía “natural” para que sus mensajes netamente políticos sean colocados de una manera más efectiva y sobre todo afectiva (Orozco, Huizar, Franco y Hernández, 2010).

Así, las telenovelas se constituyen desde su dimensión político-institucional como un importante escaparate donde se intenta plasmar el “pulso de la política y sus políticos”, mostrando rostros y acciones enfocadas en ganar el capital político vía la emotividad del teledrama. Estamos frente a un nuevo fenómeno que bien podría ser llamado: “ficcionalización o naturalización de la política”.

Con este término puede entenderse la manera en que –a través de la ficción– las televisoras, los gobiernos, los partidos y sus políticos buscan generar ideas puntuales sobre problemas específicos; es decir, diluir en las situaciones “aparentemente” ficcionales sus posturas ante problemas o situaciones que pueden ser contrarias o no a sus valores institucionales (Franco y Orozco, 2010a).

Como ocurrió en la telenovela *Secretos del alma* (Tv Azteca, 2009), donde una “coincidencia narrativa” sirvió de pretexto para reforzar la “postura oficial” en torno a los motivos que causaron el desplome del avión donde murió el ex secretario de Gobernación, Juan Camilo Mouriño.¹³ En el capítulo 37 (10/12/08), se aprovechó que el protagonista era dueño de una compañía aérea para que éste presentara un informe detallado de los motivos y causas del accidente; a pesar de que había ocurrido un mes antes (04/11/08). Los personajes de “ficción” señalaron como culpables a los pilotos y puntualizaron la falta de visión del gobierno federal (anterior) que apostó

¹³ Algunas versiones apuntaban a que la muerte del funcionario se debió a un atentado, las autoridades, a la fecha, no sólo lo han negado sino totalmente descartado.

por tener un servicio aéreo barato antes que seguro.¹⁴ Un caso más extremo fue el que se realizó en *Llena de amor* (Televisa, 21/05/10), en esta telenovela se expone a la audiencia cómo se realizan los operativos judiciales contra el crimen organizado, con el pretexto de que dos personajes son judiciales. Por medio de éstos en todo momento se hace alusión a la campaña que el Gobierno de México encabeza contra el narcotráfico, justificando con ello la muerte de los criminales que caen en los operativos que se representan en la telenovela (Franco, 2010e). Un ejemplo similar es la serie *Drenaje profundo* (Tv Azteca, 2010), que fue grabada en las instalaciones de la Policía Federal Preventiva (PFP) para mostrar al espectador el despliegue tecnológico del corporativo policíaco.

Pero también existen ficciones, como *Prófugas del destino* (Tv Azteca, 2010), donde más que aprobar narrativamente los planes gubernamentales se está naturalizando tanto la violencia social como la corrupción política, al mostrar cómo un presidente municipal encabeza el contrabando de droga en el norte del país (curiosamente la zona más afectada por el narcotráfico) bajo la protección del fuero político y en complicidad con la policía municipal.

Esta naturalización de la violencia social y la justificación de las acciones gubernamentales se da en el marco donde social y políticamente se critica los escasos resultados de la llamada “Guerra contra el narcotráfico” implementada por el presidente Felipe Calderón desde el año 2007.

Por ello quizá también desde la ficción se están ofreciendo soluciones milagrosas y religiosas para problemas públicos complejos, como pasa con los dramatizados unitarios *La rosa de Guadalupe* (Televisa) y *A cada quien su santo* (Tv Azteca), producciones que narrativamente dejan la solución de los problemas político-ciudadanos en manos de la “virgen morena” o algún “santo patrono católico”.

Estos ejemplos se vuelven indicios importantes de los alcances que puede tener la ficción al incorporar temáticas contemporáneas, pues su inclusión no es un asunto de ingenuidad sino de planeación estratégica entre quienes las producen y quienes pagan, entiéndase dueños de televisoras, anunciantes comerciales e, incluso, el mismo Estado.

Con la misma naturalidad con la que se promociona a la política, sus posturas y estrategias, también se minimizan grupos o movimientos sociales en las telenovelas, como pasó en *Hasta que el dinero nos separe* (Televisa) donde se condenaron las marchas y plantones de los trabajadores afiliados al Sindicato Mexicano de Electricistas (SME), quienes protestaban la desaparición por decreto presidencial (11 de octubre de 2009) de la compañía paraestatal Luz y Fuerza del Centro; este hecho generó

¹⁴ Como ocurrió en la versión oficial. Véase: <http://www.jornada.unam.mx/2008/11/15/index.php?section=politica&article=007n1pol>

múltiples movilizaciones nacionales, sin embargo en la ficción el derecho social de la protesta fue catalogado como pérdida de tiempo, pues los trabajadores eran revoltosos que no querían trabajar y solo perdían el tiempo manifestándose (Franco, 2009a).

El *marketing* político, pensado para la promoción de las ideologías y prácticas políticas, cada día se enfoca más en la “personalización de lo político” (Sánchez, 2005: 39) o, peor aún, en el rasgo distintivo de algún político (Juárez, 2009), como sucede con Enrique Peña Nieto (Villamil, 2009).

Por tanto, si se suma a la personalización de la política la “ficcionalización” de lo político se tiene como resultado una nueva forma de acercarse al electorado, a los ciudadanos de “carne y hueso” que ahora se aglomeran como audiencia. Sin embargo, el problema está en que esto se enfoca más a la restitución sentimental o emotiva de lo político y los políticos, que a sus ideologías o supuestas responsabilidades (Orozco, Hui-zar, Franco y Hernández, 2010).

No obstante, la dimensión político-institucional también abarca otras fronteras sociales que tienen que ver con los propios valores ideológicos de las televisoras; por ejemplo, hay una incursión muy importante de éstas en cuanto a temas vinculados a la dimensión civil de la ciudadanía (derechos y obligaciones) y a los posicionamientos político-ideológicos que mediáticamente asumen al respecto.

Televisa en la telenovela *Destilando amor* (2008) promovió la pena de muerte como única acción que podría pagar todo el dolor generado por el villano de la historia. Al estar prohibida en México trasladaron al personaje hasta Australia, no sin antes discutir la importancia de que este tipo de penas se vuelva legal en el país. Finalmente, el villano fue sentenciado a morir en la “silla eléctrica”.

En *Alma de Hierro*, por ejemplo, se discutió si era correcto o no recurrir a la eutanasia para evitar el dolor y sufrimiento de una mujer que se encontraba en coma; en la telenovela, los padres de la enferma en conjunto con los médicos determinaron interrumpir su vida al escudarse en la Ley de Voluntad Anticipada, legislación que permite (sólo en el Distrito Federal) suspender tratamientos médicos cuando el enfermo así lo desee y se encuentre en fase terminal. En contraparte, la pareja sentimental aludió a dos instancias: la divina –al ser Dios el único que quita y da la vida– y la legal, pues ni los padres ni los médicos contaban con la orden de un juez autorizando la eutanasia. (¿Será que la ley procede en la ficción sólo cuando ésta se vincula a la concepción religiosa?) Todo un tema.

Los ejemplos y las maneras puntuales en que la ficción rompe con su modelo tradicional al anclarse a la realidad desde sus narrativas se relacionan plenamente con su dimensión económica que no sólo las vuelve rentables en términos de audiencia, sino también en términos simbólicos.

Dimensión económica¹⁵

La telenovela es el producto televisivo que mayoritariamente sostiene en tiempos y contenidos la programación en México; sin ser la más numerosa en horas,¹⁶ sí es la que acapara los mejores horarios y canales. Conforme al Informe Obitel 2010, en México la ficción representó 27% de la programación televisiva anual, 3% más que lo reportado en 2008; de esta cifra, la telenovela representó 6% en 2009, con un total de 3 723 horas anuales de transmisión.

A diferencia de 2008, 2009 fue un año de estancamiento para la industria de la telenovela en México, ya que hubo menos títulos, horas y número de capítulos; mientras que en 2008 se estrenaron un total de 40 programas (27 nacionales, 13 iberoamericanos), durante 2009 vieron la luz 20 producciones mexicanas y seis de origen latinoamericano o hispano-estadunidense, lo cual significa un descenso de 35% en lo que a número de títulos se refiere, 36.5% menos de capítulos/episodios y 15.3% menos de horas (Obitel México, 2010).

La baja en la producción de telenovelas durante el 2009 se debió a dos grandes factores: la disminución de la inversión publicitaria¹⁷ –producto de la crisis económica mundial– y la caída de los *ratings*, en buena parte a consecuencia de la diversificación de la oferta, la intermedialidad convergente de su audiencia.

El primer factor provocó que se estrenaran siete títulos menos respecto de 2008, producto del alargamiento de otras telenovelas, cosa que resulta más redituable en tiempos de crisis. A la par, esta disminución pudo haber contribuido a la dependencia y a una mayor compra de producciones extranjeras. Seis de los diez títulos más vistos durante el 2009 son adaptaciones.

La caída de los *ratings*, segundo factor, tiene diversas lecturas; por un lado, y como lo sostienen críticos de la ficción televisiva como Álvaro Cueva (2009), la falta de creatividad y la mala calidad de algunas telenovelas durante el 2009 alejaron a la audiencia de las pantallas, lo que se vio reflejado en los niveles de puntos *ratings* y *share* reportados; por ejemplo, mientras que *Fuego en la sangre*, la telenovela más vista en 2008, alcanzó un *share* de 42.7%, el mejor título de 2009, *Hasta que el dinero nos separe*, apenas superó los 38 puntos. La caída de los *ratings* que se viene observando desde 2007 se acentúa por la

¹⁵ Este libro toma los datos estadísticos de los años 2008 y 2009.

¹⁶ El mercadeo en 2009 representó 15% de la programación anual con un total de 8 928 horas (Obitel, 2010).

¹⁷ De acuerdo con el Informe Latinoamericano de la Inversión Publicitaria 2009, los gastos mundiales del rubro decayeron 10.2%, lo que significó una disminución de 50 284 millones de dólares. Ver en <http://www.revistadircom.com/redaccion/publicidad/464-informe-oficial-latinoamericano-de-inversion-publicitaria-2009.html>

mayor y mejor oferta de ficción importada, sobre todo en los canales de paga¹⁸ (Orozco, Huizar, Franco y Hernández, 2010: 342).

El *rating* también es sinónimo de ganancias, pues entre más puntos de audiencia tenga una producción mayor es su cotización en el mercado; por este motivo, las mediciones internas y externas de audiencia se volvieron vitales en un año (2009) donde los recortes en la inversión publicitaria generaron demasiadas especulaciones.

De tal importancia fue la caída del *rating* que la empresa en México dedicada a su medición, IBOPE AGB, fue cuestionada por Televisa cuando en julio de 2009 le solicitó que modificara en su totalidad “la muestra de medición de audiencias”. El cuestionamiento se generó luego de que Massimo Corrado, quien fuera por 12 años director general de IBOPE, se incorporó a TV Azteca; esto a decir de Televisa podría “dar paso a una posible infiltración en el panel de hogares analizados”.¹⁹ El conflicto de intereses terminó en septiembre de ese año cuando IBOPE cedió ante las presiones comprometiéndose a rotar 75% de la muestra de hogares en los que se realiza la medición de audiencia.

Para Televisa resultaba vital que sus niveles de *rating* no bajarán o se prestaran a un riesgo de confidencialidad; sin embargo, el problema redundó de forma positiva para la empresa, ya que generó diversos acuerdos comerciales ante la incertidumbre de las mediciones.²⁰ Lo que significó la preventa de espacios publicitarios para el 2010 por un monto de 17 810 millones de pesos.

Las telenovelas, hechas mayoritariamente por la televisión privada, representan parte importante de las 25 horas semanales de publicidad con las que cuentan los canales mexicanos de televisión abierta (2, 4, 5, 7, 9 y 13).²¹

En el 2008, la inversión publicitaria en México fue del orden de 4 500 millones de dólares (mdd); de esta cifra la televisión acaparó 65% (3 mil mdd); recordando la centralización de la televisión en México se puede deducir que Televisa y Tv Azteca coparon cerca de 2.1 mil mdd (70%).²²

En los reportes financieros 2008, que Televisa y Tv Azteca presentaron ante la Bolsa Mexicana de Valores –donde cotizan– se destaca que Grupo Televisa realizó ventas por 47 972 millones de pesos (mdp) y logró utilidades por 7 mil mdp. Por su parte, Tv Azteca tuvo ventas netas por 9 815 mdp y una utilidad de 1 054 mdp, la cuadruplicación

¹⁸ El sector de televisión por cable y satelital se incrementó, en el 2009, 9.5%, lo que significa que uno de cada cuatro hogares en el país tiene acceso a este tipo de televisión.

¹⁹ <http://eleconomista.com.mx/notas-online/negocios/2009/07/07/televisa-cuestiona-ibope>

²⁰ <http://www.jornada.unam.mx/2009/09/09/index.php?section=economia&article=033n3eco>

²¹ Los canales públicos (11 y 22) sólo alcanzan a la semana un promedio de cinco horas. Informe Obitel México 2010.

²² Para mayor detalle consultar Televisa y Tv Azteca (2008): http://www.elsemanario.com.mx/news/news_display.php?story_id=9567

de sus ganancias respecto de 2007 se debió a su programación de entretenimiento: telenovelas y el *reality show* La Academia, última generación (Orozco, Hernández y Huizar, 2009: 287).

El 2009 fue un año contradictorio para la industria televisiva mexicana, ya que por un lado Televisa en su reporte financiero informó un desplome de 58% en su utilidad neta respecto al 2008,²³ Tv Azteca, en cambio, reportó un incremento de 33%.²⁴ Mario San Román, director general de Azteca, sostuvo que tales resultados se debieron al incremento de 40% en la participación de audiencia comercial producto del fortalecimiento de sus parrillas de programación.²⁵

En contraparte, Televisa manifestó que su desplome fue producto de la disminución mundial de los gastos destinados a la publicidad; de acuerdo con el Informe Latinoamericano de la Inversión Publicitaria 2009²⁶ esto significó una disminución de 50 284 millones de dólares, siendo América del Norte la ubicación geográfica que ocupó el segundo lugar en decrecimiento con 12.7%, después de Europa Oriental (21.7%).

Lo que queda claro es que la publicidad y la especulación en los niveles de audiencia de las telenovelas provocaron una recesión en su producción. No obstante, éstas aún siguen siendo la carta fuerte en materia de publicidad y encabezan para ambas televisoras el gancho natural con sus anunciantes al ofrecerles planes comerciales dentro y fuera de sus narrativas, así como en las nuevas modalidades de recepción y consumo: internet (Franco, 2010d).

La telenovela: un gran comercial

Desde mediados de los noventa las telenovelas mexicanas no sólo venden publicidad en el formato de comerciales sino que lo hacen de manera cada vez más integrada o naturalizada dentro de sus propias narrativas, fenómeno que se conoce como *Brand Placement*.

Dentro de esta estrategia mercadológica existen diversas vertientes como el *product placement* (integración del producto), *merchandising* (producto en acción) y *engagement*

²³ El rubro en donde Televisa reportó un importante crecimiento fue en la televisión satelital, específicamente SKY, ahí tuvo un superávit de 9.3%, más detalles en: <http://eleconomista.com.mx/corporativos/2010/02/25/se-desploma-utilidad-neta-televisa>

²⁴ <http://eleconomista.com.mx/corporativos/2010/02/25/crecen-ventas-utilidad-neta-tv-azteca>

²⁵ Declaración que contrasta con el Top 20 de la programación general del 2009 (IBOPE AGB México, 2009), donde las producciones de Tv Azteca se colocan después del sitio 13. El resto del conteo es dominado ampliamente por Televisa.

²⁶ <http://www.revistadircom.com/redaccion/publicidad/464-informe-oficial-latinoamericano-de-inversion-publicitaria-2009.html>

(ver al producto más allá del servicio); en su conjunto, éstas han generado nuevos canales de comercialización a tal punto que condicionan la trama narrativa de la telenovela en función de los paquetes comerciales ofrecidos a determinadas marcas, productos o servicios.

Esto se hace utilizando alguna o todas las técnicas de integración del producto, como *enfocar* productos en un primer plano (el producto sólo es visto); *incorporar* menciones habladas o referencias explícitas aunque fugaces, a marcas o productos concretos; *insertar* pequeños *spots* entre escenas o como preámbulo de las mismas; es decir, desde el guión se crean diálogos o situaciones para que los personajes hablen o remarquen los beneficios de determinado producto o servicio (*product placement* y *merchandising*).

Esto se logra al situar una marca o lugar como telón de fondo a la trama de los capítulos; por ejemplo, un expendio de productos FUD como escenario central de los intercambios en *Alma de Hierro* (2008), o a la ciudad de Guadalajara en *Las tontas no van al cielo* (2008) al realizar escenas de la telenovela en restaurantes y cafés identificados claramente y que a su vez se identifican explícitamente con la ciudad.

Hacer del producto parte elemental de la trama. Los productos, marcas o servicios son naturalizados narrativamente de tal manera que no sólo se destaquen sus beneficios sino que en conjunto se construya una visión global en donde los valores del anunciante están por encima del mismo producto; esto provoca que lo comercial incida en la dinámica narrativa al considerarse el producto un personaje más de la historia (Franco y Orozco, 2010b).

El caso más notorio –de este último punto– es *Hasta que el dinero nos separe* (2009), telenovela en donde la marca Ford no sólo es el patrocinador oficial del teledrama sino que también se convierte en un *engagement*; es decir, en una estrategia comercial que logra hacer que el producto no sólo sea visto por el servicio que satisface (transporte) sino que permite que éste sea apreciado por los valores institucionales que lo rodean.

¿Cómo logra una telenovela hacer esto? Adaptando el guión a las necesidades del anunciante, sin que esto demerite los valores de la historia. *Hasta que el dinero nos separe* centra todo el relato dentro de una agencia de automóviles, ahí la historia se construye con las peripecias que pasan un grupo de vendedores y los dueños de este establecimiento. Con esto no sólo garantizan que en cada episodio algún vehículo sea promocionado o al menos visto, sino que también impulsan las políticas humanas y sociales que acompañan a la empresa estadounidense de automotores en las reuniones de trabajo que en la telenovela se dan para crear las metas de ventas de cada uno de los vendedores. Tal como lo dice *Televisa*, “La agencia y los autos forman parte importante de la historia al ser parte importante del elenco”²⁷ (Franco y Orozco, 2010b).

²⁷ Lo mismo sucede con la telenovela *Una familia con suerte* (Televisa, 2011), donde todo se realiza en los adentros de la fábrica de los productos de belleza Avon.

Dentro del Plan Comercial 2010 de Televisa, la telenovela adaptada del guión colombiano *Hasta que la plata nos separe* representa el caso más exitoso en cuanto a integración del producto se refiere, pues a decir de Cecilia Álvarez, presidenta de comunicación de Ford México, su participación en la telenovela le ha garantizado llegar “al cliente de una manera no intrusiva sino natural, pues el 80% de la telenovela se lleva a cabo en un distribuidor Ford”, con lo que han incrementado sus ventas entre 10 y 15%.²⁸

La exacerbada comercialización de las telenovelas está generando que éstas “más que vistas sean consumidas” (Orozco, 2006), lo que deriva en un detrimento tanto de su producción como de sus contenidos, pues si la tendencia continúa éstas quedarán más a expensas de las necesidades del anunciante que de los intereses de la audiencia, tal como ya lo vislumbra el slogan comercial de Televisa: “Alinear lo que la audiencia quiere con lo que el anunciante necesita”.

La “integración narrativa de la marca” como modalidad comercial dentro de las telenovelas es ya anunciada como la opción más rentable en publicidad integrada e, inclusive, ésta ya se ofrece en títulos que aún están por estrenarse, lo que marca una tendencia de que el nuevo modelo mercantil de la ficción se enfocará en “hacer una telenovela a la carta”.

La telenovela como marca y franquicia

Pero la comercialización de la telenovela va más allá, pues una de sus actuales características es hacer de ella un *brand* capaz de propiciar todo un mercado en torno a sí misma. Telenovelas como *Rebelde* (2006) y *Atrévete a soñar* (2009), ambas producidas por Televisa y adquiridas en el mercado argentino, son dos claros ejemplos de la nueva forma industrial de la telenovela: la franquicia.

Este modelo no sólo permite la compra de un producto probado, comercial y narrativamente, sino también de un esquema mercantil que contiene un *stock* de productos que incluye uno o varios grupos musicales –con sus respectivos discos y giras nacionales/internacionales–, línea de ropa y artículos de belleza, juguetes, juegos de mesas, videojuegos, computadoras, etc.

Las telenovelas tipo franquicia han resultado exitosas porque disminuyen en mucho los costos de producción de una telenovela, ya que al comprar la franquicia se disminuyen gastos en escenografía, vestuario, imagen y música.

Las telenovelas son un producto altamente rentable debido a que la inversión se cubre con la venta de éstas en el mercado nacional; producir una telenovela en México cuesta aproximadamente entre 60 a 80 mil dólares por capítulo de una hora, tomando en cuenta

²⁸ En su sitio web, la televisora expone a esta telenovela como el mejor ejemplo integración del producto. Para mayores datos ver: <http://www.mktelevisamarketing.com>

que por promedio éstas cuentan con 150 capítulos, la inversión total ronda entre los 9 y 12 millones de dólares; razón por la cual anunciarse en una telenovela ronda entre 250 y 420 mil pesos por un *spot* de 20 segundos; con ello, la producción asegura recuperar la inversión en los primeros meses de transmisión tan sólo con las ganancias que obtienen por los espacios destinados a los comerciales (de cuatro a cinco cortes en una hora).²⁹ Los datos sobre la promoción de productos dentro de la narrativa se desconocen.

El mercado internacional representa también parte importante de las ganancias, pues por concepto de exportación, tanto Televisa como Tv Azteca reciben por capítulo de las televisoras hispanas en Estados Unidos de 2.5 a 5 mil dólares, de los países sudamericanos entre 1.5 y 3 mil y los europeos pagan entre 7 y 9 mil (Mato, 2001; Uribe, 2009).

El modelo franquicia, acotado y potencializado por el mercado global de la ficción, parece ajustarse más a los tiempos de recesión económica y creativa de las telenovelas mexicanas, aun cuando éste puede estar amenazado –en su plano televisivo– por la intermedialidad que coloca a su *target* o audiencia frente a otro tipo de pantallas (computadora) o dispositivos móviles (celular o Ipod).

La telenovela como marca principalmente se ha enfocado hacia un público infantil-juvenil; por ejemplo, *Rebelde* fue visto en el 2006 por una población de entre 13 y 28 años; en el 2009, *Atrévete a soñar* logró captar la atención de las franjas etáreas: 4-12 y 13-18 años; no obstante, los jóvenes parecen ya no estar interesados en la telenovela, pues como lo prevé Obitel México (2010): “la tele abierta no parece estar ofreciendo lo que ellos buscan”.

Este tipo de población parece alejarse de la televisión pero no así de sus telenovelas, ya que 2009 se convirtió en el año en que la industria de la ficción demostró que también puede competir en los terrenos de la intermedialidad³⁰ al crear y colocar en internet diversos portales donde sus televidentes, ahora usuarios, pueden seguir sus telenovelas en cualquier parte, a cualquier hora y sin tener que ver los cortes comerciales. Por ejemplo, *Atrévete a soñar* fue un éxito en internet al tener en su sitio alrededor de 120 millones de visitas.

Este proceso de intermedialidad (televisión-internet) podría amenazar no sólo los espacios de recepción y consumo de la telenovela sino también sus narrativas, ya que a través de sitios de internet como *Tvolucion.com*,³¹ las audiencias pueden interpelar direc-

²⁹ Ver a detalle en: <http://www.esmas.com/televisahome/ventas/ratings/telenovelas/index.html?id=0>

³⁰ Los procesos de intermedialidad y convergencia tecnológico-digital (televisión-internet) se presentan como dos nuevos fenómenos que amenazan con replantear los modelos teórico-metodológicos con los que tradicionalmente se ha estudiado la recepción y consumo de la telenovela –y la televisión en general– (Jenkins, 2008).

³¹ Portal de internet que Televisa lanzó en marzo de 2009 y en donde es posible ver todos los capítulos de sus telenovelas, incluso una hora después de que éstas salen al aire; el sitio almacena las

tamente el contenido de su telenovela e incluso hacer toda una construcción narrativa alternativa, como ocurre con los llamados *Fan-fic*: fanáticos de la ficción que por medio de internet y de sus plataformas interactivas no sólo han adelantado los finales de caricaturas, series o películas, sino que además también se interesan por construir nuevas historias a partir de los elementos narrativos del producto ficcional original (Jenkins, 2008: 175-180).³²

Sin que hasta el momento, esto sea un hecho en la ficción nacional sí existen en torno a las telenovelas mexicanas múltiples sitios y foros en internet donde los televidentes comparten, intercambian y contrastan sus sentires respecto a sus telenovelas favoritas.

Dimensión narrativa

La dimensión narrativa, como ya se ha vislumbrado en este capítulo, es el epicentro donde se materializan todos los cambios en la producción, distribución y consumo de las telenovelas; a la par, es donde las dimensiones político-institucional y económica han modificado de raíz la estructura narrativo-temática que por años ha dado sentido y cohesión a la telenovela en México.

La dimensión narrativa, si bien se gesta por la estructuración de los mercados globales de la ficción (dimensión económica) y por las decisiones que en torno a éstos asumen o rechazan las televisoras (dimensión político-institucional) es al interior de la industria donde mercadólogos y adaptadores dan sentido a la incrustación con o sin sentido de las nuevas temáticas.

Ante esto las televisoras mexicanas han tenido dos opciones, recurrir a la adaptación de guiones y producciones de otros países o, como es el caso de Tv Azteca, se ha apostado por firmar convenios con otras televisoras para transmitir y producir telenovelas bajo nuevos formatos y temáticas.³³

producciones que Televisa ha hecho desde 2008. Una de sus principales virtudes es que permite a los internautas comentar cada uno de los capítulos de sus telenovelas, esto abre una veta más de investigación, pues establece formas de interactividad nunca antes vistas en relación con un producto ficcional en México.

³² Las ficciones de fans se han vuelto tan populares en la web que *Harry Potter* tiene más historias y versiones en internet que las siete novelas ideadas por su creadora J.K. Rowling. Tan sólo el sitio www.fictionalley.org alberga cerca de 30 mil historias entre capítulos de libros, cuentos y novelas completas (Jenkins, 2008: 184).

³³ Tv Azteca y Tv Globo, principal productor de telenovelas en Brasil, firmaron en mayo del 2009 un convenio donde las telenovelas brasileñas comenzarán a transmitirse en México; asimismo, ambas televisoras participarán en coproducciones y adaptación, siendo la primera *Loco amor*, exitosa telenovela brasileña. Hasta la fecha este convenio no ha dado frutos.

Las “sociedades de riesgo” formadas entre diversas televisoras –para abrirse paso en mercados globales– ha traído casos exitosos como *Rebelde y Atrévete a soñar* o fracasos rotundos como *Los exitosos Pérez* (2009) y *Amores cruzados* (2006); en esta última Tv Azteca, en co-producción con Caracol Televisión (Colombia), decidieron hacer una telenovela donde compartieron no sólo su *star system* sino también las locaciones, pues la mitad de la telenovela se grabó en México y la otra en Colombia. La telenovela no recuperó su inversión ni tampoco las expectativas de la audiencia, pues su caída de *rating* la trasladó a un horario poco accesible para una telenovela, el mediodía (Huizar y Hernández, 2010: 57).

Conforme Obitel México (2009, 2010), de las diez telenovelas mexicanas con más *rating* durante el 2008 sólo 40% tenían guiones de origen extranjero (Colombia y Argentina, en ese orden); en el 2009, la tendencia fue a la inversa, pues de las diez telenovelas más vistas seis son extranjeras y sólo cuatro de origen mexicano; dos originales (*Mi pecado* y *Camaleones*) y dos *remakes* (*Sortilegio* y *Corazón salvaje*), todas producciones de Televisa.

Con estas cifras se puede vislumbrar que Televisa y Tv Azteca prefieren asegurar el éxito comercial antes que apostar por nuevas ideas. El caso de Azteca es más notorio, ya que de sus cuatro producciones de 2009: *Pobre diablo*, *Mujer comprada*, *Pasión morena* y *Eternamente tuya*, sólo esta última fue un guión original; el resto fueron realizadas en colaboración con las televisoras dueñas del guión original (Telefé, Argentina, y Venevisión, de Venezuela).

La telenovela “sale del clóset”

Preferir la ganancia sobre la creatividad ha significado que las telenovelas –y sus adaptadores, ya no creadores– tengan que “mexicanizar” guiones que poco o nada tienen que ver con la idiosincrasia o los valores que los mexicanos están (¿o estaban?) acostumbrados a ver. Se podría decir que la “ficción ha salido del clóset”, superando así una narrativa tabú dentro de las telenovelas nacionales: la homosexualidad (Huizar, 2010).

Desde el presente siglo, pero específicamente durante el 2009, las telenovelas han incorporado la temática homosexual dentro de sus narrativas, ya no cómo un elemento cómico sino como un fenómeno social. Telenovelas como *Clase 406* (2002), *Amar sin límites* (2007), *Alma de Hierro* (2008), *Los exitosos Pérez*, *Sortilegio* (2009) –Televisa–, *Mirada de mujer* (1997), *La vida en el espejo* (1999), *Los Sánchez* (2004) y *Mientras haya vida* (2007) –Tv Azteca– incluyeron en sus narrativas a personajes homo, bi y trans sexuales, como pilares narrativos importantes; a tal punto que en *Amar sin límites* y *Alma de Hierro* se representaron dos “bodas gay”.

En *Amar sin límites* el enlace civil se transmitió el mismo día que entró en vigor en el Distrito Federal (DF) la Ley de Sociedades de Convivencia (16/03/07); en *Alma de Hierro*, la unión gay, también entre hombres, resultó premonitora de la realidad, ya que dos meses después (diciembre de 2009) de que ésta representó la boda en su final (29/09/09) se autorizó –también en el DF– el matrimonio civil entre personas del mismo sexo.

Pero estos temas no se han tocado tan abiertamente como sí ocurre en el contexto social, sino que se han tratado con “pinzas” por ambas televisoras, ya que una cosa muy distinta es mostrar de forma “velada” las relaciones amorosas sentimentales entre dos hombres o entre dos mujeres (*Mientras haya vida* –Tv Azteca–) y otra muy distinta es hacer esto evidente.

Sortilegio (Televisa, 2009) incluyó en su narrativa el tema de la diversidad sexual sin recurrir a los estereotipos característicos con los que tradicionalmente se representa a los homosexuales dentro de la ficción. En la telenovela se incluyeron dos personajes con tendencias “bisexuales”, curiosamente ambos villanos, que no se veía que mantuvieran en la telenovela relaciones entre sí, aunque sí con diversas mujeres. La incorporación de estos personajes, según la productora Carla Estrada, respondió a que “las telenovelas no pueden seguir ocultando algo real que sucede en la sociedad”. No obstante, la telenovela tuvo que ir diluyendo las preferencias sexuales de los personajes hasta que éstas resultaron ser más un error que una decisión personal, ya que la audiencia no reaccionó favorablemente y la telenovela tuvo que acortarse en 50% de los capítulos, resultando en una ficción de sólo tres meses, en lugar de seis.

En *Los exitosos Pérez*, de guión argentino, la temática gay es la que da sustento al drama, ya que es la historia de un conductor de noticias (Martín) que está casado con el hijo del dueño de la televisora (Tomás). La complicación viene cuando éste cae en coma y tiene que ser suplantado por su “gemelo” (Gonzalo), quien es heterosexual y se enamora de su co-conductora del noticiero. La simulación de la homosexualidad que según el guión argentino llevaría al personaje a tener diversas escenas de amor con su pareja homosexual, en la producción mexicana, sin embargo, fueron censuradas. El actor Jaime Camil, quien dio vida a los dos personajes (Martín y Gonzalo) criticó el que México siga con una mentalidad de censura donde el tema gay todavía se esconde, cuando forma parte de la realidad de todo el mundo. “Hay falsas o dobles morales que se manejan de repente en México”, afirmó.

A pesar de la apertura comercial y de género al incluir en las telenovelas la temática de la diversidad sexual, no se vislumbra un cambio real al respecto, pues “el rasgo de comedia o el comportamiento cómico de los homosexuales, sigue permeando su representación en los melodramas, eclipsando el verdadero fondo de lo que significan este tipo de relaciones interpersonales” (Orozco, Huizar, Franco y Hernández, 2010: 335).

Combinación de géneros: mutaciones narrativas

Actualmente existe también una tendencia de combinar la comedia con el melodrama debido a que es una fórmula que gusta y genera *rating*; al menos así lo han precisado los productores de Televisa, Rosy Ocampo y Emilio Larrosa. Para éste “las

telecomédias” han demostrado generar altas expectativas en el público y sirven como un espacio televisivo donde “la familia puede disfrutar de contenidos que no le compliquen más la vida”. Por su parte, Rosy Ocampo –directora del departamento de innovación en las telenovelas de Televisa– precisa que: “la comedia permite abordar la temática de un melodrama pero con un tono más cómico: cuando sale al aire nos percatamos que al público mexicano, con todo y crisis económica o problemas de salud o cualquier otro, le gusta reír y ver la vida desde un punto de vista más ligero”, explica (*El Universal*, 14/12/09).³⁴

La introducción de la comedia en las telenovelas nace en México de forma paulatina, pues primero se insertaban algunas líneas, después algunos personajes, hasta que finalmente el eje cómico se convirtió en la columna vertebral de este tipo de ficciones.

Algunas telenovelas de este corte fueron, en su primer etapa: *El premio mayor* (1995), *No tengo madre* (1997), protagonizada por Eugenio Derbez (cómico); después de un periodo de ausencia resurgieron en el 2006 con *La fea más bella* y a partir de ese año se han mantenido al aire títulos como *Yo amo a Juan Querendón* (2007), *Las tontas no van al cielo* (2008), *Alma de Hierro* (2008) y *Los exitosos Pérez* (2009). Tv Azteca igualmente le ha entrado a la fórmula con *Tío Alberto* y *El amor no es como lo pintan* (2000), *Dos chicos de cuidado en la ciudad* (2003), *Los Sánchez* (2004) y *Pobre rico pobre* (2007).

Cambios en la oferta y consumo: la llegada y apertura de nuevas narrativas

Si bien los cambios narrativo-temáticos de las telenovelas no pueden sólo ser explicados con la compra de guiones extranjeros o con la homogeneización y apertura de las temáticas que esto implica, si no se toman en cuenta los cambios socio-culturales inmersos en las dinámicas de las audiencias que las miran y consumen. Recordemos que la capacidad simbólica y comercial de las telenovelas se crea en la conjunción entre las lógicas de producción y lógicas de consumo; y es esta última la que quizá ha propiciado la incorporación de otro tipo de temáticas producto de la apertura de las telecomunicaciones vía sistemas satelitales y digitales de televisión, o bien la utilización del internet como nueva forma de consumo y recepción de la telenovela.

Estos cambios tecnológicos han permitido que la audiencia mexicana pueda ver telenovelas de otras industrias como la argentina, la colombiana, la brasileña e incluso la latinoamericana (Miami).³⁵ Al entrar en contacto con éstas se puede percatar que sus

³⁴ Ver nota de prensa en: <http://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/95519.html>

³⁵ Actualmente Televisa transmite por Galavisión (Canal 4) telenovelas extranjeras como *Sin senos no hay paraíso*, *Tierra de pasiones*, *Doña Bárbara*, *Más sabe el diablo*, todas producidas por *Telemundo* (Estados Unidos). Televisa y Telemundo establecieron un acuerdo estratégico, en el que la primera

temáticas, en muchos de los casos, resultan más reales para la audiencia que los dramas tradicionales de Televisa o las apuestas de realidad que en un principio caracterizaron a las telenovelas de Tv Azteca.

Así pues, el incremento en la televisión satelital (13.8%) y la televisión por cable (5.7%)³⁶ durante el 2009 generó que las audiencias pudieran disfrutar de decenas de series y *sitcoms*, casi todos de origen americano, desviando su mirada de la televisión abierta para quedarse en la señal de paga (Cueva, 2009).

La creciente importancia de las series en los gustos y consumo de la audiencia televisiva ha generado que desde 2008 Televisa decidiera enfocar su producción a la creación y producción de series tanto adaptadas como propias, siendo las más destacadas *Mujeres asesinas*, *Los simuladores* –Argentina– y *El Pantera*, de México. Tv Azteca, sin mucho éxito, adaptó la serie *Mujeres desesperadas* de Estados Unidos.

La diversidad de temáticas y la creciente oferta programática a la que acceden las audiencias mexicanas generan que Televisa y Tv Azteca creen mecanismos precisos para medir el impacto de sus temáticas en las audiencias. Ambas cuentan con un área o instituto de investigaciones de audiencia que más que buscar analizar sus verdaderos gustos y, por consecuencia, realizar producciones que satisfagan estas nuevas tendencias, lo que buscan es mejorar la estrategia comercial para así retener a los patrocinadores o, en su contraparte, usar los niveles de audiencia para generar mayores ganancias al vender mayor publicidad o al incrementar el valor del punto *rating*.

Tv Azteca a lo largo y ancho de la producción de una telenovela realiza varios grupos focales con la audiencia, para saber qué elementos de la telenovela no les agradan (historia, temas, personajes, actores, escenografía, vestuario, etc.), de tal forma que sus telenovelas al aire puedan “recomponerse” y mejorar su *rating*; de acuerdo con Claudia Gómez (2005) esto ha generado incluso que telenovelas cambien de nombre y de protagonistas de la noche a la mañana.

En Televisa, el análisis de cada telenovela es semanal; sin embargo, el punto central no está en los gustos o disgustos de la audiencias sino en los puntos negativos y positivos de cada trabajo, en términos de *rating*. Las mediciones se hacen de manera minuciosa por capítulo para identificar los puntos álgidos que en la historia generaron mayor expectación en el público; conforme a estos resultados se explora la posibilidad de realizar cambios en la historia, incorporar o quitar a algún actor para levantar el interés del relato.³⁷

empresa distribuirá la programación de la segunda en México y el resto de América Latina, a partir del 1 de agosto de 2009. Ver: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/615952.html>

³⁶ Índice de Producción del Sector Telecomunicaciones, elaborado por la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel).

³⁷ Para mayor detalle se puede consultar en línea los historiales de *rating* de cada una de las telenovelas de Televisa por horario: <http://www.esmas.com/televisahome/ventas/ratings/telenovelas/>

Hasta ahora es claro que las tres dimensiones se superponen y que los cambios en una u otra se reflejan directamente en las narrativas de las telenovelas, esto no significa que anteriormente la producción de ficción fuera estática, al contrario, sus cambios comerciales, estéticos y temáticos han sido constantes; la gran diferencia con la actual etapa de reconfiguración del modelo Televisa reside en su “total desinhibición” (Orozco, Huizar, Franco y Hernández, 2010).

Desinhibición en la que convergen: la exacerbación comercial al convertir a una telenovela en un comercial (*Hasta que el dinero nos separe*), la configuración de los nuevos mecanismos del *marketing* político (*Gancho al corazón* o *Pasión morena*), la apertura sexual (*Alma de Hierro*, *Sortilegio* y *Los exitosos Pérez*), la muestra fehaciente del modelo de franquicia (*Atrévete a soñar*) y su inclusión de la realidad política y ciudadana del país (*Alma de Hierro*, *Secretos del alma*) y, recientemente, la vinculación de las telenovelas con temas como la violencia y el crimen organizado (*Camaleones*, Televisa, 2009; *Vidas robadas* y *La Loba*, Tv Azteca, 2010; *Llena de amor*, Televisa, 2010).

Estos ejemplos coexisten sin que haya patrones específicos o claros en torno a los canales o sentidos que pretende seguir este nuevo modelo de producción de la telenovela mexicana, aunque se podría aventurar que lo comercial y político, en ese orden, están por encima de cualquier otro factor.

La diversidad de temas: políticos, económicos, sociales, ciudadanos y culturales en los cuales ahora las telenovelas han reparado, ejemplifica la manera en que las dimensiones configuran el nuevo modelo Televisa y se superponen, al crear en su composición narrativa diversas formas de inserción y orígenes temáticos:

- *Composición comercial*: anuncios de programas públicos, logros gubernamentales, promoción turística, promoción electoral.
- *Composición institucional*: elementos narrativos que hicieron de la telenovela un espacio más del debate público en relación con temas controversiales como la pena de muerte, el aborto, la diversidad sexual, la renta de vientre y la violencia social.
- *Composición social*: uso de la telenovela para la comunicación de riesgos (caso de la influenza AH1N1 o campañas contra el cáncer y la obesidad).
- *Composición política*: postura de la televisora ante diversos temas sociales relevantes (muerte de Juan Camilo Mouriño y lucha contra el narcotráfico).

No obstante esta división preliminar, las fuentes de inserción también se superponen complicando el reconocer de dónde surge la verdadera intensión del cambio narrativo (dimensión político-institucional, económica o narrativa) y esto porque las telenovelas descontextualizan y desterritorializan los fenómenos socio políticos a los que refieren, ya que salvo en los casos donde las temáticas se vuelven hilos narrativos, como en *Alma de Hierro*, en el resto de las telenovelas aparecen desconectados del resto del relato:

En la ficción se naturalizan las mercancías, se hace explícita la propaganda turística y política, promoviendo o denostando candidatos en épocas de elecciones, y más recientemente, promoviendo en sus narrativas, desde servicios públicos y deberes de los ciudadanos, hasta opiniones sobre leyes o sus reformas y enmiendas, como la despenalización del aborto en la ciudad de México, o realizando campañas prosociales y hasta proselitismo religioso (Orozco, 2009: 1).

Lo señalado por Orozco marca una tendencia doble en la situación actual en que se produce, distribuye y consume la telenovela mexicana. Por un lado, exagera su capacidad comercial y, por otro, enarbolaba su capacidad simbólica al mostrar que es capaz de funcionar como una *agenda setting* en donde los temas socio-políticos y político-ciudadanos se asoman en sus ficciones para brindar algo más que una solución (ver Anexo II).

Las dimensiones implicadas en el cambio narrativo temático del modelo Televisa que se expresaron en este capítulo constituyen el componente macro que da sustento y origen a las representaciones ciudadanas que ahora las telenovelas mexicanas comienzan a asumir en relación con determinados derechos.

En el siguiente capítulo se presenta el esquema metodológico que busca dar cuenta del proceso micro de dichas representaciones; es decir, se expondrá la propuesta con la cual se pretende indagar desde lo discursivo el cómo las telenovelas montan en sus narrativas los temas ciudadanos y, lo más importante, cuáles son las prácticas y discursos que acompañan a la composición simbólica con la que narrativamente se conectan los discursos ficcionales con los debates públicos que, fuera de la telenovela, se crean en relación con la LILE y la LSC.

CAPÍTULO V

La telenovela, un análisis de su composición simbólico-discursiva

Al pensar en el estudio de la telenovela pocas veces reparamos en los entramados simbólico-discursivos que dan materialidad a este género (texto) televisivo e inmediatamente asociamos su significación al capital simbólico de las audiencias (activas) que las miran y consumen. Este vuelco teórico-metodológico focalizado en la recepción hasta ahora ha sido suficiente para conceptualizar lo que la telenovela significa en las dinámicas sociales y culturales de miles de personas que a diario se acercan a ésta, no sólo para ver lo que va pasar sino para re significar –a través de sus historias– sus propias experiencias.

Sin embargo, aún resulta necesario investigar a la telenovela en cuanto texto y producto televisivo capaz de vehicular no sólo los dramas cotidianos de sus protagonistas sino también las posturas políticas e ideológicas de las empresas que las sustentan y producen.

La investigación sobre las telenovelas en Latinoamérica ha privilegiado la recepción y la apropiación social de los mensajes generados por ésta como sus principales objetos de estudio (McAnamy y La Pastina, 1994); primero, por considerar que la capacidad activa de las audiencias les permite resistir y re significar a los mensajes emitidos por la telenovela y, segundo, porque este mismo proceso se ha convertido “en un momento de la verdad” (Buonnano, 1999: 87) en donde lo recabado por los procesos etnográficos y las entrevistas de los televidentes resulta ser –en la mayoría de los casos– el único elemento requerido para analizar simbólicamente los mensajes construidos en la ficción.

Bajo esta perspectiva, los contenidos y mensajes político-ciudadanos en las telenovelas han resultado “irrelevantes”, porque en la mayoría de sus estudios no se toma en cuenta que las telenovelas son consumidas sólo porque existen como “un texto a ser visto, usado, discutido y re significado” (Dorcé, 2005: 50).

Esta focalización ha generado no sólo un desbalance entre ambas zonas de investigación (telenovela, en cuanto texto, y audiencia) sino que también ha dejado de lado que la ficción –como cualquier otro producto televisivo– por su doble lógica, comercial y simbólica, es capaz de diluir en sus dramas privados (casi íntimos) temáticas públicas y políticas.

Como he descrito en los capítulos anteriores, lo que actualmente está a discusión dentro de las telenovelas mexicanas es la cosmovisión pública que intenta impregnarse a favor de la ideología política tanto de las televisoras productoras como de los gobiernos, los partidos y sus políticos.

La desinhibición de la ficción mexicana hace evidente que con o sin naturalización, los contenidos político-ciudadanos se están ficcionalizando para poner a discusión dentro de la “cosa afectiva-privada” los asuntos políticos que competen directamente al espacio público.

La reconfiguración del modelo Televisa tiene que ser analizada justamente desde la composición simbólica de este nuevo “texto ficcional” para luego partir a las formas y maneras en que la audiencia toma, asume, aplaude o rechaza la creciente cercanía de la telenovela con su realidad social y, más aún, con el ejercicio de sus derechos ciudadanos.

Por tanto, este trabajo ha apostado por una metodología que centre su análisis no en lo material de la telenovela sino en lo *simbólico*, asumiendo que la recepción de la telenovela se dejará de lado en aras de indagar y describir la nueva composición simbólico-discursiva de las telenovelas mexicanas.

La telenovela como texto y pretexto

El investigador mexicano Jesús Galindo (1998) precisaba que la telenovela como texto es un buen pretexto para entender los entramados simbólico-discursivos que permiten una conexión, casi a manera de ritual, con su audiencia.

Para él, al igual que para André Dorcé (2005), la telenovela importa porque es un texto que se nutre de infinidad de elementos reales y ficcionales, y son éstos los que conforman un *sensorium* emocional que permite relacionar lo producido/representado en la pantalla con las situaciones de “carne y hueso” que sus audiencias tienen que vivir fuera de ella.

De esta manera, el desarrollo de la telenovela tiene que acompañarse directa o indirectamente de la evolución del contexto socio-histórico de sus audiencias y los procesos de producción, distribución y consumo.

Bajo esta perspectiva y como sustento teórico-metodológico, esta obra se ha fundamentado en el modelo metodológico de la “hermenéutica profunda”, ideado y operativizado por John B. Thompson (2002). Esta metodología –inspirada a su vez en la obra de Paul Ricoeur– permite desarrollar una investigación orientada hacia la interpretación/reinterpretación de las formas simbólicas, entendidas como “construcciones y acciones significativas que requieren una interpretación” (Thompson, 2002: 398) forzosamente integrada en diversos tipos de análisis coherentes y complementarios entre sí.

Cabe señalar que para Thompson cuando interpretamos una forma simbólica lo que hacemos es interpretar un objeto que puede ser una interpretación en sí, y que ya

pudo ser interpretado por los sujetos que constituyen el campo-objeto del cual es parte la forma simbólica. Es decir, “los sujetos que constituyen el campo sujeto-objeto son, como los propios analistas sociales, sujetos capaces de comprender, reflexionar y actuar a partir de esta comprensión y reflexión” (Thompson, 2002: 400).

Con base en esto como postulado epistemológico, axiológico e, inclusive, ético, Thompson propone –al igual que Giddens (1984)– una investigación socio-histórica en donde el mundo social como campo-objeto sea reconocido también como un campo-sujeto (constituido por sujetos-objetos), que constantemente se interpreta y reinterpreta a sí mismo. De ahí que para el autor sea importante reconocer que “los sujetos... se insertan siempre en tradiciones históricas” (Thompson, 2002: 401) y que es dicha historicidad la que recrea no sólo su experiencia como “ser histórico”¹ sino también su “bagaje simbólico”. Sustentado en el análisis cultural, Thompson busca estudiar la relación “entre los contextos y procesos históricamente específicos y socialmente estructurados en los cuales, y por los cuales, se producen, transmiten y reciben estas formas simbólicas” (Thompson, 2002: 405).

Desde la perspectiva de Thompson, es la comunidad mediática y sus formas simbólicas de “producción, distribución y consumo de bienes” la que dota al individuo social de otras significaciones y definiciones de la realidad al modificar espacial y temporalmente sus formas de interacción social.

Por ello la hermenéutica profunda, en tanto marco metodológico, ofrece un análisis tripartito que permite contemplar a la telenovela no sólo en lo simbólico sino también en lo socio-histórico; conjuntando el análisis contextual desde donde se gesta el *discurso-narración* de la telenovela, lo que implica la búsqueda de los factores coyunturales que me pueden dar pistas sobre el por qué y el cómo se incorporan nuevas temáticas a la ficción y, por consecuencia, las dimensiones que fuera de la telenovela ayudan a entender de quién y de dónde proviene el discurso que asumen sus *ciudadanos de ficción*.

El modelo de la hermenéutica profunda de Thompson se estructura en tres fases: análisis sociohistórico, análisis formal e interpretación/reinterpretación. Es la conjunción de éstas la que determina las intenciones (pretensiones) implícitas y explícitas que subyacen en los contenidos simbólicos de los productos mediáticos (Thompson, 2002: 406-409).

La primera fase es clave para entender el contexto socio-histórico que influye (se analiza en qué medida lo hace) en los contenidos simbólicos-temáticos de las telenovelas y, por ende, en las expresiones narrativas con las que éstas incorporan nuevos relatos sociales.

En la fase de análisis formal, Thompson establece cinco distintas maneras de analizar los objetos y discursos simbólicos, a saber: análisis semiótico, conversacional, sintác-

¹ Thompson sustenta esta relación hombre-historia en los trabajos de Hans-George Gadamer (1975).

tico, narrativo y argumentativo (discurso). Para este caso se utilizó el Análisis Crítico del Discurso (ACD).

En la última fase, interpretación/reinterpretación, se incorporaron los resultados de las etapas previas. Es decir, el contexto de significación (factores que incidieron en el cambio temático-narrativo de las telenovelas mexicanas) y el análisis discursivo que se hizo de las dos temáticas ciudadanas que se representaron en *Alma de Hierro*, todo esto con objeto de determinar las formas simbólicas que dieron coherencia y cohesión a los discursos ciudadanos presentes en dicha ficción.

¿Análisis oral (textual/discursivo) o audiovisual?

Martín-Barbero y Rey, en *Los ejercicios del ver* (1999), precisan que lo que más se disfruta de la telenovela no es mirarla sino hablar de ella; esto porque las matrices narrativas con las que hemos aprendido a construir nuestros relatos se basan más en la expresión oral que en la visual.

Aún hoy las telenovelas mantienen vigente este legado porque su fundamento narrativo y dramático sigue estando sustentado por la oralidad. Por tanto, este estudio se enfocó únicamente en el análisis discursivo (textual) de la telenovela y no en su composición visual.²

En consecuencia, el análisis que se desarrollará en el próximo capítulo tomará como “unidad de análisis” algunos fragmentos discursivos que permitan una mayor profundidad analítica de las temáticas seleccionadas. Dichos fragmentos conllevan un orden progresivo dentro del relato de cada una de las temáticas; es decir, se seleccionaron aquellos que son significativos en la construcción de la temática y que discursivamente exponen elementos para explicar la forma en que la telenovela construyó un tipo de representación ciudadana cuando colocó a sus personajes en situaciones donde éstos tuvieron que hacer valer algún derecho o cumplir una obligación.

Por tanto, la unidad de análisis es el diálogo construido por dos o más personajes en relación con la problemática (temática ciudadana) planteada. Los diálogos son construcciones enunciativas, lo que significa que son sustentadas mediante el “enunciado”; éste se tomará como la materia mínima de análisis, pues como lo establece Mijail Bajtin: “El enunciado no es una unidad convencional sino real, delimitada con precisión por el cambio de los sujetos discursivos, y que termina con el hecho de ceder la palabra al otro” (Bajtin, 2005: 260-261).

² Los elementos iconográficos fueron incorporados como “ancla de sentido”, para reconocer y afianzar los elementos orales que no podrían ser comprendidos sin su complemento audiovisual.

En este sentido, la alteración de los sujetos discursivos se observa de una manera más clara en el *diálogo*, mismo que entenderé como la forma clásica de la *comunicación discursiva* (Bajtin, 2005).

Los fragmentos serán estudiados a detalle bajo la lógica del “Modelo Tridimensional” que Norman Fairclough (2008) propone para analizar el discurso desde tres frentes: texto, práctica discursiva y práctica social. Este modelo se basa en los sustentos teóricos del Análisis Crítico del Discurso (ACD).

Análisis Crítico del Discurso (ACD)

El ACD tiene dos orígenes teóricos. El pensamiento crítico³ y la constitución de la pragmática.⁴ Para analistas del discurso, como Gerardo Gutiérrez Cham, es en este proceso sociolingüístico donde “la crítica de la ideología se relaciona directamente con la crítica del lenguaje” (Gutiérrez Cham, 2003: 71). De ahí que la relación discurso-ideología-poder sea un trinomio inseparable en el análisis crítico del discurso.

Michael Foucault (2002) es de los primeros teóricos que pone énfasis en cómo la producción social del discurso está controlada para “conjurar el poder”, y precisa que desde los grupos dominantes se construye “el decir social”. El discurso para él no sólo es la manifestación del poder sino el vehículo mediante el cual el poder se perpetúa; es decir, mediante lenguaje y poder se crea un “orden del discurso” que determina las prácticas discursivas (producción, distribución y consumo de un texto), mismas que en relación con el texto (discurso) conforman diversas prácticas sociales encaminadas al sostenimiento de ese orden discursivo.

³ Dentro de la llamada Escuela de Frankfurt y en el pensamiento marxista de autores como Gramsci, Althusser o Habermas, el lenguaje es analizado no como un instrumento neutral sino como una instancia mediada por diversas ideologías que confluían en determinados procesos socio-históricos, y que a su vez se constituían como lugares determinantes en la conformación de prácticas sociales. En ambos casos las reformulaciones a la teoría marxista de la ideología han buscado adaptarse a los nuevos contextos sociales a través del análisis de los mecanismos y estrategias con las cuales se reproduce la hegemonía y el poder (Cham, 2003:61).

⁴ La lingüística, por medio de la pragmática, busca salir de los esquemas formales (gramaticales) para explicar cómo el lenguaje funciona en lo social al ser un elemento dialéctico que permite configurarlo y, a la vez, ser configurado por éste. Partiendo de que el lenguaje es el discurso puesto en acción (Benveniste, 1976), se propone ver al discurso como un factor clave en la reproducción de las prácticas sociales (el discurso como práctica social), en la reproducción y mantenimiento de las ideologías (lenguaje y poder), y en la explicación entre las distintas mediaciones entre texto y contexto.

El ACD, entonces, tiene entre sus principales objetivos y estudios:

- *La interacción* que llega a establecerse ante acontecimientos discursivos y la situación contextual, la institución y el orden social en el que se producen.
- *El desempeño* del discurso en la transmisión persuasiva y en la legitimación de las ideologías, los valores y saberes.
- *El orden* en como los discursos instituyen e influyen en nuestra interpretación de la realidad social.
- *La develación* de cómo son construidas las representaciones sociales por medio de sistemas de valores ideológicos (Cham, 2003: 76-77).

Entre los objetivos descritos me interesa usar el ACD para describir la interacción que se establece entre la telenovela, los acontecimientos discursivos (discusión público-mediática de los derechos ciudadanos seleccionados) y la situación contextual que está permitiendo que cada vez más las telenovelas mexicanas se vuelvan un producto ideal y predilecto para vehicular la realidad social del país.

Actualmente, las telenovelas en México son un “crisol discursivo y un epicentro narrativo” que está gestando nuevas formas de conectar los temas político-ciudadanos con la ficción, ya que al diluir en los dramas privados problemas públicos lo que la telenovela está realizando es una mutación narrativa donde las acciones ficticias de sus personajes eliminan afectiva y discursivamente las luchas, movimientos y triunfos ciudadanos materializados en los derechos a analizar en este trabajo de investigación. Por ello, es importante poner “al descubierto” la ideología que se esconde detrás de las representaciones ciudadanas contenidas en *Alma de Hierro*.

Es importante señalar que para mí el discurso no es algo que “refleje la realidad”, sino la “práctica” que construye las representaciones de esa realidad:

Considerar al uso lingüístico como una práctica social implica, en primer lugar, que es un modo de acción y, en segundo lugar, que siempre es un modo de acción situado histórica y socialmente en una relación dialéctica con otros aspectos de lo social (su contexto social) –que está configurado socialmente, pero también, que es constitutivo de lo social (Fairclough, 2008: 172).

Por tanto, el discurso es una práctica social que incide e influye en la construcción de nuestros conocimientos y en las representaciones que hacemos de la realidad (Van Dijk, 1990). Al influir no sólo construye una visión de la realidad sino que además dota a ésta de “valores, actitudes, saberes y posicionamientos del locutor y los actores sociales” (Cham, 2003: 15).

El ACD se empleó para analizar las interacciones ideológicas que se establecieron entre los discursos usados por la telenovela *Alma de Hierro*, fuesen éstos textuales o intertextuales. El modelo usado para el ACD fue el de Norman Fairclough (2008), quien establece que el ACD debe realizarse en un encuadre donde cada evento discursivo tiene tres dimensiones:

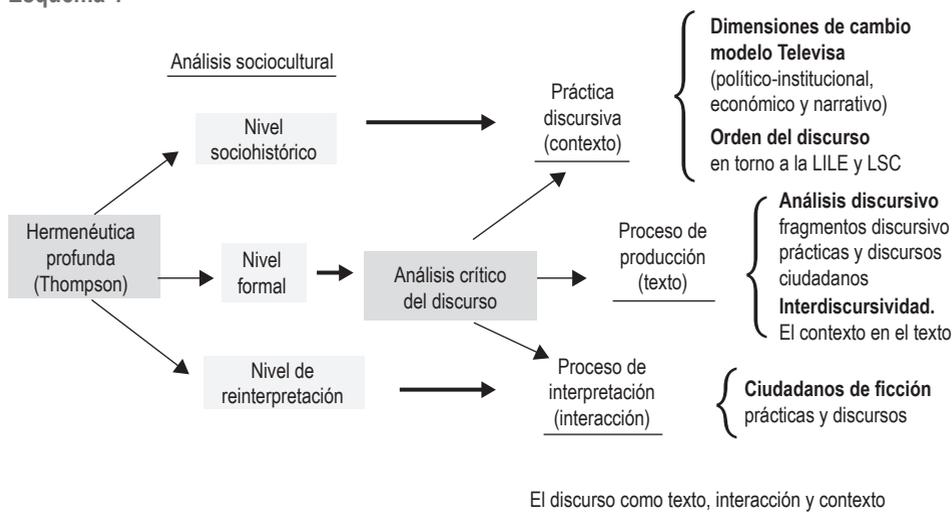
1. Texto (oral, escrito o audiovisual)
2. Práctica discursiva (producción e interpretación del discurso)
3. Práctica social (materialización del discurso)

Dichas dimensiones para Fairclough son vitales para explicar que la conexión entre texto y práctica social está mediada por la práctica discursiva (simbólica):

Los procesos de producción e interpretación textual son conformados por (y, a su vez, ayudan a conformar) la naturaleza de la práctica social y, por otra, el proceso de producción conforma (y deja rastros) en el texto, y el proceso interpretativo opera sobre la base de las señales del texto (Fairclough, 2008: 175).

Cabe señalar que texto y contexto no están en fronteras de análisis contrarias, ya que la telenovela en su composición narrativo-discursiva ya da nociones del contexto inmerso en su significación. A continuación presento un esquema donde se plasma cómo se combinó el modelo tridimensional de Fairclough (2008) con la metodología de la hermenéutica profunda de Thompson (2002).

Esquema 1



El esquema muestra la manera en que empatan ambos marcos metodológicos en el énfasis que dan al proceso de producción, distribución y consumo de los productos simbólicos –para Thompson– y textuales –para Fairclough– y en la manera en analizan a estos productos simbólico/textuales desde su constitución socio-histórica, eje vertebral de la significación.

Ahora haré explícitos los marcos de referencia contextuales que de ambos modelos se utilizaron para el análisis de la telenovela *Alma de Hierro*.

Textualidades e intertextualidades: dos fronteras discursivas de análisis

El análisis de la telenovela se planteó desde dos frentes: textual e intertextual; por textual entiendo todas las características específicas de organización, reglas de textualización o normas textuales inmersas en la construcción (como género y formato) de la telenovela; por ejemplo: coherencia (unidad lógica de sentido en la construcción del discurso), cohesión (composición textual en la interrelación de las oraciones que componen el discurso), intencionalidad (capacidad de influir en el receptor –valores interpelados–), aceptabilidad (formas textuales para hacer convincentes los discursos), informatividad (tipo de información nueva que ofrece el discurso) y, finalmente, situacionalidad (vinculaciones extralingüísticas que hacen creíble el discurso).

Lo intertextual o interdiscursivo no es más que el contexto socio-histórico como elemento determinante para la significación –o puesta en escena– de prácticas y discursos ciudadanos vinculados directamente a nuestros dos derechos: la Ley de Interrupción Legal del Embarazo y la Ley de Sociedad de Convivencia.

Ambas fronteras de análisis construyen un marco metodológico desde el cual se pretendió comprender la constitución simbólica-discursiva de la telenovela a partir de los elementos textuales que la revisten y de los discursos intertextuales que la vuelven significativa cuando ésta asume en su narrativa determinada postura respecto a los derechos ciudadanos que en ella se muestran.

Indicadores textuales

Este nivel se trabajó en dos momentos; primero, se hizo un recorrido narrativo para describir tanto a los personajes como al tipo de situaciones (problemáticas) que dieron sentido a la trama de la telenovela.

Para esto utilicé el “análisis de composición textual” propuesto y utilizado por Martín-Barbero y Muñoz (1992), donde los autores establecen que para trabajar con alguna telenovela se debe preguntar primero qué de ella es lo dramatizado; es decir, saber cómo son los roles de los actores sociales representados, qué valores de clase permean

su conducta, cuáles son sus conflictos, qué tipo de comportamiento y rutinas tienen, cómo se representa su espacio de acción y, lo más importante, a dónde se ancla el texto narrativo con el contexto social que ha hecho que, al menos en *Alma de Hierro*, las temáticas giren en función de determinados derechos ciudadanos.

Para el análisis de *Alma de Hierro* resultaba fundamental saber esto, pues el reconocimiento de los actores representados y los roles que éstos asumen en virtud del tipo de problemáticas que padecen no sólo nos podrían hablar de las características sociales del ciudadano que se muestra en la ficción sino también de las probables causas –igualmente sociales– que hacen posible que este personaje esté propenso a determinadas problemáticas y, desde luego, a los valores de clase patentes en el tipo de lecciones que se exponen cuando éstos logran salir adelante a pesar de los conflictos.

Para obtener la “materia de representación” de *Alma de Hierro* analicé por separado personajes y problemáticas. La descripción de los personajes fue la primera en realizarse y se optó porque la segmentación de éstos fuera en función de su importancia en la trama y de la cercanía –en cuanto interacción– con la “familia Hierro”; ésta y sus miembros (nueve) funcionan como los personajes principales. El resto se dividieron en dos bloques: parejas sentimentales (nueve personajes) y amigos (once personajes que mantienen una relación cercana a la familia, pero que jamás despliegan por sí mismos un hilo narrativo).

Tabla 1

Personajes de *Alma de Hierro*: roles y conflictos⁵

Personaje	Breve historia	Rol social	Conflictos	Comportamientos	Oposiciones simbolizadoras
-----------	----------------	------------	------------	-----------------	----------------------------

Mediante estos puntos se constituyó un mapa general del tipo de personajes que aparecen en la ficción, destacando que la clase social mayormente representada es la clase media. Dentro de ésta es notorio el papel central que juega la figura paterna –casi patriarcal– de José Antonio Hierro, este personaje funciona como un pivote narrativo donde el resto de las historias tiene en él a un referente que determina las acciones a seguir; asimismo, es de destacar que los roles sociales representados se sustentan más en las prácticas que ejercen los personajes dentro de la trama, que en virtud de lo que dicen representar.

En las oposiciones simbolizadoras es notorio el papel que juegan las posturas maniqueístas, pues en todos los casos los personajes terminaron siendo lo contrario de lo que decían representar; es decir, quienes en su momento representaron una figura moral

⁵Ver la tabla completa en el Anexo V.

que indicada el “deber ser”, se convirtieron en personajes amorales; por ejemplo Ary, personaje central en el tema del aborto, pasó de ser el hombre comprensivo que alentó a Sandy a tener su hijo a ser el hombre celoso y golpeador que se casó con ella.

El análisis de los personajes fue el primer paso dentro del tejido narrativo que engloba y envuelve los significados de *Alma de Hierro*, y que sin duda alguna conforma un entramado desde donde se nutren simbólicamente y discursivamente las temáticas a analizar en la telenovela.

Entretejidos narrativos: las historias que componen *Alma de Hierro*

En el análisis de las temáticas presentes en *Alma de Hierro* se realizó un mapeo general que consistió en identificar los principales ejes temáticos que construyeron la historia. Para esto se utilizó un “diario de recepción”, guía donde por capítulo transmitido se anotaron las fechas de transmisión, las diversas temáticas representadas, así como los personajes que intervinieron en las mismas.

Desde la selección de este tema de investigación, y mucho antes, me dediqué a seguir *Alma de Hierro*.⁶ Este conocimiento de la historia me permitió que una vez seleccionada como estudio de caso fuera menos complicado, más no fácil, llevar un registro temporal-capitular de las diversas temáticas representadas.

Como ya expliqué, éstas fueron recopiladas en el “diario de recepción”; no obstante, la tarea se tornó complicada ya que al momento de la selección *Alma de Hierro* transmitía su capítulo 192. Esta telenovela se compone de 392 capítulos, que equivalen a 230 horas de video distribuidas a lo largo de un año nueve meses. La telenovela terminó el 28 de agosto de 2009.

El periodo de construcción teórica de la investigación (enero-agosto de 2009) es, quizá, la temporalidad más importante en materia de mi observación empírica, proceso que realicé sin aún tener plena conciencia de los alcances que podría tener el llevar un “diario de recepción”, todo ese periodo anoté fechas y temas que se volverían claves para el rastreo y recopilación del material de análisis.

Aprovechando las nuevas oportunidades metodológicas que brinda internet para el análisis de las telenovelas,⁷ éste se usó como la principal fuente de búsqueda y recopila-

⁶ Yo ya era frecuente telespectador de esta telenovela, factor que ayudó al momento de rastrear las temáticas, pues mi conocimiento de la ficción permitió ubicar temporal y situacionalmente sus temáticas.

⁷ Con la aparición de internet se crean nuevas formas de recopilación y almacenamiento de los capítulos de la telenovela, dejando en el pasado el tener que estar ahí para grabar en video o DVD los capítulos cuando éstos salen al aire. Bajar los capítulos de internet también soluciona el almacenaje

ción de los capítulos que dieron forma a cada una de las temáticas. En el capítulo IV, ya se dio cuenta de las estrategias que Televisa y Tv Azteca han implantado para hacer de internet un nuevo espacio para la recepción y consumo de la telenovela, ya sea con portales como *tvolucion.com* (Televisa) o con sitios propios de cada una de sus telenovelas, como lo realiza Azteca. Sin embargo, en ninguna de estas plataformas se pueden descargar los capítulos de las telenovelas, ya que estos sitios *web* fueron creados exclusivamente para que las telenovelas pudieran ser observadas o consumidas.

Estas propuestas se sumaron a *Youtube*, página web que resguarda gran parte de los capítulos de las telenovelas mexicanas y que fue fundamental para la recopilación de los capítulos de *Alma de Hierro*. En este sitio sí fue posible descargar los contenidos por medio del *software* Save2Pc.⁸

Youtube cuenta con diversos canales –plataformas utilizadas por el servidor para indicar que en ese enlace sólo es posible encontrar material relacionado con ese tema–; dichos canales, en algunos casos, son actualizados por las propias televisoras o las producciones de cada telenovela.

Tras la recopilación de la telenovela por internet, se emprendió la tarea de completar “el diario de recepción”. Con esto ya se podría tener el mapa narrativo de todas las historias que se entretijeron en *Alma de Hierro*, en específico de aquellas relacionadas con las problemáticas ciudadanas.

La telenovela se tejió narrativamente alrededor de cinco ejes principales: la familia (su desintegración y unión, creación de nuevos núcleos familiares); relaciones sentimentales (heterosexual y homosexual); enfermedades (en su mayoría relacionadas con el cáncer o males cardiacos); maternidad/paternidad (encubrimiento de la identidad del padre) e infidelidad (de la mujer hacia el hombre y viceversa).

A partir de la conjunción y superposición de estos ejes, la telenovela construyó diversas temáticas particulares que son encarnadas por diversos personajes, ya que de modo peculiar las problemáticas que sufren unos después aparecen en otros como conflictos.

Uno de los principales aportes de esta segunda revisión de la telenovela fue analizar que las historias que se presentan como innovadoras en la telenovela terminan ajustándose a lo “moralmente correcto”, pues de proponer como eje central el “adulterio femenino” y las consecuencias de un hombre que se queda a cargo del hogar y los hijos, la telenovela termina puntualizando que la única forma de encontrar la felicidad es

y hace más práctico el poder verlas y analizarlas, ya que en una misma pantalla se puede realizar la operación sin tener que acudir a una televisión y a una video para adelantar o regresar las escenas.

⁸ Save2Pc es un programa que permite descargar, vía el URL (en inglés *Uniform Resource Locator* (dirección única que identifica el contenido y localización de algún archivo en internet), cualquier video de Youtube. Además permite que la descarga pueda hacerse a diversos formatos como wav, mp4, flv, con lo que se puede almacenar videos en menor cantidad de disco duro.

manteniendo a la familia unida, sin importar que sea una familia diferente a la representada al inicio de la ficción.

Es decir, el adulterio y la infidelidad se justifican cuando lo que se busca mediante éstos es el “verdadero amor”. Los personajes engañan y mienten porque sus relaciones no les proporcionan felicidad. Por ello, al encontrar otro lazo afectivo buscan crear un nuevo núcleo familiar (madre, padre e hijo), volviendo así al patrón tradicional del modelo Televisa.

Patrón que, no obstante, la propia telenovela rompió cuando en su narrativa se presentaron diversas temáticas en donde el punto de discusión no era el conflicto amoroso sino la posibilidad de que los personajes pudieran ejercer diversos derechos ciudadanos. Esta incursión en “lo ciudadano” no sólo representó una unión directa con la realidad política, social y jurídica de México, sino que también implicó un cambio discursivo, pues ahora los personajes no eran pasivos sino activos y por consecuencia veían en el ejercicio de sus derechos una posibilidad de resolver sus conflictos.

En relación con esto se identificaron las siguientes temáticas ciudadanas: la homosexualidad y la unión civil entre personas del mismo sexo (LSC); el divorcio y la discusión que implica la separación de bienes; la discapacidad y la discriminación laboral/cultural; el aborto (LILE), la violencia intrafamiliar y sus consecuencias legales; derechos de la paternidad, patria potestad y, por último el planteamiento del derecho a la eutanasia.

Exponer todas las temáticas ciudadanas presentes en *Alma de Hierro* se hizo con la intención de mostrar que esta telenovela fue seleccionada por su reiteración narrativa de vincular las problemáticas de sus personajes y sus posibles soluciones a la acción o ejercicio de sus derechos/obligaciones. De estas temáticas se optó sólo por seleccionar las ya antes mencionadas.

La interrupción legal del embarazo y la unión civil por sociedad de convivencia, temáticas seleccionadas, no hacen alusión a un capítulo en específico, más allá de que el formato de la telenovela tienda a explotar narrativamente en uno solo todo el hilo dramático que ha tejido capítulos atrás, razón por la cual fue necesario realizar el siguiente proceso: 1) localizar todos los capítulos relacionados con las temáticas, 2) transcribir de cada uno de los diálogos que la comprenden y 3) seleccionar de los fragmentos discursivos.

Para el primer caso se recopiló del capítulo 157 (01/10/2008) al 172 (22/10/2008), y para el segundo se requirió una mayor recopilación al tener dos resguardos que van del capítulo 117 al 119 (17 al 19/07/2008) y del capítulo 293 (10/04/2009) al 393 (28/08/2009).

Quiero hacer la aclaración de que la recopilación se hizo con base en capítulos, lo que no significa que todo su contenido abone o contribuya a los fines de la investigación; por este motivo, sólo se transcribieron las escenas que aluden a las temáticas, mismas que oscilan en un tiempo que va del minuto y medio hasta los tres minutos (por escena).

Para seleccionar los fragmentos discursivos requeridos para hacer el ACD, fue necesario realizar la transcripción de todas las escenas vinculadas a las temáticas; para con-

centrar la información de éstas se requirió de la elaboración de una tabla que facilitara la sistematización de las escenas (Tabla 2).

Tabla 2

Modelo de sistematización temática⁹

Capítulo	Fecha	Antecedente	Espacio	Personajes	Diálogo	Mensaje
----------	-------	-------------	---------	------------	---------	---------

De esta tabla se obtuvo la materia prima para el ACD, pues del análisis de cada una de las escenas se seleccionaron los *fragmentos discursivos* claves para explicar cómo *Alma de Hierro* construyó un “tipo” de discurso respecto de los dos derechos ciudadanos seleccionados.

Representación ciudadana y dimensiones de la ciudadanía

Como ya se ha expuesto, la representación ciudadana será entendida como la imagen o modelo que dentro de la ficción se construye en torno al personaje/ciudadano que busca materializar, validar o inhibir algún derecho u obligación para sí mismo o en relación a un tercero (práctica ciudadana), mediante el uso de valores o creencias (discurso ciudadano) específicas.

Esta representación es entendida a la vez desde dos dimensiones ciudadanas: la civil y la cultural, mismas que fungen como indicadores para el análisis de las prácticas y discursos ciudadanos de *Alma de Hierro*. Los indicadores ciudadanos se usaron para determinar el origen, desarrollo y conclusión de cada una de las temáticas. Mediante estos indicadores y basándome en la selección de fragmentos discursivos (Tabla 2) es que el ACD se realizó de esta manera:

Tabla 3

Tabla de Análisis Crítico del Discurso

Diálogos	Pronombres	Verbos / acciones	Adjetivos/ calificación	Retóricas	Interpretación
Transcripción	Quién habla, de quién habla. Actantes	Prácticas activas/ pasivas	Cómo se califican las acciones	Cómo expresan las acciones	Cómo se interpreta lo dicho

⁹Ver la tabla completa en el Anexo V.

El análisis de pronombres, verbos y adjetivos permitió identificar tanto el rol (activo/pasivo) de los personajes involucrados así como el tipo de calificación que se hacía a las acciones y los personajes que de alguna manera buscaron cristalizar sus derechos/obligaciones. En este sentido, lo retórico precisó que más allá de la composición discursiva existió en los diálogos de ambas temáticas una fuerte vinculación contextual por la cual “los dichos y sentires” se vincularon a discursos sociales que desde cierta cosmovisión estratificaron los derechos en función de la moral en turno, como bien se verá en el siguiente capítulo.

Indicadores intertextuales

Para el análisis intertextual que permea el contenido temático de la telenovela (en cuanto a su significación) se requirió entender al contexto desde:

- *Lo situacional.* Época en que la temática se desarrolló y sucesos sociohistóricos presentes en esa temporalidad (aprobación de leyes tanto para otorgar algún derecho como para restringirlo, discusiones sobre su constitucionalidad).
- *Lo institucional.* Postura del medio en torno a la temática (campañas *-spots-*, mensajes y posicionamientos *-información-* y entrevistas a actores o productores de la telenovela al respecto).
- *Lo social.* Discursos sociales (notas de prensa y comunicados) respecto al tema a discusión dentro de la telenovela.

Es importante señalar que los tres contextos coexisten y son interdependientes. El “contexto situacional”, por ejemplo, determina la existencia de los otros contextos (institucional y social) y, a la par, éstos modifican las condiciones en que se presenta y entiende el tema ciudadano representado en la telenovela. Los contextos situacional y social complementarán el análisis al formar parte de la dimensión socio-histórica que permea la producción, distribución y consumo de un bien simbólico como la telenovela.

“Integración” de las herramientas metodológicas

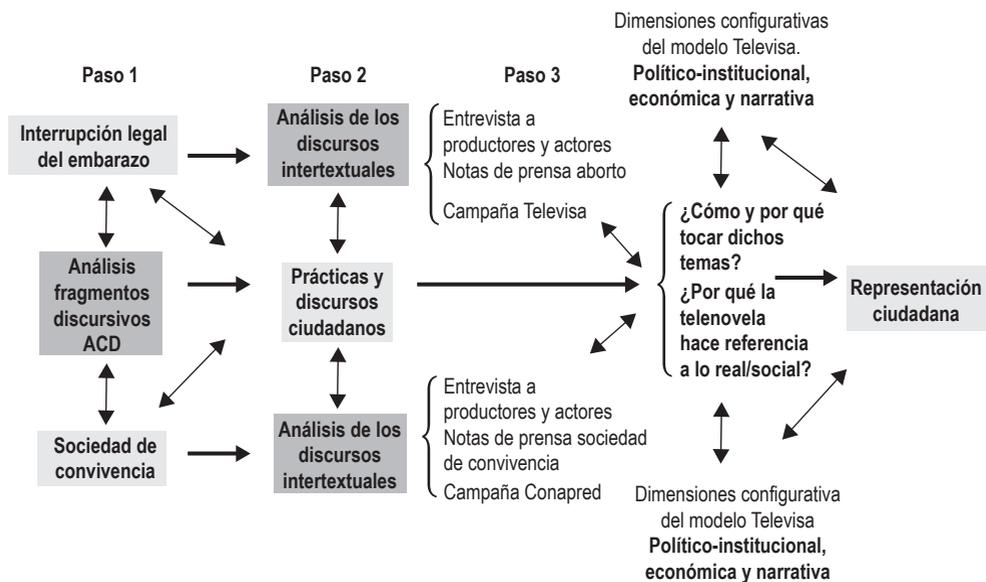
La integración o triangulación de las herramientas metodológicas supone una adecuación racional de los elementos empíricos; es decir, precisar cómo y de qué manera estos elementos se van a conjuntar con el problema de investigación para tener una visión global de la representación ciudadana en *Alma de Hierro*.

El siguiente esquema expone el proceso de análisis y triangulación que se realizó para el análisis del tejido narrativo construido en relación con las dos temáticas y la ma-

nera en que éstas se conectan al contexto socio-histórico presente en la reconfiguración del modelo Televisa (dimensiones político-institucional, económico y narrativa).

Esquema 2

Integración de la información empírica



Estos pasos se realizaron de forma particular en cada una de las temáticas con el objetivo de describir cómo fueron las prácticas y discursos ciudadanos que se promovieron en ambas. La cuestión era exponer y describir si las representaciones de estos derechos correspondían a una construcción uniforme o, en su defecto, tenían diversos orígenes e intensiones.

Interrelacionar las dimensiones configurativas (político-institucional, económica y narrativa), la hermenéutica profunda y el análisis crítico del discurso fue fundamental para entender los factores que determinaron que un derecho pueda ser inhibido o avalado dentro de los valores y preceptos morales representados en la telenovela, mismos que se materializan en las prácticas y discursos de un particular tipo de ciudadano: el de ficción.

CAPÍTULO VI

Telenovelas vemos, ciudadanos no sabemos: prácticas y discursos ciudadanos en la telenovela *Alma de Hierro*

Como se ha argumentado a lo largo de este libro, la reconfiguración industrial y cultural del modelo Televisa ha significado el abandono de sus tradicionales patrones de producción, siendo el más significativo la vinculación de la ficción con la realidad social, política, electoral y ciudadana del México contemporáneo.

La nueva ficción mexicana, como también se ha mencionado, ya no evade la realidad; al contrario, busca incidir en ella al colocar dentro de los dramas íntimos de sus personajes posturas político-ideológicas en relación con temas donde televisoras, gobiernos, partidos políticos y políticos buscan ofrecer puntos de vista y soluciones muy puntuales a problemas sociales coyunturales y complejos.

Esta naturalización o ficcionalización de la realidad social dentro de las telenovelas se construyó en relación con tres dimensiones: la político-institucional, la económica y la narrativa, que concatenadas o superpuestas han influido directa o indirectamente en la configuración del modelo Televisa.

Dentro de los múltiples cambios narrativos de las telenovelas mexicanas, se decidió enfocarse en la temática ciudadana, específicamente en la representación de dos derechos: la interrupción legal del embarazo (ILE) y la unión civil por sociedad de convivencia (SC), ambos presentes en la telenovela *Alma de Hierro*.

En la representación de estos derechos lo narrativo escapó de lo ficcional para sumarse a la discusión pública que fuera de la telenovela se llevaba a cabo, ya sea por la relevancia social (como en el caso de la unión entre homosexuales) o por la discusión ética y moral que generó el aborto.

La estrategia de estudio se basó en el análisis crítico del discurso en dos niveles: textual (la telenovela como texto) e intertextual (todo discurso que fuera de la telenovela influyó para que ésta asumiera determinada postura al respecto), ambos análisis se conjugaron para tener un mapeo discursivo donde fuera posible conjuntar texto y contexto; es decir, analizar el discurso de ficción en relación con el contexto socio-histórico que se generó en torno a la ILE y la SC.

Esto incluyó a campañas de difusión a favor o en contra de las leyes, posturas institucionales (de las televisoras), políticas (gobierno y partidos políticos), sociales (organizaciones civiles), religiosas (iglesia católica) y empresariales, además de diversas entrevistas que se efectuaron tanto a los productores como a los actores de *Alma de Hierro* en relación con las temáticas de la telenovela y con las acciones que realizaron sus personajes de ficción; todo esto enmarcado en el proceso socio-histórico (temporalidad que antecede, sucede y precede), el momento en que la telenovela puso a gravitar en su narrativa ambas temáticas ciudadanas.

La idea de este capítulo es crear y construir un discurso integral para explicar, primero, el porqué dentro de *Alma de Hierro* se representaron ambos derechos y, segundo, qué sentido e intenciones tuvo dramatizar, naturalizar o ficcionalizar éstos en el marco de las nuevas temáticas de la ficción mexicana.

La estructuración de este capítulo aborda de forma particular el análisis discursivo, textual e intertextual de ambos derechos para luego conjuntar las representaciones ciudadanas resultantes en un discurso general que precise si existe o no una generalización en torno a los derechos ciudadanos o si, en el caso contrario, los derechos ficcionalizados no presentan una uniformidad porque responden a intereses o dimensiones estructurales diversas.

Para el análisis de cada caso se recreó parte del entramado narrativo para que el lector pudiera observar, a manera de texto, cómo es que *Alma de Hierro* construyó ambas historias. Lo importante fue dar cuenta de todo el proceso y el cambio que las prácticas y los discursos ciudadanos sufrieron a lo largo del relato.

Esto se consiguió uniendo el análisis de composición textual de la telenovela, que incluyó una descripción de los personajes y sus roles, con el análisis crítico del discurso realizado con diversos fragmentos de cada temática y los discursos intertextuales (contexto) que ayudaron a enfatizar el papel y la postura que desde la telenovela se construyó respecto a estos derechos ciudadanos.

“Abortemos la ley, no la vida” (contexto social)

Fue a inicios del año 2007 cuando los rumores de una iniciativa que pretendía legalizar el aborto se hicieron realidad en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (ALDF). La ley promovida por el Partido de la Revolución Democrática (PRD) encontró eco y apoyo en los partidos Revolucionario Institucional (PRI), del Trabajo (PT), Nueva Alianza y Convergencia, así como en diversas organizaciones en pro de los derechos de la mujer.

Asimismo, encontró una férrea oposición en diversos grupos conservadores liderados por el Episcopado Mexicano y el Partido Acción Nacional (PAN); estos grupos emprendieron en marzo de 2007 diversas campañas en los medios de comunicación para evitar que se aprobara una ley que, a decir de ellos, contravenía los valores mo-

rales y católicos al darle a la mujer la posibilidad de decidir sobre la vida de otro ser vivo.

Sus campañas “a favor de la vida” se materializaron a través de la organización *Denmechance*, agrupación que cuenta con el aval de 57 organismos entre los que figuran el Comité Nacional ProVida, Bimbo y Televisa, quien participa por medio de su asociación civil “A favor de lo mejor”.

Denmechance utilizó al icono de la televisión mexicana Roberto Gómez Bolaños, *Chespirito*, como estandarte de una campaña que tenía un *slogan* contundente: “Abortemos la ley, no la vida”. En los dos *spots* televisivos, que casualmente sólo pasaron en Televisa y no en Tv Azteca, se veía a un Chespirito abriéndose de capa al confesar que a su madre le recomendaron “abortarlo”; a continuación, se reproduce textualmente el contenido del *Spot* 1:

—Cuando yo estaba en el vientre de mi madre, ella sufrió un terrible accidente y el médico le dijo: ¡Tendrás que abortar!

—Y ella dijo: ¿abortar yo? ¡Jamás!

—Es decir, **defendió la vida, mi vida...** y gracias a eso: ¡estoy aquí!

En el segundo *Spot*, Chespirito fuera de su papel de cómico entrevista a una mujer que decidió abortar:

—¿Crees que el aborto es una solución?

—No, el aborto es el dolor más grande que he tenido en mi vida; **el aborto me trastornó**, me volví bulímica, comedora compulsiva, empecé a tener muchos problemas en el trabajo, llegué a tener una depresión muy fuerte, me aislé y **pensé en el suicidio**.

Al término de los *spots* aparecía la leyenda: “Abortemos la ley, no la vida”, seguido de la dirección de internet: www.denmechance.org, página que contiene vasta información sobre las implicaciones religiosas, morales, personales, jurídicas y de salud –en ese orden– que puede generar el aborto.

Estos *spots* fueron el primer posicionamiento mediático de los grupos conservadores en torno a la iniciativa que otorgaría a la mujer la posibilidad de interrumpir legalmente su embarazo antes de las 12 semanas de gestación. En contraparte, los grupos partidarios enfatizaron que la iniciativa les daría a las mujeres la facultad legal de poder decidir sobre su cuerpo, y con ello abatir las injusticias sufridas por cientos de mujeres que al abortar fueron encarceladas.

El nivel de crispación social entre quienes reprobaban o apoyaban la iniciativa fue tal que se generó en el ámbito nacional un debate mediático que derivó en la politización de la ley. El gobierno federal manifestó su rechazo a la iniciativa e incitó a sus le-

gisladores a boicotearla ante el riesgo –¿o miedo?– de que ésta pudiera ser presentada en otros estados.

La iniciativa fue aprobada por la ALDF el 24 de abril de 2007 y ratificada por el Gobierno del DF el 26 de abril de ese mismo año. No hubo aborto legal, a pesar del bombardeo mediático y de las presiones religiosas al respecto.

La respuesta del gobierno federal fue inmediata y tanto la Procuraduría General de Justicia (PGR) como la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH) presentaron –por separado– ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) dos recursos de anticonstitucionalidad al justificar que la ALDF se extralimitó en sus funciones al despenalizar el aborto.

El proceso de análisis y discusión que la SCJN emprendió al respecto duró más de un año y fue hasta el 28 de agosto de 2008 que determinó declarar la constitucionalidad a la Ley de Interrupción Legal del Embarazo.¹

La postura de la corte encendió nuevamente el debate social y político, ya que la PGR, CNDH y el PAN manifestaron que la Ley abrió la puerta a la tragedia y al homicidio; mientras que el gobierno del DF y las organizaciones civiles lo celebraron como el mayor triunfo ciudadano del presente siglo.

La Conferencia del Episcopado Mexicano reaccionó con la campaña: “En México elegimos la vida” (01/09/08), con la cual llamaron a los católicos a oponerse a la práctica del aborto y denunciar públicamente a las personas que lo realicen o ayuden a realizarlo. Incluso anunciaron que la mujer que osara oponerse “al primero de los bienes recibidos de Dios: la vida, sería excomulgada”.²

Las campañas a favor de la vida nuevamente coparon las pantallas televisivas del país, sólo que esta vez tomaron otros rumbos, ya que no fueron sólo los *spots* la arena del debate ni Chespirito el personaje central sino que fueron las telenovelas y el hijo del comediante, Roberto Gómez Fernández, quienes trasladaron el debate al terreno de la emotividad al incluir a la ley dentro de *Alma de Hierro*.

Contexto ficcional

Sandy Hierro (Angelique Boyer), de entre 20 y 22 años, es una joven que decidida a ser bailarina en un centro nocturno engaña a sus padres haciéndose pasar por estudiante de medicina. El único que sabe de su mentira es su abuelo, Ignacio.

¹ Sin embargo, cuando la Ley fue declarada constitucional ya otros 17 estados –entre ellos Jalisco– habían comenzado “el aborto legislativo”, al promulgar leyes “a favor de la vida”; en éstas la madre que voluntariamente procure o consienta que otra persona la haga abortar podría alcanzar de cuatro meses a un año de prisión (*Milenio*, 18/nov/09).

² En: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/534427.html> (31/08/09).

Un buen día su padre, José Antonio Hierro, acude al centro nocturno donde trabaja su hija. Ella sin saberlo se presenta y queda petrificada al ver que su padre es el más entusiasta de los asistentes. Cuando Hierro ve que aquella bailarina es su hija decide subir al escenario para sacarla a la fuerza. Desilusionado le exige que deje ese trabajo y que no le diga nada a su madre para evitarle la pena de ver que su hija cayó en desgracia.

Después de un tiempo, la familia Hierro perdona y permite a Sandy seguir bailando al ver lo mucho que significa eso para ella. Su padre, no obstante, la amenaza con dejarle de hablar si se entera que “eso del baile acaba en desnudos”. Ya como bailarina, Sandy se enamora de Amadeo, quien es el empleado de confianza de su padre y esposo de Maribel, amiga de la familia. Ambos tienen un hijo en común, Pedrito, quien ve a Sandy como una tía.

El amor que Sandy siente hacia Amadeo es tan fuerte que decide entablar con él una relación extramarital. En la trama, el matrimonio de Amadeo y Maribel es muy conflictivo, pues ella es adicta a los medicamentos. Su adicción será un pretexto para que Maribel tenga sujeto a Amadeo y así impida que éste la deje por Sandy.

El romance entre Amadeo y Sandy es secreto, pues ella teme la reacción que tendrá su padre si se entera de que ella está enamorada de un hombre casado. La relación es descubierta y Hierro busca a Amadeo para exigirle respeto a su hija.

Presos del pánico y como un acto de despedida, Sandy y Amadeo deciden entregarse “al amor” con el juramento de que después de ello cada quien seguiría con su vida. Sin embargo, tras esa entrega, Sandy quedó embarazada.

¿Ley de Interrupción Legal del Embarazo: una opción narrativa o una coyuntura ficcional?

Justo un mes después de que la Suprema Corte declaró la constitucionalidad de la LILE (28/08/08) y de que el Episcopado Mexicano emprendiera en defensa de la vida, por “coincidencia narrativa”, en *Alma de Hierro* Sandy vio al aborto y a la ley que lo permitía como una posibilidad importante para terminar con “su problema”.

Esta trama salió al aire del 1 al 22 de octubre de 2008 y durante tres semanas la telenovela representó la tragedia y angustia que una mujer que sufre por un embarazo no deseado. Ella mantuvo en secreto el embarazo porque no quiso confesárselo a Amadeo porque no quería destruir su familia.

En su drama y sufrimiento, Sandy es acompañada y apoyada por su abuelo, Ignacio, y su pretendiente, Ary; ambos fungen como balanzas morales que le indican “el deber ser” a la par que la orientan en función del derecho ciudadano que pretende ejercer y validar.

La opción narrativa

Sandy ha comenzado a sentirse mal, hace unas semanas que tiene náuseas y vómito; para salir de dudas acude a una farmacia a comprar una prueba de embarazo, la cual por cierto le avergüenza pedir. En ese momento, llega Amadeo (Am) quien acude a comprar pastillas para su mujer. Sandy (S) intenta ocultar la prueba y en sus palabras asume lo que será su postura en todo el relato:

S.—Amadeo, lo único que **tú tienes que pensar ahorita es que Maribel se componga**, así tú vas a estar bien y Pedrito también.

Am.—Sí, está bien... puede que tengas razón, pero cualquier cosa que pase ¡Sabes que cuentas conmigo!

Capítulo 157 (01/10/08)

Sandy, lejana de la postura de mujer fuerte y decidida que manifestó en toda la telenovela, antepone a su maternidad y sentimientos la estabilidad del núcleo familiar (padre, madre e hijo). Esto es vital porque representa la oposición simbolizadora que más pesa al momento de construir el tema del aborto.

Cuando la prueba confirma las sospechas de Sandy, ésta comienza a esconder su embarazo. Es tal la insistencia narrativa acerca del embarazo no deseado, que es calificado como vergüenza, malestar e indignación; incluso, estos tres sentimientos orillan a la mujer a pensar su maternidad en función de que ésta no significa lo mismo cuando se es madre soltera. Así lo manifiesta Sandy cuando confiesa a Ary (Ar), su pretendiente, que está embarazada:

Ar.—No sé si alegrarme o ponerme mal por la noticia.

S.—**Yo tampoco Ary**, tantos años teniendo la ilusión de lo que iba a sentir el día que me que dijeran **que iba a ser madre** y ahora que lo compruebo me siento muy mal.

Ar.—Pues vas a tener que superar esa situación porque: **¡vas a ser madre!**

S.—**Pero no soporto la idea de ser madre sin un padre de por medio.**

Capítulo 159 (03/10/08)

Ser madre “sin padre” no es una opción narrativa viable dentro del modelo tradicional de la telenovela mexicana, pues ésta históricamente ha promovido a la familia nuclear como un elemento central; por ello, Sandy ha perdido toda la “ilusión” de la maternidad al *no soportar la idea de ser madre sin padre*, pues no es lo figurativo lo que lastima e incomoda (finalmente hay un padre: Amadeo) sino lo simbólico, pues lo “insoportable” es no poder tener o crear una familia.

En la conversación sale a relucir otro elemento que fue vital en la conformación de las *prácticas ciudadanas* de Sandy, pues la *no confesión* del embarazo acarrea una estratificación de derechos: el de la madre que puede ocultar la paternidad de su hijo y el del padre que tiene derecho a saberlo. Ary, desde ahora, será el personaje que determine la existencia de los derechos y las obligaciones a las que están sujetos los personajes inmersos en la trama; Ary representa, en la telenovela, a un hombre joven de clase alta que ha hecho su fortuna como empresario de espectáculos nocturnos.

S.—Amadeo no se puede enterar.

Ar.—¿**No piensas decirle que estás esperando un hijo de él?**

S.—Ary, entiéndeme, ¡**él ya volvió con su mujer!**

Ar.—¿Y eso qué tiene que ver?

S.—Ella está enferma... se enfermó cuando se enteró de nuestra relación, ¿te imaginas si se entera de que estoy embarazada del padre de su hijo?

Ar.—Pero de cualquier forma se va a enterar, no vas poder disimularlo.

Capítulo 159 (03/10/08)

La postura de Ary en todo momento manifiesta que Sandy está obliga a confesarle a Amadeo su embarazo para que éste –por obligación– se haga cargo del bebé, quien a su vez tiene derecho de tener una familia. Sandy, contrariamente, exalta su postura y derecho de mantener en secreto su maternidad, pues nuevamente se opone a que “por su culpa” un matrimonio se destruya.

A pesar de ello, Sandy decidió confesarle la verdad a Amadeo, pero al llegar a la salchichonería donde trabaja se da cuenta de que él está ahí con su familia. Sandy se esconde detrás de la puerta y escucha la conversación que sostienen: Amadeo (Am), Maribel (Ma), Pedrito y Ezequiel (Ez), hermano de Sandy.

Ma.—¡No sabes, la fiesta del colegio de Pedrito estuvo increíble!

Ez.—¿En serio?

Ma.—¡Sí, **mi hijo estaba feliz!**

Ez.—¿Oye y **qué festejaban**, porque que yo sepa hoy no es un día patrio?

Am.—¡“**Festejamos el día de la familia**” y me cae que hace mucho que **no la pasábamos así!**

Capítulo 160 (06/10/08)

El ver a la familia nuclear (padre, madre e hijo) mientras sonreían por “celebrar el día de la familia” es una carga simbólica muy fuerte para Sandy, pues ella aunque se toque el vientre y llore no puede hacer nada contra esa “felicidad”.

El mensaje de la telenovela es contundente: la única familia válida dentro de las telenovelas mexicanas es la nuclear; por eso no importa representar o referir el “día de la familia” en octubre cuando tradicionalmente se celebra en marzo. Después de ver la escena familiar, ella busca consuelo con Ary, con quien se queda de ver en un parque público donde hay padres que juegan con sus hijos:

S.—Ary, intente decirle **la verdad** a Amadeo, fui con toda la intensidad a la salchichonería y ahí estaba Maribel hablando de Pedrito... **de lo felices que están, de la familia que son ahora.** Y no pude, no pude decir nada.

Ar.— ¡Pero Amadeo **tiene que saberlo, tiene que hacerse cargo!**

¿No piensas decírselo?

S.—Ya lo decidí, no le pienso decir, no le voy a decir nada.

Ar.—Sandy, **pero tú no te puedes aventar** esto sola.

S.—¿Y qué quieres que haga, Ary? ¡Estoy sola!

Capítulo 160 (06/10/08)

Desde la visión masculina de la historia, Sandy no puede “aventarse” eso sola, pues “eso” (el embarazo no deseado) es algo de lo que un hombre “tiene que hacerse cargo”. La obligación de asumir la paternidad es un discurso reiterativo que la mujer tiene que entender y aceptar, pero no porque esto signifique que desde la ficción se valida el derecho a la manutención de la mujer y el hijo (como marca el Código Civil) sino porque desde ahí se minimiza la capacidad de la mujer para mantener por su cuenta a una criatura. Para una mujer embarazada y sola no hay muchas alternativas desde el discurso de la ficción. Concepción machista.

Tras romper en llanto Sandy se avienta a los brazos de Ary, mientras lo abraza observa como un “padre amoroso” juega con su hijo, ese hecho simbólicamente le recuerda sus propias palabras: “No es posible ser madre sin padre”.

Ar.— **Ese bebé que llevas en el vientre tiene derecho de tener un padre.**

S.— Sí, pero este hijo **se equivocó de momento.**

Ar.— ¿Qué estás diciendo?

S.— ¡Qué llegó en muy **mal momento! Yo no lo decidí.**

Ar.— No, Sandy; **si piensas así te vas a odiar a ti misma, los hijos no llegan en un buen momento: simplemente vienen,** y contigo va a encontrar un gran amor.

S.— Este no es el caso Ary... Amadeo no se puede enterar. Su padre no se puede enterar de la verdad; y no le voy hacer daño a tanta gente.

Ar.— Perdóname, pero tú **estás pensando así porque estás mal.**

S.— Estoy mal, estoy pero muy mal; pero estoy segura de lo que te estoy diciendo.... y **yo siempre he querido ser madre, pero así no.**

Ar.— **Pero ya es muy tarde, ya no hay vuelta atrás.**

S.— **No es así...**

Ar.— No te entiendo, ¿qué quieres decir?

S.— Nada, no vale la pena meterte en estas broncas.

Ar.— Espérate Sandy **¿No estarás pensando en...?**

S.— Déjame sola, necesito estar sola.

Ar.— ¡Sandy! **Tú no puedes deshacerte de ese hijo sin antes no haberlo consultado con su padre.**

S.— **Voy hacer lo que creo que será lo mejor para todos.**

Capítulo 163 (08/10/08)

Este diálogo condensa los valores que sustentan, en la telenovela, el “derecho a la vida”; asimismo, condenan los pensamientos de una mujer que “quiere deshacerse de su hijo”. Estas oposiciones le dan sentido a la trama, pues a partir de aquí Sandy piensa seriamente la posibilidad de interrumpir su embarazo y Ary se asume abiertamente como una institución moral del deber ser.

Sandy contraviene todos los preceptos católicos de la maternidad, pues no acepta la bendición de ser madre, ya que ese bebé “se equivocó de momento” y al llegar no sólo le provocó un mal sino que le quitó el deseo de ser madre. Ante esto, Ary se posiciona como una autoridad religiosa al dejarle claro que la “mujer” no es la que decide tener un hijo sino que es Dios quien se lo manda; porque “los hijos no se buscan, simplemente vienen”.

Para Ary, cuando una mujer se embaraza “no hay marcha atrás”; esta frase tiene dos lecturas en la trama: 1) que la condición de estar embarazada es irreversible y 2) que esa condición puede cambiar si la mujer decide no tener a su hijo.

Sandy parece tomar la segunda vía aunque Ary se niegue a pronunciar la palabra “aborto”; de hecho, a lo largo de la trama ésta nunca es pronunciada al ser suplantada por otros verbos que enfatizan o enmarcan más el sentido ideológico con el cual se quiere construir y representar. Abortar, como verbo o acción, no existe en el diálogo porque su significado es suplantado por el verbo “deshacer”, esto implica una carga simbólica más fuerte porque técnicamente Sandy destruiría algo que ya está formado, vivo, argumento principal de quienes aseguran que la vida comienza con la concepción.

Que Sandy piense “deshacerse” de su hijo en la telenovela es un síntoma de que ella está mal y que su acción es simplemente un acto de odio contra alguien inocente: “Si piensas así te vas a odiar a ti misma”, como se odió y lamentó la mujer que le confesó a Chespirito que abortar es “lo peor que le pudo pasar en la vida”. Por eso Sandy no puede tomar esa decisión sin “antes consultarlo” con el padre, ya que ella –desde la trama– no es capaz de decidir sobre su cuerpo.

Esto ejemplifica cómo el discurso es el vehículo mediante el cual el poder se perpetúa (Foucault, 2002); es decir, es mediante éste que se crea un “orden discursivo” que

tiene la finalidad de instituir e influir en nuestra interpretación de la realidad social; en este caso haciendo énfasis en las consecuencias morales y religiosas que devienen cuando se piensa en interrumpir el embarazo.

Así pues, este discurso ideológico se disfraza con el uso de la metáfora, pues “des-hacerte de ese hijo” se constituye en una estrategia discursiva de la representación conflictiva y discriminatoria que se hace de la mujer que ejerce su derecho a interrumpir legalmente su embarazo. De acuerdo con Gutiérrez Cham, las metáforas se usan “para dar expresión a entidades abstractas a partir de otras entidades más concretas” (Gutiérrez Cham, 2006: 60); en este caso abortar como representación abstracta no existe como tal, lo que sí existe (y vehicula a esta representación) es la acción simbólica del verbo “deshacer”, este uso metafórico incide directamente en la representación del aborto porque “deshacer” presupone desaparecer lo ya formado. Retomando el relato, lo mejor desde la perspectiva de Sandy es acudir a una clínica en donde sí es posible abortar sin riesgos, lo mejor es ejercer un derecho que sin decirlo abiertamente se relaciona directamente con un debate social mediático que lo critica y promueve.

Sandy conjuntando realidad y ficción acude a la estética de su abuelo, Ignacio, para que éste le preste su teléfono; ella lo necesitaba con urgencia para marcar a una clínica donde le recomendaron acudir para resolver su “problema”. Lo que Sandy hace, en términos ciudadanos, es actuar de forma pro activa en el ejercicio de sus derechos, aunque después sus prácticas y las del resto de los involucrados apunten de forma contraria.

S.—¡Hola, qué tal! Eh... me recomendaron a un tal Doctor, mmm... sí Enríquez, me gustaría sacar **una cita** con él.

Aunque ni la imagen ni el discurso sean explícitos (no se escucha ni se ve a la persona que la atiende en la supuesta clínica u hospital), se sabe que Sandy está hablando a un lugar en donde podría interrumpir su embarazo; que ella llame para sacar una cita o pedir información encaja directamente con uno de los requisitos o pasos que la Ley de Interrupción Legal del Embarazo establece para las mujeres que decidan practicarse un aborto de forma legal en el DF; salvo que las ciudadanas de “carne y hueso” antes de llegar a la cita con el médico deben pasar por otro tipo de atenciones médicas y psicológicas.³

S.—¿¡Cuánto tengo!?! **Cuatro semanas**. ¡Hasta la próxima semana!, ¿no puede ser antes? Ah, está bien, está bien esa cita, sí. Gracias.

Capítulo 165 (13/10/08)

³ Así lo establecen los Artículos Cuarto, Cuarto Bis, Quinto, Sexto y Séptimo de la Ley de Interrupción legal del embarazo para el Distrito Federal. Hasta el 22 de abril de 2010, la Secretaría de Salud del DF ha recibido 65 150 solicitudes de información respecto a ILE.

El segundo elemento ficcional que se relaciona con la Ley es la cuestión temporal, pues la legislación permite abortar sólo si es antes de las 12 semanas de gestación;⁴ Sandy cuadra perfectamente en lo dicho por la Ley, pues tiene cuatro semanas, más la que tendrá que esperar por motivo de la cita, serán cinco.

Es interesante cómo en *Alma de Hierro*, de una forma muy velada, se trata de exponer que el ejercicio de este derecho es algo muy simple y rápido como “descolgar el teléfono, llamar y hacer una cita” e, incluso, en la espera que le dan a Sandy se deja entrever que la demanda por abortar es tal que una mujer tiene que esperar “una semana” para resolver sus problemas. En la vida real, entre que una mujer solicita la información, acude a terapia psicológica y a un chequeo médico para corroborar el tiempo de gestación (ultrasonido), pasan alrededor de dos semanas.

El abuelo Ignacio (Ig) se da cuenta de lo que Sandy hizo en su estética, porque identificó en su teléfono el número al cual había marcado su nieta; al saber de su embarazo acude a ella para servir de apoyo moral:

Ig.— Te apoyo si decides tener a ese bebé y te apoyo si decides no tenerlo. Claro que, si eliges la segunda parte, no tenerlo, pues yo te tengo que advertir del peligro porque, ¡tengo miedo por ti y tristeza por ese bebé!

S.—Abuelo deja de anticiparte.

Ig.— ¡Es tu cuerpo y tu vida es la que está en juego niña!

S.—No tienes nada de que preocuparte, ya te dije que no estoy embarazada. Hablé a ese consultorio, sí, pero fue para ayudar a una compañera de la chamba.

Capítulos 165 y 166 (13 y 14/10/2008)

El abuelo es el primero que le reconoce las facultades que tiene para decidir sobre su cuerpo sin requerir la anuencia de un hombre. No obstante, le advierte el peligro de muerte que corre si decide abortar. Uno de los principales argumentos para la aprobación de la Ley fue que ésta disminuiría la tasa de mortalidad. Al evitar que más mujeres aborten de forma clandestina y bajo condiciones insalubres.⁵

⁴ Después de las 12 semanas de gestación, la mujer que aborte –excepto por razones de salud– será acreedora a una sanción penal que va de cuatro meses a un año de prisión. Igual que en las legislaciones conservadoras que penalizaron el aborto.

⁵ De acuerdo con la Secretaría de Salud del DF, antes de que la ley fuera aprobada la tasa de mortalidad por abortos en el DF era de 1 266 muertes al año; una vez que se declaró legal la interrupción del embarazo sólo han muerto dos de las 39 177 mujeres que se han practicado el aborto. Aunque a decir de organizaciones conservadoras como ProVida, son 14 los decesos; aunque sólo pueden comprobar seis (<http://www.eluniversal.com.mx/notas/592482.html>). Información hasta el 22/04/10.

Aunado al riesgo de muerte, las mujeres que abortan son presas del miedo y la tristeza, miedo por el riesgo de salud y tristeza por la vida que le “quitan” al bebé.

Sumida en esas dos sensaciones, Sandy analiza si vale o no la pena interrumpir su embarazo. Encerrada en su cuarto recibe la visita de Ary quien –una vez más– intenta persuadirla de no cometer un gran error

Ar. —Sandy deberías de distraerte un poco

S. —¿Cómo quieres me distraiga, cómo quieres que esté contenta?, **¡voy a deshacerme de mi hijo y tú quieres que me divierta!**

Ar. —No, Sandy, piensas así porque estás confundida, llena de rencor, impotente porque no puedes decirle la verdad a Amadeo.

S. —Entiéndeme, tiene un hijo y sigue casado con una mujer enferma.

Ar. —Está bien, pero tú no necesitas a Amadeo para tener ese hijo. **Y deshacerte de él, Sandy, te va dejar una huella imborrable en tu alma.**

S. —¡Claro!, **y ustedes los hombres piensan que una como mujer los puede mantener sola y sí se puede, pero no es fácil, no es fácil.**

Capítulo 167 (15/10/2008)

“Deshacer” sigue siendo la forma predilecta para referirse al aborto, pues el acto de eliminar lo ya “hecho” genera en Sandy una depresión que le impide “estar contenta”, y no tendría por qué estarlo, pues desde la perspectiva de la telenovela lo que Sandy piensa hacer es una acción que sólo la hace una persona que “está confundida, llena de rencor e impotencia”.

Ary opera una vez más como una institución moral que le indica a Sandy que abortar es un acto que le “dejará una huella imborrable en su alma”. Estigma religioso que no podrá borrarse a pesar del arrepentimiento. Sandy, tras meditar lo señalado por Ary, decide abrirse con su abuelo y le confiesa que sí está esperando un hijo de Amadeo:

Ig. —¿Él ya lo sabe?

S. —**No se lo voy a decir.**

Ig. —¿Por qué no, hija? **Vas a traer al mundo un hijo de él y no se lo vas a decir.**

S. —No, porque este **“hijo no va a llegar al mundo”.**

Ig. —¡Claro! **Ya me acorde que tienes una cita con “ese espanta cigüeñas”.**

Sandy, lo que estás haciendo es muy desagradable para ti misma y para Amadeo.

S. —¿Cómo quieres que le diga?, si **él ya volvió con su mujer** y ella está muy enferma **y yo no pienso arruinarles la vida.**

Ig. —Es un hijo de él... **tiene derecho a saberlo.**

S. —Sí, puede ser, pero yo ya no le quiero complicar más la existencia.

Además yo siempre soñé el ser madre con alguien a quien yo amara.

Ig.— Hija... Amadeo y tú hicieron ese hijo con amor.

S.— **“Este problema mañana ya no va a existir”.**

Capítulo 170 (20/10/2008)

Sandy relaciona su embarazo como un problema que se “arregla” con el aborto, práctica que más allá de su legalidad propicia que los “niños no lleguen al mundo”, porque simplemente se les niega la oportunidad de “existir”.

Para la Iglesia católica y grupos conservadores, el aborto es una práctica condenable porque se trata del homicidio de un ser inocente al cual se le niega el “derecho a la vida: la existencia”; en la telenovela esto aplica de la misma forma porque las personas que ayudan a las mujeres a abortar son “espanta cigüeñas” (en alusión a que los bebés son traídos en cigüeñas), sólo que aquí no adquiere ese significado cultural; al contrario, lo que espantan simbólicamente “esas personas”, en sentido peyorativo, es la vida.

Por tanto, el aborto, no puede estar por encima del amor de madre o de pareja; por ello es necesario que el padre “sepa la verdad”: es su derecho y es éste quien tiene que decidir por la mujer; sin embargo, para Sandy la decisión está tomada porque no quiere que “ese” hijo les arruine más la existencia.

El uso del pronombre demostrativo impersonal “ese” para referirse al bebé, que Sandy lleva en el vientre, denota una clara separación entre la madre y el hijo, pues la minimización de la vida del bebé precisa que “ese”, el no deseado o esperado, es la causa de los problemas; que Sandy use ese pronombre para referirse a su hijo adquiere un significado muy importante, pues señala el rechazo a la maternidad y, posteriormente, a la vida de ese bebé. Causas contra las que luchan los que defienden “el derecho a la vida”.

Después de que Sandy le confiesa la verdad a su abuelo, éste insiste en acompañarla, Sandy se niega. Al final, accede a que Ary la lleve al “consultorio”. Este lugar, a diferencia de los escenarios donde las mujeres de las telenovelas acudían para interrumpir su embarazo –recuérdese el caso de *El derecho de nacer* (1966, 1981 y 2001)–, no era un sitio lúgubre o tenebroso atendido por mujeres y hombres que tenían facha de todo menos de médicos, sino una clínica iluminada, limpia donde trabajan enfermeras (Enf) y médicos (Med) usando las vestimentas obligadas por el sector salud (ropa y calzado blanco para enfermeras, batas azules para los médicos que van a realizar intervenciones quirúrgicas).

Sandy no tocó la puerta de una casa ubicada en una colonia solitaria sino que llegó directo a un mostrador donde una enfermera le confirmó su cita. Mientras esperan su “turno”, Ary hace el último intento por disuadir a Sandy, ésta no lo mira y se dedica a observar a los médicos que van y vienen por los pasillos del que parece ser un hospital; Ary alzando la voz le pide que se vayan, en ese instante, la enfermera detrás del mostrador le menciona a Sandy que su turno a llegado

Enf. —Señorita Hierro, su turno

Ar. —**¡Sandy, por favor, “dale una oportunidad a tu hijo”!**

S. —¿Por dónde?

Enf. —Por aquí, por favor.

Capítulo 171 (21/10/2008)

Ary la toma de un brazo y le pide le dé “una oportunidad a su hijo”, esa oportunidad es la vida. Sandy no voltea y con esfuerzo se lo quita de encima; Sandy camina por un pasillo donde al fondo la espera un médico con traje azul que le invita a pasar a lo que parece ser un consultorio.

Alma de Hierro representa la ILE como una acción práctica que no requiere de mayores requisitos, ya que en ningún momento Sandy comenta en la clínica las razones por las cuáles desea interrumpir su embarazo, nunca se le pide información personal –salvo sus semanas de embarazo– e incluso, ella no firma el formato de “Consentimiento Legal de Interrupción del Embarazo”, que es la constancia jurídica que da legalidad a la práctica abortiva y a la acción médica.

Una vez que Sandy entra al consultorio con el médico se observa que ésta ya lleva puesta una bata, un gorro y unas pantuflas azules (vestimenta habitual de los pacientes que serán sometidos a una intervención quirúrgica). Sandy aterrada mira a cualquier punto mientras el médico le pide que se siente en una camilla colocando sus piernas sobre los estribos colocados en los extremos (este tipo de camillas es el mobiliario que se usa para las revisiones ginecológicas).

Una vez ahí el médico toma una jeringa y le inyecta a Sandy lo que parece ser un sedante; éste tiene un efecto rápido en ella, pues acto seguido comienza a marearse mientras tiene diversos recuerdos.

Los recuerdos, al pertenecer a un tiempo pasado, son representados en la telenovela como imágenes en color sepia. Los recuerdos de Sandy invaden la pantalla y dejan en segundo plano a un médico que sin explicación alguna o confirmación de la paciente se apresura a practicar el aborto. Por efecto del sedante y de la justificación narrativa, Sandy sólo es capaz de recordar cosas positivas como cuando ella y Amadeo se entregaron al amor.

S. —Amadeo, me muero si no te tengo a mi lado. Amadeo, sabes cuántas ganas tengo de **pararme frente de mi papá y decirle: amo a Amadeo.**

Am. —Pues vamos a hacerlo los dos.

S. —**No, yo no puedo, yo me paro frente de mi papá y me paralizó, no puedo.**

La magia del amor y las escenas en que Amadeo y Sandy daban rienda suelta a sus pasiones son interrumpidas abruptamente por la imagen del médico que se pone unos guantes para iniciar la auscultación:

Med. —Bueno, ahora sí estamos listos, ya podemos empezar.

S. —No, **ya no quiero... sáquenme de aquí.**

Med. —Espere, tranquilícese

S. —¡No, quítenme eso, quítenmelo!

De pronto, Sandy decide que no puede “deshacerse” de lo que se ha hecho con amor; por eso, lo importante ahora es que “la saquen de ahí”, de ese lugar en donde se “deshace el amor y los problemas”, ella quiere que le “quiten eso” y no se refiere al suero que lleva pegado a las venas de un brazo sino a la sensación y al pensamiento que se genera en el lugar donde “se espanta la existencia”.

Ary, cual salvador de la vida, corre a buscarla cuando escucha que ésta grita desesperada. Él pregunta a la enfermera qué es lo que pasa, y ésta le responde: “Nada que el médico no pueda resolver”; en ese momento Sandy, inconsciente, sale cayéndose del consultorio, mientras le dice al médico:

S. —¡Suélteme, suélteme!

Med. —Señorita, ¡Por favor, tranquilícese!

Ary. —¡Sandy, Sandy!

S. —¡Ary, sácame, sácame de aquí, por favor!

Med. —**Discúlpeme, pero no está en condiciones de irse. No puedo dejarla que abandone la clínica.**

Ar. —**¡Usted cálese, la que decide es ella!**

Capítulo 171 y 172 (21 y 22/10/2008)

Al final, los recursos morales y religiosos –vertidos en lo narrativo– tuvieron efecto porque Sandy defendió la vida de su hijo al “abortar y deshacerse” de la ley en el mismo escenario que la vuelve legal: la clínica social.

Ganó el “derecho a la vida” porque los médicos no son los que deciden sino la mujer. Sandy, sedada y tambaleante, decidió no abortar. En este fragmento, Ary sí respetó la capacidad de Sandy para decidir sobre su cuerpo, pues esta decisión era a favor de la vida, a favor de lo que es correcto para la ficción.

Cuando Sandy recuperó la conciencia no tuvo más que concluir la construcción ficcional que se hizo en torno a la LILE: ¡Sólo espero que mi hijo me perdone, *la estupidez* que iba a hacer! (Cap. 172, 22/10/2008).

Dos días después, la misma Sandy, ahora personificada en la joven actriz Angelique Boyer, en entrevista expresó: “A estas alturas todas las mujeres sabemos cómo se forma un bebé y tenemos conciencia del riesgo que conlleva tener relaciones sexuales. No tolero la ignorancia, y el aborto es una salida fácil”.

El tratamiento narrativo que *Alma de Hierro* y su productor, Roberto Gómez Fernández, hicieron del aborto y la ley que lo avala en el DF resultó más eficaz que los *spots* de “Chespirito” para la organización *Denmechance*, pues aquí no sólo se “abortó literal y narrativamente la ley”, sino que además se construyó un discurso que coloca por encima de ésta los valores morales y religiosos que anteponen “el derecho a la vida por encima del derecho de la mujer”.

Los argumentos de quienes se oponían al aborto se ven cristalizados y potencializados en los discursos y prácticas de Ary (él fue quien rescató a la mujer de la clínica). A la par que se confirman en la figura de Sandy, quien jamás supo justificar ni defender el derecho a decidir sobre su cuerpo, a pesar de que sus prácticas y discursos activos la llevaron a querer materializarlo.

La representación de la interrupción legal del embarazo dentro de *Alma de Hierro* avala el alto porcentaje de mujeres (40%) que se acerca a las instancias de salud del DF para solicitar información y decide, después de algunas pláticas y exámenes, no practicarse un aborto. Esto confirma y rebasa la hipótesis de que “la ficción es algo que no es real pero podría serlo”, porque los cambios de la telenovela mexicana y su incidencia en lo real parece modificar el silogismo en donde “sólo puede parecer real si en realidad lo es”.

“Podrán ser legales, pero nunca morales”(contexto social)

Antes de que fuera aprobada la Ley de Sociedad de Convivencia (LSC), en noviembre de 2006, el debate en torno a los derechos sexuales en México ya había dividido en dos tanto a partidos políticos como a los grupos empresariales. Esto porque unos consideraban que ya era tiempo de brindar certeza jurídica a estos grupos sociales mientras que los otros pensaban que de hacerlo se estaría atentando contra el elemento central de la sociedad: la familia.

Estas posiciones comenzaron a fincarse cuando, en el año 2000, la Comisión de Derechos Humanos de la ALDF presentó la propuesta para crear una figura jurídica parecida al matrimonio civil llamada Sociedad de Convivencia; esta entidad, entre otras cosas, daría la facultad de que personas del mismo sexo se pudieran unir en un contrato civil donde los “convivientes” –no conyugues– serían acreedores de los mismos derechos⁶ y obligaciones que tienen las personas heterosexuales dentro de una unión civil.

Esta propuesta fue acogida y apoyada por la Comunidad Lésbico-Gay, Bisexual y Transgénero (LGTB) de México, la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal

⁶ Entre los que destacan el derecho a **heredar** (la sucesión legítima testamentaria, la **subrogación** del **arrendamiento**, a recibir alimentos en caso de necesidad y a la **tutela** legítima, derechos que hasta antes del 2006 sólo gozaban los ascendientes, descendientes o el **cónyuge** legal de una persona heterosexual.

(CDHDF) y diversas organizaciones en pro de los derechos sexuales, ya que significaba el primer reconocimiento legal y jurídico a esta población. Sin embargo, los grupos conservadores encabezados la Iglesia católica, la Unión Nacional de Padres de Familia (UNPF) y ProVida presionaron para que la iniciativa, considerada como una acción “inmoral”, fuera vetada por el entonces Jefe de Gobierno del DF, Andrés Manuel López Obrador.⁷

A pesar del freno legislativo, la iniciativa generó una lucha política que pugnó por la defensa y ampliación de los derechos de la Comunidad LGBT. El movimiento ciudadano tuvo su primer logro cuando en marzo de 2001, por iniciativa del Gobierno Federal, se creó la Comisión Ciudadana de Estudios contra la Discriminación, la cual realizó un informe detallado del fenómeno en el país que derivó en la creación de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación.

En ese mismo año, el 7 de septiembre, en el Congreso de la Unión se impulsó una reforma al Artículo Primero de la Constitución Mexicana para establecer que el Estado está obligado a garantizar el ejercicio del derecho a la no discriminación. El Artículo quedó de la siguiente forma:

En México queda prohibida cualquier forma de discriminación motivada por origen étnico, edad, género, embarazo, estado civil, raza, idioma, religión, ideología, **orientación sexual**, color de piel, nacionalidad, origen, posición social, trabajo o profesión, posición económica, aspecto físico, discapacidad o estado de salud, o cualquier otra forma discriminatoria que atente contra la dignidad humana y tienda a anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas (Constitución Mexicana, Artículo Primero).

La reforma al Artículo Primero significó un cambio radical en las políticas sobre la discriminación en México, pues a raíz de ésta no sólo se impulsó y aprobó el 11 de junio de 2003 la Ley Federal en la materia sino que además, mediante ésta, se creó el Consejo Nacional para Eliminar y Prevenir la Discriminación (Conapred), mismo que inició funciones el 26 de abril de 2004.

Uno de los primeros actos de este organismo fue la “Campana Nacional contra la Homofobia”, primera de este tipo en el país, que realizó en conjunto con el Centro Nacional para la prevención y control del VIH/Sida (Censida) –dependiente de la Secretaría de Salud– el 25 de abril de 2005. Esta campana tenía el objetivo de promover acciones para erradicar la homofobia entre la población mexicana.

⁷ En el 2003, López Obrador propuso que la decisión para la discusión y aprobación emanara de una “consulta ciudadana”. La declaración generó descontento entre organizaciones civiles impulsoras de la ley ante el intento de “someter a la voluntad de la mayoría los derechos elementales de las minorías”. En: <http://www.jornada.unam.mx/2007/03/01/ls-movilizacion.html>

La campaña estaba compuesta por dos *spots* radiofónicos titulados: “La cena” y “Preguntas”; el primero aludía a la aceptación de la homosexualidad en el seno familiar mediante la organización de una cena en la que un homosexual lleva a su pareja a casa; en “Preguntas” el locutor interroga al público sobre las reacciones que tienen cuando están cerca de personas homosexuales; en ambos se buscaba afirmar que la que la diferencia sexual es “más sana que el odio” (OPS, 2006: 34).

A partir de la emisión de estos *spots*, los grupos conservadores emprendieron diversos ataques mediáticos al calificar que ésta no era más que “una campaña en defensa de los homosexuales”; organismos como la Asociación Nacional de Padres de Familia y ProVida publicaron desplegados en la prensa y emitieron mensajes radiofónicos para enfatizar que sólo mediante la unión entre el hombre y la mujer se puede preservar al núcleo de la sociedad: la familia.

La polarización en torno a la campaña del Conapred también dividió al sector empresarial mexicano porque se crearon dos bandos: uno, enfocado en promover acciones laborales para erradicar la discriminación dentro de sus empresas; y, otro, empeñado en frenar la campaña en contra de la homofobia, al considerar que ésta era el preámbulo para la aprobación de una ley que permitiría y avalaría los matrimonios *gays* como sucedía en España en esas mismas fechas.⁸

El primer grupo creó el Consejo Empresarial sobre Sida (Conaes) con la intención de unir esfuerzos para crear políticas laborales para no discriminar a trabajadores homosexuales ni a personas con VIH; una de las primeras acciones que emprendieron fue la de otorgar todos los servicios médicos a estos grupos.

El segundo grupo, encabezado por la empresa BIMBO –del Grupo Servitje– y la Iglesia católica, integró y financió dos organismos: la red de “Coalición de Derechos Humanos de México” y el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (Conar), de éste último forman parte medios de comunicación como Televisa y Tv Azteca, así como organismos empresariales entre los que destacan las cámaras de la Industria Cinematográfica y del Videograma (CANACINE), de la Industria de Televisión por Cable (CANITEC) y de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), además de organismos civiles como la Asociación Nacional de Padres de Familia, ProVida y A favor de lo mejor.

El Conar nació con la firme tarea de promover y auto-regular las campañas publicitarias que atenten contra la moral y los valores familiares de los mexicanos; esto incluye la no promoción de sus agremiados en horarios o programas con contenidos considerados no gratos.⁹ Este organismo manifestó, en reiteradas ocasiones, que la campaña contra la homofobia sólo promovía el aumento de la actividad sexual heterosexual,

⁸ España emprendió un debate nacional para discutir la aprobación de los matrimonios entre personas del mismo sexo; derecho que finalmente fue aprobado el 30 de junio de 2005.

⁹ <http://www.conar.org.mx/autorregulacion.html>

homosexual y bisexual fuera de la relación estable, comprometida y exclusiva de pareja o matrimonio: la relación conyugal plena.

México está pasando por una gran crisis, ya que está sufriendo un fuerte ataque por parte de los grupos que promueven el homosexualismo. La Coalición de Derechos Humanos de México, el Comité Provida y la Unión Nacional de Padres de Familia (UNPF) están trabajando arduamente para repeler dicho ataque. Los que promueven el homosexualismo están realizando una tremenda campaña con anuncios de radio, pagados con fondos públicos (OPS, 2006: 36).

Fue tal la presión que muchos empresarios –como protesta– dejaron de apoyar los programas públicos del Conapred y Censida e, incluso, estados como Chihuahua, Colima y Jalisco prohibieron la emisión de los *spots* en sus territorios. Esto desencadenó una amplia cobertura mediática que terminó por dar más eco a los *spots* que sólo duraron al aire 15 días (del 25 de abril al 11 de marzo de 2005).

A decir de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), en su análisis de la campaña contra la homofobia en México (2006), la censura de los *spots* no mermó el debate social; al contrario, lo nutrió de una visibilidad que terminó por incluir en la agenda de los medios a la discriminación y la diversidad sexual.

Todas estas discusiones sociales y mediáticas terminaron por afianzar el terreno para el cabildeo dentro de la ALDF del proyecto de Ley de Sociedad de Convivencia (LSC). La iniciativa fue aprobada en la ALDF el 9 de noviembre de 2006 con los votos de las fracciones del PRD, PRI, PT, Convergencia, Nueva Alianza y Alternativa Socialdemócrata y avalada por el Jefe de Gobierno del DF, Alejandro Encinas.

La Comunidad LGBT y la CDHDF festejaron la aprobación de la Ley, al expresar que ésta es el corolario de la lucha histórica por la defensa de los derechos ciudadanos de toda la comunidad.

Los grupos que se oponían a la LSC inmediatamente tacharon a ésta de una “venganza contra la iglesia católica”, al menos así lo afirmó el Arquidiócesis de la Ciudad de México en su publicación *Desde la fe* (12/10/06): “Esa ley no pretende reconocer públicamente la dignidad de los homosexuales ni crear una institución, sino atentar contra la familia”. Pese a todo, la Ley entró en vigor el 16 de marzo de 2007.

¿Ley de Sociedad de Convivencia: opción narrativa o coyuntura ficcional?

Como se expuso en el capítulo IV, la temática gay desde el 2009 ha sido un elemento narrativo importante dentro de la ficción mexicana, a tal punto que, telenovelas como *Los exitosos Pérez*, *Sortilegio*, *Alma de Hierro* (Televisa) y *Las Aparicio* (Cadena Tres) y series

como *XY* o *BienesRaíces* (Canal Once) tuvieron temáticas y personajes gays como pilares narrativos importantes.

Este fenómeno responde a la apertura del mercado global de la ficción a las temáticas *gays*; pues conforme al Anuario Obitel 2010 en ocho países (Argentina, Brasil, Chile, España, Estados Unidos, México, Portugal, Uruguay y Venezuela) existe una tendencia generalizada por producir telenovelas donde el elemento *gay* o la diversidad sexual sean el pilar narrativo central (Vassallo y Orozco, 2010).

El 16 de marzo de 2007, 570 parejas (previamente registradas ante la Dirección General Jurídica y de Gobierno del Órgano Político-Administrativo del DF) se unieron mediante el acto jurídico que establece la Sociedad de Convivencia.

Ese mismo día, alrededor de las 19 horas, “Arnaldo y Julio” también tomaron la determinación de unir sus vidas, sólo que a diferencia de las 570 parejas que se establecieron como convivientes éstos eran personajes de ficción.

El día en que la Comunidad LGBT coronaba más de 40 años de lucha por sus derechos, *Amar sin límites* (2006) rompió todos los tabúes de las telenovelas mexicanas al presentar en la pantalla de Televisa la unión civil entre dos hombres.

Esta producción es significativa no sólo porque aprovechó la coyuntura social e introdujo la temática *gay* a las telenovelas mexicanas como un componente dramático y no meramente cómico, como históricamente se ha tocado a la homosexualidad en la ficción nacional, sino porque también representó un ejemplo claro de cómo la ficción puede representar un vehículo importante para la promoción de los derechos ciudadanos.

Arnaldo y Julio, interpretados por los actores Jorge da Silva y Luis Xavier, demostraron que las líneas que separan la realidad de la ficción son muy delgadas, pues luego de su enlace en la pantalla fueron entrevistados no por sus dotes histriónicas sino por el ejercicio ciudadano de sus personajes.

Arnaldo expresó –a través de Jorge da Silva–: “Que ellos (los homosexuales) como cualquier persona, tienen valores y es momento de respetarlos”. En cambio, Julio –personificado por Luis Xavier– mencionó que transmitir la escena de una boda homosexual es muy importante por la repercusión que ello puede tener en la audiencia, porque: “Además, se da en un momento muy apropiado, precisamente cuando entra en vigor la Ley de Sociedades de Convivencia en el Distrito Federal”.

A pesar de casarse por amor y para exponer el derecho que tienen los homosexuales para unirse de forma civil, los actores –ahora personificándose a sí mismos– expresaron que al estar en “horario familiar” no había espacios para besos o manifestaciones de afecto porque: “El amor de ellos (los homosexuales) lo estamos manejando más en un rollo espiritual y no tanto sexual, y dice mucho más una mirada que un beso”, mencionó da Silva, quien representó a un joven profesionista.

Julio, encarnado en Luis Xavier, representó a un diseñador de modas maduro que desde el inicio de la trama se sintió atraído por Arnaldo, pero esa atracción fue “espiri-

tual” porque desde la telenovela se intentó crear una imagen muy distinta de las relaciones *gay*: “A ellos (los homosexuales) se les tacha de degenerados, y no, ellos también pueden profesarse un amor limpio”.¹⁰

En la trama, ese “amor limpio” se ve empañado cuando –ya viviendo juntos– Arnaldo (producto de una noche de copas) le es infiel con “una mujer” a Julio.

En la entrevista hecha a los actores –que representaron a los primeros hombres en unirse civilmente en una telenovela mexicana– y en la trama de *Amar sin límites* se concretaron los lineamientos a seguir cuando dentro de las ficciones de Televisa se busque representar una relación entre homosexuales.

El “amor limpio y espiritual” será el eje principal que conduzca las relaciones ficcionales entre homosexuales, pues no habrá besos sino meras insinuaciones que no lastimen la moral de las audiencias.

Debe existir una mujer en medio de los hombres que exprese explícita o implícitamente su intención de cambiar sus preferencias sexuales.

En la construcción narrativa-discursiva deberá existir una contraposición clara entre lo que significa ser heterosexual y homosexual, esto se hará en función del uso de los pronombres “yo” y “ellos”.

La construcción del “yo” en contraposición del “ellos”, la reafirmación de la identidad sexual por medio de la seducción femenina y la simulación afectiva-intima de los personajes serán un elemento crucial en la representación de los homosexuales dentro de *Alma de Hierro*, pues es justamente por medio de estos elementos que la inclusión de la temática *gay*, como eje narrativo, se ajusta y cuadra a los valores centrales (morales, religiosos y machistas) desde los cuales se tolerará su unión en Sociedad de Convivencia.

Contexto ficcional

Ignacio Hierro (Rafael Inclán) es un estilista maduro que trata de reprimir su orientación sexual para evitar la “vergüenza” que podría provocarle a su familia. Aún no se perdona el haber abandonado –25 años atrás– a su esposa e hijos (José Antonio y Ángel) por otro hombre. El abandono no sólo generó el desprecio y alejamiento de su hijo mayor, José Antonio, sino también una profunda tristeza.

Los hijos de José Antonio (Sandy, Huicho, Sebastián y Ezequiel), así como su esposa (Elena) son muy cercanos a Ignacio porque lo consideran un hombre comprensivo capaz de brindarles consuelo ante los arranques de furia de su hijo.

Un buen día, la familia provoca un acercamiento entre padre e hijo para que éstos se reconcilien. “Hierro” –como llaman a José Antonio– no le echa en cara a su padre

¹⁰ Comentarios de los actores tomados de la nota: “Primer boda gay en telenovelas” tomada del sitio del periódico *Esto*: <http://www.oem.com.mx/esto/notas/n204219.htm> (15/04/07).

su “homosexualidad” sino su cobardía y descaro al irse sin dar ninguna explicación. Ignacio arrepentido le pide a Hierro lo perdona bajo el juramento de que jamás volverá hacer algo que lo avergüence a él o a la familia.

Esta promesa reprime aún más su orientación sexual, pues sin renunciar a sus preferencias se muestra reacio a establecer algún vínculo emocional con otro hombre, ya que prefiere el “amor de su hijo”.

“Con todas las de la ley”

El 28 de junio de 2008, la marcha por el orgullo de la Comunidad LGBT que se celebra en la ciudad de México cumplió 30 años; los motivos para festejar eran muchos, pues la LSC ya les brindaba certeza jurídica y en la mesa de la ALDF existían, en ese momento, ya diversos proyectos legislativos donde se contemplaba la posibilidad de que las parejas gay pudieran adoptar.

Dentro de ese panorama y como parte de la aceptación que Hierro ya tenía por su padre (Ignacio), éste decidió acompañarlo a una marcha sin saber que ésta justamente era la denominada “Marcha mayor del orgullo gay”.

Alma de Hierro conectando la ficción con la realidad quiso ser parte del evento político y cultural más importante para la Comunidad LGBT en el país, ya que más allá de la festividad la marcha funciona también como un espacio de visibilidad mediática y política para denunciar la violación a los derechos de la Comunidad. No obstante, esta parte no apareció en la ficción, pues lo único que se mostró a cuadro fueron los bailes y las risas de los asistentes al evento.

Como “muestra de apoyo”, *Alma de Hierro* manifestó su total apertura al invitar a algunos de los presentes a participar en la filmación, como dio cuenta la Agencia de Noticias sobre Diversidad Sexual (Anodis):

Sin establecer claramente la lógica de las escenas, a los asistentes se les solicitó la ayuda como extras... gustosos tomaron parte de la grabación, donde se pudo apreciar la convivencia de los personajes con algunos travestis que, presumiblemente acudían a la marcha... Los diálogos no pudieron ser escuchados por los curiosos que se acercaban puesto que el *staff* de la producción impedía que fueran públicos (Anodis, 28/06/08).¹¹

Y desde luego que los diálogos no serían públicos, al menos ese día, porque lo que simulaba ser un interés real por representar e incluir en la telenovela a este sector social terminó siendo una postura muy cerrada y poco tolerante.

¹¹ <http://anodis.com/nota/12159.asp>

La serie de escenas con las que doy inicio al análisis sobre las prácticas y discursos ciudadanos en relación con la LSC, justamente se grabaron dentro de la Marcha del orgullo gay. En las escenas queda explícito cómo por medio de la estructura discursiva se construyó una representación simbólica donde el “ser gay” queda relegado a los patrones machistas, pues en todo momento “ser hombre” se superpone a cualquier tipo de manifestación u orientación sexual.

Hierro no sabía por qué había tanta gente en la calle y mucho menos qué era lo que su padre quería hacer en ese lugar. Ambos esperaban a los amigos de Ignacio. Al ver que éstos no llegaban, Hierro quiso llevarse a su padre porque sospechaba que todo ese tumulto de gente que estaba en la calle (casi todos hombres vestidos de mujeres) estaban ahí para realizar una marcha.

Cuando Ignacio (Ig) encontró a sus amigos, Rafa (Ra) y Monchis (Mon), Hierro (Hie) ya caminaba en medio de la marcha rodeado de todos esos “hombres”. Al no poder soportar más, éste decidió irse, pero fue detenido por un reportero (Re), quien lo interceptó para preguntarle qué significa para él: “ser gay”.

A partir de aquí los elementos discursivos, materializados en el uso de los pronombres “yo” y “ellos”, dejará en claro la manera en que la telenovela construyó ambas representaciones en función de los valores morales válidos dentro del universo simbólico de *Alma de Hierro* y, desde luego, bajo los parámetros inscritos en la dimensión político-ideológica de la casa productora.

Re. —**¿Qué significa para usted ser gay?**

H. —No, no. ¡Yo no soy gay!

Ra. —Todos decimos eso al principio, pero después ¡Nos encanta!

Hi. —¿Esto va a salir en la televisión?

Re. —Así es, ¡anítese es su **oportunidad para salir del clóset!**

Hi. —¡Papá, ayúdame con esto!

Re.—Sí, vemos como un representante de la comunidad gay le dice **cariñosamente “papá” a su pareja.**

¡Eso demuestra que se pueden demostrar su cariño a pesar de las diferencias de edades y la preferencia sexual!

Hi. —¡No, papá! Por favor, aclara esto. **Tantos años de ser macho y acabar así.**

Re. —Ni se preocupe, ya ve que dicen que la **“homosexualidad es cosa de machos”**; **mejor vamos a platicar con su pareja: ¿Cómo ha cambiado su situación en lo sexual?**

Ig. —¡No, es mi hijo! ¡Es mi hijo!

Hi. —**Perdóneme pero yo soy casado con todas las de la ley, tengo papeles y todo.**

Re. —**Claro este es uno de los principales estandartes: las sociedades de convivencia, con lo cual se ha concedido el reconocimiento ante la sociedad y legalmente de las parejas homosexuales.**

Hi. —No, no, no; yo nada más aclaro que vine apoyarlos en todo a ustedes.

Re. —Un ejemplo de un luchador de derechos, ¿que data desde cuándo?

Hi. —No, no. **Rafa, díles que lo mío son las faldas**

Re. —¡Ah, usted es travesti!

Capítulo 157 (04/07/2008)

En este fragmento se pueden destacar varias cosas. La oposición simbolizadora entre el “ser gay” y el “ser macho” representadas por el papel que asume el reportero y la defensa que hace Hierro ante sus cuestionamientos; el reportero que se acerca en un plan “incluyente”, en todo momento construye un discurso discriminatorio y/o peyorativo hacia la comunidad homosexual, acción que Hierro también asume de una forma velada porque minimiza lo homosexual anteponiendo los valores que lo hacen “ser hombre”.

Cuando el reportero le cuestiona sobre sus preferencias sexuales, Hierro arremete con un rotundo: “yo no soy gay”, que después se nutre de argumentos como “tantos años de ser macho, lo mío son las faldas” y que en conjunto enfatizan una de las características del ser macho: la virilidad. Rafa, amigo de su padre, trata de poner en tela de juicio ese valor al comentar que la negación de la homosexualidad es una de las cosas que primero dicen quienes tratan de ocultarlo: “¡Al principio todos decimos eso, pero después nos encanta!”.

El reportero, ante esto, le dice a Hierro que ésta “es su oportunidad para salir del clóset”, lo que implica aceptarse como es y decirlo ante la supuesta intimidad de la cámara de televisión. Acorralado pide ayuda a su padre, acto que es tomado como una “muestra de cariño” por el reportero, aseverando que “a pesar de sus preferencias” también son capaces de demostrarse amor. Pero esas “preferencias sexuales” no son del todo aceptadas y menos para un hombre que lleva “tantos años de macho”. Por eso, a Hierro le duele que lo confundan con un *gay*.

Acto seguido, el reportero decide entrevistar a Ignacio con un simple objetivo: “saber cómo ha cambiado su situación en lo sexual”, dando a entender que los homosexuales sólo pueden demostrar su afecto con el contacto físico, cuestión que –como ya se vio– es algo que las telenovelas de Televisa buscan cambiar.

Lo que no cambia es la “supuesta” aceptación e inclusión de la LSC, porque más allá de que el reportero afirme que ésta es “el reconocimiento legal y social de las parejas homosexuales”, el diálogo termina por situarla y jerarquizarla en función de otro tipo de uniones que en la telenovela adquieren y tienen una mayor valía.

El argumento que separa simbólica y moralmente –en la telenovela– la unión por sociedad de convivencia de la unión entre un hombre y una mujer, y que sólo esta última implica “el estar casado con todas las de la ley”, y esto significa que no basta con tener papeles, pues éstos al final no valen mucho si no se cuenta con la aprobación divina, cosa que la Comunidad LGBT no podrá tener aunque jurídicamente establezca una unión civil.

Este fragmento discursivo se vuelve el elemento que une a *Alma de Hierro* con el contexto social, en específico con la contundente frase de la iglesia católica: “podrán ser legales, pero no morales”. Por eso, Hierro deja en claro que su principal diferencia respecto a “ellos” estriba –principalmente– en el reconocimiento moral y religioso que tiene al estar casado con su mujer “con todas las de la ley”.

La inclusión de los homosexuales y la minimización hecha a su condición y sus derechos puntualiza que éstos serán solamente reconocidos en función de los valores morales predominantes en la trama y siempre haciendo una separación entre lo que “ellos” no pueden hacer o lograr por su orientación.

La entrevista, parte elemental del diálogo, demostró que los homosexuales son relegados a un segundo plano discursivo, pues quien habla por ellos es Hierro, aunque con sus palabras colabore con la discriminación que se construyó en el discurso del reportero.

En la siguiente escena, también dentro de la marcha, los valores machistas se enfatizan aún más, pero no en la figura de Hierro o el reportero sino en la representación de un hombre (Hx) que a la fuerza quiere pasar por donde están los manifestantes. Hierro se opone a que el hombre insulte a los presentes, cosa que lo vuelve un héroe ante los ojos de la comunidad *gay*.

Hx. —¡Quítense porque voy a pasar!

Ra. —Esto es una marcha.

Hx. —**Una marcha de locas.**

Hi. —¡Más respeto!

Hx. —Te voy a decir una cosa: dile a todos esta bola de **mariposones** que se quiten porque voy a pasar.

Hi. —Te esperas porque vamos a pasar nosotros primero, esta es una marcha y **ellos tienen derecho de estar aquí.**

Hx. —¡**Mira marica**, mira lo que te voy a decir: tú y todos éstos se van a quitar porque voy a pasar ahorita, ¿me entiendes?!

Hi. —**¿A quién le dijiste mariquita?**

Ig. —¡Hierro ya cálmate hijo, tranquilízate! (se lanza a los golpes)

Ra. —¡Ay Hierro!, yo quería darte las gracias por lo que hiciste por nosotras, te la jugaste: te quiero.

Todos: ¡Hierro para reina gay!

Capítulo 157 (04/07/2008)

El hombre que decide arremeter contra la marcha representa a un homofóbico, que al no poder tolerar la presencia *gay* decide ofenderlos con adjetivos como: “locas, mariposones, maricas y mariquitas”. Éste pretende negar el derecho a la “libre manifestación de las ideas” interrumpiendo el paso de “una marcha de locas”, como él mismo lo menciona.

Al escuchar los insultos, Hierro decide defender a los asistentes y, por tanto, se incluye dentro de la marcha y dice: “Nosotros vamos a pasar primero”. Sin embargo, éste después se deslinda al decir que “ellos” (no él) tienen derecho a “estar aquí”; es decir, desde el ejercicio cultural de la ciudadanía les concede –a pesar de sus condiciones y orientaciones– ese derecho a manifestarse.

La acción heroica de Hierro se inicia con un: ¡Mira marica!, cuando las ofensas (a pesar de ser el mismo adjetivo que se usó contra los homosexuales) recaen en él, sin esperar respuesta éste se lanza a los golpes porque se siente ofendido en la masculinidad que tanto le costó defender ante el reportero.

Ante la reacción de Hierro, el resto de los presentes se espanta, pero nadie intenta separarlos; al contrario, alientan la violencia hacia el sujeto que los ofendió, éste, al no poder con Hierro sale huyendo. Los homosexuales rápidamente ven en Hierro al “héroe” que los defendió del homofóbico.

La construcción de la figura *gay* y sus derechos, más que adquirir matices de inclusión, es cuestionada desde la dimensión cultural de la ciudadanía, ya que el reconocimiento legal (ciudadanía civil) y social (ciudadanía social) de la Unión por Sociedad de Convivencia se presenta insuficiente cuando existen otros valores morales más importantes para la determinación del estatus moral y legal de las personas homosexuales. Por eso Hierro es quien asume su defensa y quien de forma muy específica les señala hasta dónde son válidos sus derechos.

Con ello queda declarado que las relaciones ciudadano-ciudadano, dentro de *Alma de Hierro*, son las que en la práctica recrean los escenarios y límites para las acciones ciudadanas, ya que los homosexuales “a pesar de sus preferencias sexuales” tienen derecho a estar ahí. Es decir, más que incluirlos se les tolera.

Los *gays*, como ciudadanos, ante el acoso del reportero y el hombre homofóbico fueron incapaces de defender sus derechos porque jamás existió de su parte una defensa a su orientación sexual y a la libre manifestación de sus ideas, pues de forma pasiva aceptaron la discriminación que recibieron de parte del reportero, del hombre y del mismo Hierro, el cual supuestamente los defendía.

Eso enfatiza y da más sentido al tipo de imágenes que la producción de *Alma de Hierro* mostró de la marcha. El público sólo observó el júbilo que la rodea y no la defensa activa de sus derechos, porque éstos quedaron relegados ante la presencia de un “macho” que afrontó por ellos su defensa.

La opción narrativa

Luego de estos primeros acercamientos de la telenovela a la temática *gay*, existió un vacío narrativo, pues la condición sexual de Ignacio quedó relegada a su papel de estilista y abuelo consentidor. Diversas tramas incrementaron su importancia y opacaron la

apertura homosexual como tema central, y no fue hasta que Ignacio decidió darle una segunda oportunidad al amor que el tema figuró nuevamente.

Como ya se explicó, la construcción de las relaciones entre homosexuales dentro de las telenovelas mexicanas ha demostrado tener tres variantes: 1) la confirmación constante de la identidad, 2) la presencia de una mujer que intenta revertir la orientación sexual y 3) la construcción simbólica de lo homosexual bajo el dominio discursivo del “yo” (hombre) sobre el “ellos” (homosexuales).

Alma de Hierro no fue la excepción. Por este motivo haré un recorrido puntual por diversos fragmentos discursivos que dan cuenta de estas variantes y que exponen la manera en que se construyó la relación *gay* que derivó en la unión por Sociedad de Convivencia entre Ignacio y Abraham justo al mismo tiempo en que el debate social se polarizaba ante las pretensiones que tenía la ALDF de modificar la LSC para darle el status de “Matrimonio Civil”. Con esto, los homosexuales tendrían el derecho a la adopción, con todas las implicaciones morales y religiosas que esto pudiera significar en el ámbito social.

Cuando la vida de Ignacio se estabilizó porque su familia aceptó y perdonó su orientación sexual, éste comenzó a ser pretendido tanto por Victoria como por Claudio, lo cual provocó en él una fuerte crisis de identidad.

Victoria fue su primer amor. Ella regresó después de muchos años, porque tenía la firme intención de revivir el apasionado romance que dejó pendiente con Ignacio en el pasado. A los pocos días se da cuenta de que él es *gay*. Esto no la hizo claudicar, porque para ella eso era un “mal que se podía quitar”.

En cambio, Claudio era un homosexual maduro que mostró mucho interés en Ignacio. Pero éste sólo lo vio como su abogado y amigo. Claudio tenía dudas sobre las preferencias sexuales de Ignacio porque no sabía si éste era gay o bisexual, por la presencia de Victoria en su vida.

Este primer evento y confusión trae nuevamente a colación la constitución de la identidad *gay* porque, por un lado, Ignacio se ve forzado a confirmar su identidad entre las pretensiones de un hombre que le pide defina de “¿qué bando es!”, y el acoso de una mujer que se afana por “volverlo al carril correcto”.

La construcción discursiva indica que la diferencia entre ser hombre u homosexual se define por dos metáforas: el bando y el carril. Es decir, “ser de este bando” da un sentido de identidad porque es la frase que utilizan los homosexuales de la trama para referirse a quienes comparten sus preferencias. En cambio, “carril” es la palabra que utilizan los heterosexuales para denominar a aquellos que se “salieron del camino”. Ambas metáforas crean una división simbólica entre lo correcto e incorrecto, entre lo moral e inmoral. Como lo demuestra el siguiente diálogo entre Monchis (Mon) y Claudio (Cla):

Mon. —Mi amigo ya hace tiempo estuvo casado, pero después **se pasó para este lado**.

Cla. —¿Qué quieres decir?

Mon. —¡Sí, que se pasó para este bando!, pero ahora Victoria está empeñada en hacerlo regresar.

Cla. —¿Perdón, me perdí de algo? ¿Quieres decir que Ignacio es...?

Mon. —No, que te quedé bien claro: Nachito no es ninguna loca: ¡él es muy macho!

Capítulo 305 (27/04/2009)

Ser de este “lado o bando” recrea una unidad cultural que se opone al regreso, como el que Victoria se empeña en realizar con Ignacio. Cuando Claudio se entera que Ignacio es gay hace un ademán con las manos (las dobla) en alusión a que éste es un “mano caída”, lo cual molesta e irrita a Monchis, pues ser “así” implica ser una loca, cosa que no es, porque “él es muy macho”. Ser muy macho, en este sentido, no alude a la hombría sino a la diferenciación que se hace para indicar que se puede ser homosexual sin caer en el amaneramiento.

Por eso, cuando Claudio le pide a Ignacio una explicación sobre su orientación sexual lo hace evidenciando sus cambios de heterosexual a homosexual, cuestión que Ignacio toma como un insulto. A partir de este momento, Claudio es catalogado como un hombre homofóbico, tal como se lo hace saber Victoria (Vic):

Vic. —**Tú eres un homosexual reprimido que como no sabes aceptar lo que eres prefieres hacerte pasar por un homofóbico.**

Cla. —¿Quiero saber por qué me acusas de ser un **gay reprimido**?

Vic. —Porque ayer Monchi y mi Cachito te vieron en un establecimiento gay.

Cla. —¿Y qué hacían ellos ahí?

Vic. —Es que mi Cachito acude a esos lugares porque tiene varios amiguitos de esos que son *gays*. Pero ya sabrás que le chocan las personas como tú que se comportan como homofóbicos y que en realidad **son más homosexuales que los homosexuales.**

Capítulo 311-312 (04-05/05/09)

Con el afán de incluir a los homosexuales dentro de la telenovela, se construye en torno a ellos una falsa defensa de su condición que termina por minimizarlos más. La confusión sobre la identidad sexual de Ignacio generada por Victoria y Claudio trae a debate uno de los temas más importantes para la comunidad LGBT: la homofobia, aquella acción que los *spots* del Conapred intentaron combatir y que fue blanco de censura por parte de los grupos conservadores.

La homofobia, en su construcción discursiva dentro de *Alma de Hierro*, se constituyó como una acción que sólo realizan “*gays* reprimidos” que al no poder aceptar su orientación se dedican a discriminar a los “*gays* declarados”. Ser homofóbico, en la ficción, representa una desviación dentro de la homosexualidad.

Es necesario destacar que en el anterior diálogo, Victoria colocó el tema de la homosexualidad externa a Ignacio, pues éste a pesar de tener “amiguitos *gays*” no tenía los mismos patrones: “era muy macho”, como mencionó su amigo Monchis.

Para comprobar esto, Victoria aceleró su plan de reconquista y decidió que un método infalible para llevar a Ignacio al camino correcto era tener con él un encuentro íntimo.

Vic. —¡**Cachito, te estaba esperando!**

Ig.. —¡Victoria, estoy muy cansado!

Vic. —Sí, me imagino, porque hoy tardaste mucho tiempo en llegar a la casa.

Vic. —¿Dime con quién estuviste, **dime quién es la otra para despelucarla?**

Ig. —La otra se llama calle, y para despejarme caminé.

Vic. —Pues yo voy a quitarte todas las tensiones

Ig. —“**Yo no soy**”.

Victoria lo encamina a la cama, Ignacio no se opone y comienza a besarla, diciendo: “yo no soy”; refiriéndose al tipo de hombre que gusta de estar con mujeres. En la siguiente escena, Ignacio y Victoria aparecen semidesnudos:

Ig. —**Victoria, perdóname pero no puedo.**

Vic. —¡**Ay Cachito, yo te presioné!** Pero verás como **yo también puedo ser muy paciente** y cuando menos lo esperes... ¡**Vamos a estar haciendo el amor como locos!**

Ig. —¡Ay Victoria!, ¿cómo te explico? Ahorita yo no quiero nada con nadie.

Vic. —¡Pero conmigo sí puedes, es cuestión de tiempo!, ¿o no la pasamos muy bien juntos?

Ig. — Sí, **pero no va a ser como tú esperas.**

Vic. —**Creí que me conocías mejor: amo los retos y para mí la palabra “nunca” no existe.**

Ig. —Victoria, tú eres una mujer hermosa, inteligente.

Vic. —**¿Por qué no vamos a poder hacer el amor?**

Ig. —¡**Porque soy gay!**

Vic. —**Bueno, nadie es perfecto.**

Ig. —**Victoria no estoy jugando: ¡soy homosexual y no quiero cambiar!**

Capítulos 315 (09/05/2009)

La frase “voy hacerte hombre” es la mejor definición que se puede hacer de estos fragmentos discursivos porque en ellos se propone al “sexo” como una solución que puede “quitar, disminuir o aliviar” el ser homosexual. Para una mujer madura como Victoria hacer de Ignacio un hombre representa “un reto” importante, que no piensa dejar sólo porque Ignacio no sea del “todo perfecto”.

En el diálogo entre Ignacio y Victoria se asoma un nuevo adjetivo que se adjudica a la homosexualidad: la imperfección, pues ser *gay* es un síntoma de esto y se manifiesta en la imposibilidad de tener un encuentro sexual con una mujer.

Cuando Ignacio le deja claro a Victoria que sólo serán “amigas”, ésta busca que Ignacio sea feliz; su intento es en vano porque éste decide que por “respeto” a su familia no tendrá nuevamente una pareja. Esta decisión trae a la narrativa la discusión sobre si las personas homosexuales tienen o no “derecho a ser felices”.

Es decir, los “otros” determinarán si es correcto o no tener ese tipo de felicidad (derecho), como sucede con Ignacio, quien prefiere abstenerse sentimentalmente para no causarles más daño o vergüenza a sus familiares. Esto da un claro mensaje de que las preferencias sexuales deben reprimirse si se hace en favor del bienestar familiar, anteponiendo, por tanto, la moral social al derecho de manifestar libremente sus preferencias y orientaciones sexuales.

Ni las insistencias de Claudio ni la intromisión de Victoria fueron suficientes para que Ignacio cambiara de opinión, ya que ninguno de los dos “prendía” a Ignacio, como sí lo hacía Abraham, un joven abogado. Abraham también era gay, sólo que a diferencia de Ignacio éste se sentía orgulloso de su condición. Cuando Claudio salió de la trama, Abraham no sólo se hizo cargo de los litigios de Ignacio sino también de su estabilidad emocional. Abraham (Abr) fue el primero que manifestó su interés por establecer algo más que una simple amistad; Ignacio, temeroso, poco a poco aceptó que éste lo pretendiera.

La construcción de la historia de amor homosexual se inició el día en que ambos salieron a ver una obra de teatro; como estrategia narrativa –o quizá política de la televisora– *Alma de Hierro* apostó por la espiritualidad de la relación antes que por su materialización física, pues los contactos entre ellos apenas eran leves roces.

Abr. —Ignacio, lo de hace un momento...

Ig. —¿De que me **tocaste la mano**?

Abr. —Sí, fue la emoción.

Ig. —Por favor, ¿cuál emoción? No te disculpes.

Abr. —¡No me estoy disculpando! Y claro que fue la emoción, la emoción de compartir este momento con alguien que me gusta mucho y que estoy aprendiendo a querer; por eso, quiero preguntarte algo:

¿Estarías dispuesto a iniciar una relación conmigo?

Este momento marcó el inicio de lo que más tarde se convertiría en la segunda unión por Sociedad de Convivencia en una telenovela mexicana. La construcción de la relación entre ellos recreó dos tipos de representaciones homosexuales: 1) la que asume Abraham al defender su derecho a ser feliz y 2) la inhibición sentimental y pasiva que Ignacio asume al respecto.

Abr. —¿Ignacio es tan difícil contestarme?

Ig. —No, yo también siento algo por ti, pero también **siento mucho miedo**.

Abr. —¡Escúchame: yo ya tomé una decisión! Así como siempre he buscado la verdad como abogado ahora voy a buscar lo que yo quiero: **¡Te queda claro!**

Capítulo 340 (16/06/2009)

En el momento en que a Ignacio “le queda claro” que tenía ya una relación con Abraham surgió en él un miedo profundo porque no sabía cómo decirle a su hijo (Hierro) que ya tenía una relación, y máxime cuando éste y todos pensaban que había enderezado el rumbo al vivir con Victoria. Esto lo orilló a esconder aún más su relación con Abraham, quien al contrario, buscó en todo momento integrarse a la vida familiar de éste como lo haría cualquier pareja.¹²

En la trama un festejo familiar (la boda del nieto) pudo haber significado la presentación de Abraham como pareja de Ignacio, sólo que éste no estaba seguro de llevarlo por las implicaciones que tendría esto en su familia, como lo manifestó en un diálogo con sus amigos Rafa (Raf) y Monchis (Mon).

Raf. —**¿Y vas a llevar a Abraham?** No sabía que lo quisieras tanto como para llevarlo **como pareja oficial en una fiesta familiar privada**.

Mon. —Entonces, **¿Hierro sabe el motivo de tu felicidad Nachito?**

Ig. —**¡No!**, pero en algún momento **lo tengo que decir**.

Raf. —**Pero creo que este momento ya llegó**.

Capítulo 350 (29/06/2009)

Este diálogo incorporó un elemento nuevo: lo público y lo privado. Presentar a Abraham en un evento familiar “privado” como su pareja implicaba volver el romance “público”, lo que tendría simbólicamente una carga muy fuerte para Ignacio, pues desde que decidió ser *gay* jamás había presentado a ninguna pareja a su familia, esto a pesar de que ellos sabían y respetaban sus preferencias. No obstante, Ignacio pensaba que se podrían sentir ofendidos, ya que no es lo mismo “saber que era *gay* que observar serlo”. Por ese motivo, Ignacio buscó cómo decirle Abraham que no estaba preparado para hacer pública su relación en el espacio privado por excelencia: “la familia”.

¹² Como se propuso en el spot “La cena” de la campaña realizada por el Conapred, en éste un gay decide llevar a su pareja a una cena para que la familia lo conozca y lo acepte. Cuestión que Ignacio no está dispuesto a realizar para no perder la aceptación que él ya tiene por parte de sus familiares.

Ig. —**Qué va a decir mi familia si me ven llegar con una pareja, sobre todo me da mucho miedo la reacción de Hierro. Todo mundo sabe que soy gay, pero no es lo mismo saberlo que verme llegar con una pareja.**

Capítulos 352 (31/06/2009)

El miedo y el rechazo como acciones derivadas de la orientación sexual pesaron mucho al momento de querer establecer una vida sentimental como haría cualquier persona heterosexual. “El verme llegar con una pareja” no sólo enfatizaría más la homosexualidad del abuelo sino que implicaría una re-significación de esta condición, pues habría elementos reales (físicos) que corroborarían ese aspecto y eso es algo que Ignacio no sabía cómo manejar. Abraham ante las dudas de Ignacio le pidió que luchara por “defender” su amor, pues ellos como cualquier persona tenían derecho a ser felices.

Abr. —Te entiendo, pero no estoy de acuerdo; tu hijo sabe de **tus preferencias**, Hierro ha hecho su vida como ha querido, **tú tienes derecho a ser feliz** como tú quieras.

Ig. —Tienes razón, pero no creo que Hierro pueda asimilar esto.

Abr. —Ignacio somos adultos, tú no tienes compromisos ni yo tampoco...

Si queremos que esta relación funcione tenemos que defenderla frente a quien sea.

Capítulo 357 (06/07/2009)

Nuevamente, desde la estructura narrativa, lo cultural se colocó por encima de lo jurídico o lo social porque fue la aceptación familiar la que determinó el status de Ignacio y no así la lucha por “sus derechos” que tanto defendió en la “Marcha *gay*”.

En esta búsqueda por el “derecho a la felicidad”, lo privado se superpuso a lo público porque desde la privacidad-intimidad de la familia se sabía y toleraba que Ignacio fuera *gay*, pero llevar esa condición a lo público y con una pareja, a decir de Ignacio, sería demasiado “salir del clóset”. La negativa de Ignacio a defender su relación provocó que Abraham decidiera ya no seguir con ella.

Abr. —Ignacio no estamos haciendo nada malo, **tenemos derecho a ser felices: ¡yo quiero hacer mi vida contigo!**

Ig. —Yo también quiero estar contigo.

Abr. —Tú quieres estar conmigo pero a escondidas y no creo que me merezca eso; ya me cansé Ignacio (...), lo siento, si algún día tienes ganas de defender este amor, incluso frente a tu familia... ya sabes dónde encontrarme.

Capítulo 358 (09/07/2009)

Este es el único diálogo donde los personajes externaron sus intenciones de realizar una “vida juntos”, cuestión jurídicamente posible en la LSC; el deseo de unirse es un

elemento donde no sólo ejercerían su derecho a la felicidad sino también el derecho a unirse en forma legal para no estar “a” escondidas.

Ignacio, para no perder a Abraham, lo invitó a vivir a su casa (donde por cierto aún vivía Victoria). Pero esto no sucedió porque Hierro sin previo aviso llegó a casa de su padre para vivir con él. Esto generó que Ignacio detuviera en las puertas de su casa la mudanza de Abraham, quien justo en ese momento llegaba.

Este hecho desilusionó tanto a Abraham que prefirió salir de la vida de Ignacio. Esto implicaba también dejar de ser el abogado de la familia (Abraham llevaba diversos litigios, como una demanda por patria potestad, un divorcio y un contrato de compra-venta, todos asuntos del orden civil). Abraham decidió darle a Hierro su renuncia, pero éste no la aceptó. Al contrario, al verlo triste lo invitó a una cantina para desahogar ahí sus penas de amor.

Hie. —¡**Somos hombres!** No creo que tú problema sea muy diferente al mío.

Abr. —Es muy diferente créeme, mi problema es con un hombre.

Hie. —Bueno... **no creo que sea tan terrible**

Abr. —¡Aunque ese hombre sea... tu padre!

Capítulo 360 (14/07/2009)

Al saber la verdad, Hierro buscó a su padre para que éste le explicara por qué “ellos” (Ignacio y Abraham) querían vivir juntos:

Hie. —Si yo no hubiera venido estaría Abraham viviendo aquí y **tú nos estarías mintiendo a todos.**

Ig. —No, por favor, Hierro, entiende.

Hie. —¡Qué te voy a entender: ¿tu **hipocresía?**!

Ig. —Yo tenía miedo de hablar contigo.

Hie. —¡Claro y por eso te comportaste como un cobarde! Como aquella que vez que te fuiste con aquel hombre... **engañándonos** a todos los que te amamos.

Ig. —¿Te sigue molestando que tu padre sea homosexual?

Hie. —¡Claro que no!, lo que me molesta es **tu actitud mentirosa, cobarde...**

Capítulo 362 (16/07/2009)

Lo que más temía Ignacio, el rechazo de Hierro, se hizo realidad porque éste no fue capaz de confesarle a él y a la familia que tenía una relación con Abraham. Este acto fue catalogado por Hierro como una acción hipócrita, cobarde y mentirosa; es decir, no obstante que fuera una decisión personal el “vivir con la pareja”, Hierro expuso que lo que pretendía hacer su padre era un engaño igual al que llevó a cabo cuando los abandonó. La telenovela, por tanto, propuso que este tipo de uniones *gays* deben darse con el consentimiento y/o aval de la familia.

Hasta el momento, la unión entre dos homosexuales se ha ajustado a los parámetros conservadores de la telenovela, pues más allá de la “aceptación narrativa” existieron en la representación o montaje social de *Alma de Hierro* unos lineamientos donde éstos estaban imposibilitados o limitados en la toma de sus decisiones porque aún el factor familiar pesaba mucho, a tal punto que es desde ahí donde sus derechos quedaron supe- ditados a una especie de ciudadanía cultural donde son los “otros” los que determinan y aprueban sus acciones.

Ignacio, ante la reacción de su hijo, decidió dar por terminada su relación con Abraham. Cada uno continuó con su vida, Ignacio se enfocó en su familia y Abraham – sin dejar los litigios de los Hierro– inició una relación sentimental con Jesús, un joven boxeador; pero éste sólo vio en Abraham a un benefactor y no a una pareja, lo que descubrió Ignacio cuando lo encontró con otro hombre. Al enterarse se lo confesó a Abraham, pero éste no le creyó. Tiempo después se daría cuenta de todo y acudiría a Ignacio para ofrecerle una disculpa.

El día del reencuentro entre Abraham e Ignacio, Jesús apareció para pedir una segunda oportunidad, pero Abraham ya no quería saber nada de él y le pidió que se marchara. Jesús se puso violento e intentó darle un golpe, pero justo en ese momento Ignacio se atravesó para recibir el impacto del boxeador.

Prueba del amor “puro y espiritual” que se construye en la ficción mexicana, ambos hombres insinuaron con besarse y justo cuando estuvieron frente a frente decidieron (desde la producción) que sólo se darían un gran abrazo fraternal, pues como ya se expresó “dice más una mirada que un beso”.

Con la defensa del amor y con la decisión de vivir juntos, Abraham salió –un día después– de la recámara de Ignacio mientras éste ponía la mesa para desayunar; la composición narrativa (en el paso de un día a otro) e iconográfica (un hombre sale recién bañado y arreglándose de una habitación) da a entender que éstos pasaron la noche juntos cosa que se confirma en el siguiente diálogo:

Ig. —¿Cómo dormiste?

Abr. —Muy bien, dormí como un bebé.

Gracias Ignacio, por lo que hiciste ayer por mí.

Ig. —En esta casa se acabó el ayer sólo se habla del **presente y del futuro**.

Abr. —¿**Nuestro futuro?**

Capítulo 388 (20/08/2009)

Esta es la última escena de ambos, antes que de forma sorpresiva se les vea llegar hasta un altar para unirse como convivientes; por eso, ellos hablaban de futuro. Un futuro que se convirtió en una drástica ruptura narrativa porque no permitió ver cómo Ignacio resolvió con su familia el asunto de Abraham al que tanto énfasis se le dio en la

construcción del relato, ni tampoco dejó observar el momento en que ambos decidieron unirse bajo este enlace civil.

Pareciera que la decisión personal de Ignacio y Abraham, tan criticada y sobajada por los valores culturales de la telenovela, fue finalmente respetada no porque esto significará mayor grado de aceptación a las relaciones *gay* sino porque esto (que al final no se vio) permitiría generar: 1) mayor expectación narrativa respecto al final de la telenovela donde se esperaba que, al menos, hubiera un par de bodas y, 2) una postura ficcional respecto del debate social y mediático que se construía en torno a las modificaciones jurídicas que la ALDF hacía para elevar a la SC al rango de “matrimonio civil”. Con ello, las uniones *gay* tendrían los mismos derechos y obligaciones que un matrimonio heterosexual, incluida la adopción.

El final de una telenovela, por las mimas particularidades del género, funciona como un vórtice en donde todas las historias –por fin– llegan a una conclusión feliz para los buenos y trágica para los malvados (fiel a su tradición maniqueista). Asimismo, la resolución de los conflictos resuelve los hilos y las lógicas de recepción de sus audiencias que impacientes desean saber qué va a pasar, aunque –quizá– ya lo sepan (Martín-Barbero y Muñoz, 1992).

En el caso de *Alma de Hierro*, en el final existía la posibilidad de tener no una sino dos bodas; por eso toda la primera parte del capítulo final se enfocó en mostrar cómo las parejas se arreglaban para asistir a una boda. Pero nunca se especificó quiénes serían los contrayentes.

De pronto, se observó a todos los personajes esperando en un jardín a que los novios pasaran por un pasillo hasta el altar. La toma fue cerrada y sólo enfocó los pies de dos personas, un hombre y una mujer, que caminaban al altar. La toma se abrió y fue ahí cuando los espectadores pudimos observar que quienes se casarían eran Ignacio y Abraham. El primero fue entregado por Victoria ante la mirada feliz de toda la familia. Los novios se colocaron frente a un supuesto juez que inmediatamente comenzó la ceremonia diciendo:

Juez —Los testigos acérquense, por favor. Gracias a todos por asistir a esta ceremonia de establecimiento de **Sociedad de Convivencia**.

Juez —Señor Abraham Elizondo, ¿acepta a Ignacio Hierro **como su conviviente**?

Abr. —¡Sí, acepto!

Juez —Señor Ignacio Hierro, ¿acepta a Abraham Elizondo **como su conviviente**?

Ig. —¡Sí!

Capítulo 393 (28/08/2009)

Sin mencionar qué autoridad le confería el poder o facultad de unir a dos personas bajo la LSC, sin expresar los derechos y obligaciones a los que se hacen acreedores los

convivientes y sin precisar bajo qué ley o artículos sustentaba la unión, el juez estableció la Sociedad de Convivencia entre Ignacio y Abraham.

Sin embargo, la ceremonia no se pudo concluir o, al menos, en la construcción narrativa no se dio así, porque justo después de que Ignacio aceptó “ser el conviviente de Abraham” se escuchó un “no” desgarrador que hacía pensar que alguien se interponía a la unión de los hombres. Pero esto no fue así, ya que el grito provenía de una joven embarazada que quiso alertar a todos de que el nacimiento de su hijo estaba cerca porque se le había “roto la fuente”.

La abrupta ruptura narrativa y discursiva no permitió ver la conclusión de la ceremonia, porque no hubo escenas donde se viera firmar las actas tanto a los convivientes como a los testigos, cuestión que hubiera sellado de forma simbólica y legal la unión, lo que sí pasó en la telenovela *Amar sin límites*.

La construcción ficcional de *Alma de Hierro* dejó a la audiencia el reto de concluir el relato y, por tanto, definir si estos hombres se casaron o no. Las narrativas mediáticas, como ha expresado Omar Rincón, “son relatos para la interpelación social que actualizan otros modos de significar y referenciar la vida” (Rincón, 2008: 15); en este caso, con o sin quererlo la telenovela se ancló en la discusión social generada por el movimiento ciudadano: “Por el derecho al matrimonio”.

LSC: una coyuntura ficcional

El movimiento formado por más de cien organizaciones en pro de los derechos sexuales se agrupó como tal en septiembre de 2009, temporalidad en que tanto *Alma de Hierro*, *Sortilegio* y *Los exitosos Pérez* tuvieron al tema de la diversidad sexual como uno de sus más importantes pilares narrativos. El movimiento tenía un sólo objetivo: la modificación del Artículo 146 del Código Civil para el DF.

Este Artículo establecía que un matrimonio era exclusivamente la unión libre de un “hombre y una mujer”; cuestión que se anteponía jurídicamente al Artículo 1 de la Constitución Mexicana, que dice que no se puede discriminar a ninguna persona por sus preferencias sexuales, y con el Artículo 2 del Código Civil Federal, en donde se establece que “ninguna persona puede ser privada del ejercicio de sus derechos por su orientación sexual”.

El movimiento, en octubre de 2009, presentó una iniciativa para que cambiaran del Artículo 146 las palabras “hombre y mujer” por “personas” y, con ello permitir que el matrimonio civil pudiera realizarse entre personas del mismo sexo; cuando se dio a conocer la iniciativa, y como sucedió en el 2006 con la LSC, se dio una fuerte polarización social y política, pues por un lado había quienes veían esto como una amenaza al núcleo familiar, y por otro quienes pugnaban por elevar el reconocimiento ganado con la LSC a un rango mayor como el Matrimonio Civil.

A la par, Televisa y sus telenovelas se fijaron diversas posturas respecto al tema, pues se decidió cortar antes de tiempo la telenovela *Sortilegio* (09/10/09) porque sus temáticas y personajes bisexuales estaban “muy subidos de tono”. En *Los exitosos Pérez* (21/10/09) se censuró el beso entre sus protagonistas porque esto salía de los parámetros espirituales marcados para las relaciones homosexuales. Al final ambas telenovelas rectificaron la orientación sexual de sus personajes

Aun con la censura televisiva del tema, las demandas del movimiento tuvieron éxito y lograron incorporar el tema en la ALDF, donde el 24 de noviembre en comisiones se aprobó la iniciativa que modificaría los artículos del Código Civil del DF necesarios para validar el matrimonio civil entre personas del mismo sexo.

El mayor peligro que los grupos conservadores observaban en la iniciativa era que los “matrimonios gays”, al estar regulados por el Código Civil y ya no nada más por una legislación secundaria como la LSC, podrían hacer válido uno de los derechos devenidos del matrimonio: la adopción (Artículo 391).

Si la unión por SC entre homosexuales era ya un acto “amoral” para la iglesia católica y los grupos conservadores, el que los homosexuales pudieran tener el derecho de criar a un niño parecía una aberración. Por ello se manifestaron en contra, porque dar a un niño en adopción a una pareja *gay* era una violación a sus derechos, ya que se les impedía –a los menores– tener un libre ejercicio de sus preferencias sexuales, pues al tener “un mal ejemplo” en casa para éstos sería natural seguir los pasos de sus padres.

A pesar del rechazo, la iniciativa fue aprobada por la ALDF el 21 de diciembre de 2009. Se estableció que: 1) un matrimonio es la “unión libre de dos personas”, erradicando así las limitaciones de género en el enlace civil y, 2) todo matrimonio, no importando su orientación sexual, podrá ejercer el derecho a la adopción siempre y cuando cumpla con los requisitos marcados por la ley (estabilidad personal y de pareja, solvencia económica, etcétera). La nueva legislación entró en vigor el 11 de marzo de 2010.

En este lapso, organismos gubernamentales y algunos estados presentaron ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) diversos recursos de anticonstitucionalidad para impedir que los “matrimonios gays” desencadenaran controversias legales en el país debido a que las personas que se casen en el DF y se muden a otros estados pedirán que ahí se les validen sus derechos, lo que no está garantizado en las otras constituciones locales.

La PGR, al igual que ocurrió con la LILE, presentó un recurso de anticonstitucionalidad porque a decir de ésta las modificaciones al Código Civil del DF contravienen la definición de matrimonio de la Constitución Mexicana donde textualmente dice que: “el matrimonio es entre un hombre y una mujer”.

La SCJN no sólo rechazó los recursos al considerar que la ALDF no violó ninguna norma sino que además –y luego de un año de discusiones– determinó que las uniones realizadas en el DF sean reconocidas en todo México.¹³

Lo cierto es que, dos meses antes de que el matrimonio civil entre personas del mismo sexo fuera toda una realidad en el DF, las telenovelas ya habían planteado cuáles podrían ser las limitaciones sociales que personas del mismo sexo tendrían que afrontar si decidían unirse legalmente: 1) el rechazo de la familia, 2) la no validación social, pues más allá de lo legal ésta no es avalada por la ley divina y, 3) la jerarquización de sus derechos con base en los valores morales y católicos, ambos representados por *Alma de Hierro* como un reflejo de los discursos sociales que se anteponian a los matrimonios *gay*.

Porque si bien existe la aceptación e inclusión narrativa de los derechos de los homosexuales, esto no garantiza –ni garantizó en la ficción– que ellos pudieran actuar en consecuencia, pues en *Alma de Hierro* los impedimentos personales de Ignacio nada tenían que ver con la falta de certeza jurídica –que al final se conquistó cuando se unió con Abraham– sino con el entramado simbólico-cultural que se tejió para que éste se sintiera obligado a suprimir su orientación para no lastimar u ofender a su familia.

Es decir, si los homosexuales viven juntos, sin ser convivientes, lo que están haciendo es un engaño, pero si lo hacen por la vía legal son discriminados porque ni sus papeles o actas jurídicas les dan el aval de “estar casados por todas las de la ley”. Al fin de cuentas, como menciona Rafael Inclán, actor que encarnó a Ignacio, lo que se presentó en *Alma de Hierro* “no fue un casamiento realmente sino una relación de convivencia”.¹⁴

Por ello, qué más daba si narrativamente no se concluía, pues lo importante no era el casamiento sino mostrar que “eso también pasa en la sociedad”, como precisó el productor de la telenovela, Roberto Gómez, quien además agregó que el reto era “mostrar lo que vemos todos los días y con ello generar conflicto”; sin embargo, para erradicar ese mismo problema la telenovela se permitió todo menos “jotear”, como precisó Luis Gática, actor que personificó a Abraham.

El conflicto de esta telenovela fue que concentró el debate social “matrimonio *gay*” entre quienes lo apoyaban y aquellos que no lo harían bajo una supuesta inclusión narrativa que si bien no inhibió el derecho, como en el primer caso, sí dotó a éste de una serie de consecuencias sociales y culturales (nunca legales) que inhibieron en todo momento al ciudadano como tal. En la telenovela nunca se habló de la trascendencia de la unión por SC, porque lo importante fue juzgarla desde los patrones dominantes que delimitaron culturalmente lo que es y no una unión civil; porque finalmente la SC “podrá ser legal pero nunca moral”.

¹³ Ver: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/700789.html> (09/08/10).

¹⁴ Ver: <http://www.esmas.com/alma-de-hierro/noticias/798201.html>

CONCLUSIONES

Los ciudadanos que vemos

Las representaciones ciudadanas vertidas en *Alma de Hierro* en relación con la LILE y la LSC tienen diversas lecturas que comprueban que más allá de la aparente apertura narrativa/discursiva y la reconfiguración del modelo Televisa, sigue predominando en la ficción mexicana de esa empresa una fuerte carga moral, religiosa y maniquea que se manifiesta de distintas maneras para cada uno de los derechos analizados.

En el caso de la LILE estos valores son evidentes porque en todo momento el discurso fue construido para anteponer a la legalidad y a los derechos de la mujer, el derecho a la vida. Esto sin cuestionarse y ni siquiera discutir con argumentos científicos o jurídicos, cuándo es que comienza la vida. Punto central en la ley que permitió su formulación.

Quizá por ello –desde la dimensión cultural de la ciudadanía– la representación buscó anclar la existencia de este derecho a dos ejes estructurantes: el jurídico-político y el socio-antropológico. El primero funcionó como un elemento contextual que se engarzó a las discusiones sociales que se generaron luego de que la SCJN estableciera que la LILE no contravenía ningún derecho constitucional; al contrario, brindaba una certeza jurídica para que la mujer pudiera decidir sobre su cuerpo. El eje socio-antropológico retomó la existencia “real” del derecho para que desde la ficción éste quedara supeditado a las estructuras culturales de la telenovela, donde quedó claro que el derecho de la mujer está por debajo del derecho a la vida y el derecho del hombre a decidir sobre ella y su hijo.

Sandy, en su papel de ciudadana y sin referir al eje institucional que le da facultades para interrumpir legalmente su embarazo, actuó de forma proactiva, porque se informó y narrativamente hizo todo lo posible por ejercer su derecho; sin embargo, fueron otros personajes (Ignacio y Ary) los que limitaron su acción al colocar por encima de su decisión diversos valores morales y religiosos.

Lo significativo en *Alma de Hierro* fue el tratamiento narrativo del derecho, pues sin jamás mencionar lo institucional (qué derecho es y dónde es válido) fue posible entenderlo porque la referencia contextual era total; lo que se trató de manifestar fue el

descontento político-institucional hacia una legislación “estúpida” que no defiende la vida. Por ello, Sandy en su papel de ciudadana lo que hizo fue *inhibir* el derecho, de tal forma que el proceso instituyente de éste quedó supeditado al factor emocional de una mujer que a pesar de querer “deshacerse de su hijo” no lo hizo porque comprendió que “el respeto a la vida” es más importante que cualquier legislación. Aunque lo que estaba en juego no fuera aún la “vida”.

En el caso la LSC, el tratamiento narrativo/discursivo apostó por representar un proceso instituyente de “aparente” defensa; es decir, en todo momento se manifestó que “incluso” los homosexuales tenían derecho a ser felices y unir sus vidas si es que así lo deseaban. La palabra “incluso” es la que mejor define la manera en que desde el eje socio-antropológico se construyó no sólo la identidad homosexual, sino también el tipo de relaciones que éstos podrían tener.

La inclusión narrativa, que no aceptación, expuso que la “apertura” a la temática sexual quedaría sujeta a los valores que gobernaron la materia de representación de la telenovela, pues en ningún momento el discurso sobre “la defensa del amor gay” se acompañó de prácticas (ciudadanas) donde los homosexuales hicieran totalmente explícito su deseo por validar sus derechos. Al contrario, la construcción discursiva estableció que la representación *gay* quedaría supeditada a la oposición simbolizadora entre el “yo” (hombre) y el “ellos” (homosexuales), pues desde ahí se estableció que éstos podrían tener derecho: 1) a amarse pero no a mostrarlo en público, pues esto sería una falta de respeto para la familia y, 2) a unirse, siempre y cuando la familia avalara/tolerara esa unión.

Que la representación de lo *gay* quedara relegada a lo que discursivamente un hombre pudiera ser y hacer, no sólo determinó que éstos fueran un tercero discursivo, en el sentido de que “se habló de ellos y no con ellos” sino que también contribuyó a que su representación ciudadana fuera pasiva y acrítica ante las múltiples muestras de discriminación de las que fueron víctimas por sí mismos y por el discurso de otros. En todo momento, quien los defendió fue un heterosexual que les dejó claro que a pesar de “su reconocimiento social y legal” nunca serán reconocidos por “todas las de la ley”.

Que al final, *Alma de Hierro*, concluyera con una unión por Sociedad de Convivencia no implicó necesariamente una inclusión, porque a lo largo del relato –y desde la dimensión cultural de la ciudadanía– no se hizo más que minimizar a este grupo social. El polémico final lo que pretendía, en dado caso, era engancharse a las discusiones jurídico-políticas que más tarde darían a la Comunidad LGBT del DF el derecho de unirse en “matrimonio civil” con todos los derechos y obligaciones que esto acarrea; siendo la adopción el punto que más crispó a los grupos conservadores mexicanos.

Para anclarse a la discusión social, dos meses antes las telenovelas mexicanas ya planteaban las limitaciones sociales que personas del mismo sexo tendrían que afrontar si decidían unirse legalmente: 1) rechazo de la familia, 2) la no validación social y 3) la

jerarquización de sus derechos con base en los valores morales y católicos dominantes, que fueron cabalmente representados en *Alma de Hierro*.

Con su polémico final, *Alma de Hierro* adquirió un aire simbólico de vanguardia dentro de las telenovelas mexicanas, que no se vio reflejado en su construcción narrativa/discursiva porque en ella la temática *gay* se incluyó para *inhibir* culturalmente su representación. Aquí, a diferencia del tema del aborto, no se inhibió sólo al derecho sino también al ciudadano.

Alma de Hierro, en ambos casos apostó por no ocultar la existencia legal de los derechos ni tampoco los posicionamientos que se tenían hacia ellos. Al contrario, los colocó y conjuntó como parte del discurso ficcional, de tal manera que pareciera que todos esos discursos intertextuales formaron parte de las preocupaciones, prácticas y discursos de sus *ciudadanos de ficción*. He ahí su novedad.

La telenovela interpeló a la razón vía la emotividad y a partir de esto construyó un discurso donde el drama de esos otros *ciudadanos* puede semejarse a situaciones vividas o por vivir de sus televidentes; es decir, si se parte de que la lógica de producción se cruza con la lógica de consumo, como precisa Martín-Barbero (1988), y que éstas a su vez son interceptadas por los discursos de poder y placer que dominan el entramado mediático (Meyrowitz, 2009 y Castells, 2010), es posible entender que las *narrativas ficcionales* buscaron (y buscan) situarse al centro del debate social no generando sino potencializando un nuevo discurso sobre la cosmovisión político-institucional de la televisora –en este caso Televisa– dentro de las situaciones ficcionales de sus personajes.

Por eso, no fue casualidad que cuando más a debate en la realidad estaban los derechos en las esferas sociales, políticas y mediáticas, la telenovela decidiera llevarlos a su mundo diegético. Con ello, la televisora podría trasladar la narrativa mediática construida en sus noticieros o *spots* a un nuevo texto donde de forma más clara podría manifestar su postura sin riesgo de perder la “objetividad de su información”.

Quizá por ello se decidió inhibir plenamente el derecho de la mujer a decidir sobre su cuerpo y aceptar parcialmente el matrimonio entre homosexuales, a pesar de que ambos derechos contravienen los valores históricos de las telenovelas mexicanas y de la moral (religiosa) en turno.

El peligro de que la ficción incorpore temáticas ciudadanas en sus narrativas estriba en que los argumentos empleados para la representación de las prácticas y discursos ciudadanos se constituyen más en función de la emotividad y la moral que en razón de los elementos jurídicos que garantizan el ejercicio de estos derechos a los *ciudadanos reales* que consumen o ven las telenovelas.

Se comprueba así que las dimensiones civil, social e incluso política de la ciudadanía no tienen vigencia dentro de la telenovela hasta que el factor cultural (relación ciudadano-ciudadano) determina hasta dónde los derechos funcionan como un anclaje narrativo y hasta cuándo éstos son validos dentro de la representación que

se construyó en aras de demostrar que la existencia de los derechos no garantiza su libre ejercicio.

Aunque estas decisiones no ocurren ajenas al contexto, ya que es la empresa mediática la que por sus acciones políticas e institucionales va determinando límites a las temáticas de sus productos (de ahí la censura de algunas producciones con temáticas homosexuales), esto puede comprobarse en la manera en que Televisa apoyó todo tipo de campañas “a favor de la vida”, postura que se materializó cuando Sandy decidió no interrumpir legalmente su embarazo.

En cuanto a la LSC, Televisa tuvo un comportamiento dispar porque, por un lado, a través de su organización “A favor de lo mejor” avaló los movimientos conservadores que pretendían impedir la unión civil entre personas del mismo sexo; mientras que, por el otro, fue dando más apertura a la temática *gay* dentro sus telenovelas y series, claro siempre de una forma respetuosa.

Se hace evidente con esto la flexibilidad que tiene Televisa con este tema, pues más que una inclusión narrativa es una apertura de mercado. La temática *gay* en las industrias de ficción norteamericanas e iberoamericanas es, desde 2009, un mercado en crecimiento y alejarse de éste –no obstante la moral– significa perder nichos de mercado que Televisa seguramente no está dispuesta a ceder (Obitel, 2010).

Hasta este momento, es posible plantear que la inclusión de los derechos ciudadanos en las telenovelas mexicanas como una iniciativa de “acercar más la realidad a la ficción” ha tenido dos objetivos: extender el orden del discurso en estos temas polémicos y ejemplificar de manera real (aunque ficticia) las consecuencias sociales y morales del ejercicio ciudadano de estos derechos.

Si se toma en cuenta lo anterior y se destacan los resultados del análisis de *Alma de Hierro*, los *ciudadanos de ficción* que se representaron en ella no fueron sujetos pasivos porque buscaron en todo momento ejercer sus derechos (cuestión que permitió inhibirlos desde la práctica). Su actividad como ciudadanos fue el motor narrativo que facilitó la creación de un discurso donde intencionalmente se enfatizaron las consecuencias morales y religiosas de ejercer activamente estos derechos.

La actividad entonces se volvió pasividad, porque en ningún momento los personajes o *ciudadanos de ficción* fueron capaces de defender con argumentos la valía de su ejercicio ciudadano, y mucho menos debatieron la importancia de éstos porque la ficción apostó a nulificar lo jurídico y ciudadano de ambas temáticas, con argumentos maniqueos y morales que ayudaron a extender el “orden del discurso” que la propia Televisa construyó en torno a estos derechos.

Siguiendo esta ambivalencia, los *ciudadanos de ficción* de *Alma de Hierro* fueron reflexivos porque se mostraron capaces de reconocer los alcances de sus derechos y las consecuencias derivadas de éstos; sin embargo, fueron irreflexivos al momento en que otro personaje les precisó que antes que sus derechos estaban los de los demás. La jerarquía

zación cultural de los derechos se aceptó fácilmente porque ante la carencia de instituciones, los personajes con pensamiento contrario se institucionalizaron y construyeron –desde ahí– un discurso total e irrevocable que funcionó como una moraleja discursiva.

Moraleja que no negó la existencia de los derechos, porque lo que parece que se buscó –como estrategia política e institucional– dentro de las telenovelas fue *inhibirlos* no por omisión, como ocurría anteriormente, sino por una sobre representación, la cual enfatizó que tales derechos, desde la ficción, no serían aceptados porque en ella se propuso la existencia de otros elementos simbólicos que superaban en mucho a las posibilidades jurídicas reales ideadas por el hombre.

Los derechos analizados en esta obra dieron cuenta de cómo dentro de las telenovelas se pretende construir una representación ciudadana distinta; es decir, no pasiva o acrítica, como pasaba anteriormente. Ahora se asume ésta de una forma activa y crítica, capacidades que no significan necesariamente una mejor representación; al contrario, creo que la propuesta de la ficción alejada del “deber ser” desea construir un “tipo de ciudadano” que anteponga a la legalidad otro tipo de factores que en sí mismos no niegan la existencia de los derechos sino que los reafirman para su *inhibición*.

Por ello, pensar a la ficción –y a la propia comunicación– en términos de las representaciones ciudadanas que se pueden verter en ella es importante porque permite dimensionar a la ciudadanía a través de los dispositivos y estrategias de producción de visibilidad que se gestan en la televisión en relación no sólo con los derechos ciudadanos sino también con sus prácticas y discursos.

Las nuevas formas de “ser y estar” como ciudadano cada vez más son atravesadas, construidas y moldeadas por las prácticas comunicativas (Reguillo, 2005 y Orozco, 2008), mismas que a través de las interacciones reales, virtuales e inclusive ficticias configuran las representaciones ciudadanas que permiten a las audiencias/usuarios reinterpretar para sí mismas un tipo de “representación ciudadana”.

Lo ocurrido con el análisis de *Alma de Hierro* es que las representaciones ciudadanas no constituyeron, desde mi punto de vista, un real avance en cuanto al derecho cultural de la representación –pilar de la ciudadanía cultural–, ni tampoco significó un cambio notable en los dispositivos y estrategias de producción de visibilidad, estandarte de la ciudadanía comunicativa. La presencia de ambos derechos ciudadanos (LILE y LSC) sirvió más bien como una estrategia institucional para “naturalizar o ficcionalizar” en los dramas íntimos y privados de sus personajes posturas político ideológicas muy concretas donde más que argumentos jurídicos se esgrimieron valores morales y religiosos que terminaron por *inhibir* tanto a los derechos como a los *ciudadanos de ficción* que los ejercieron.

Los dispositivos y estrategias de visibilidad, como apunta Reguillo (2005), deberían ser mecanismos de acceso al espacio público mediatizado para que los propios ciudadanos puedan forjar sus representaciones y, en consecuencia, sus propios discursos. Sin embargo, los medios no operan en este sentido porque como depositarios de las políti-

cas de representación son ellos los que directamente asumen y construyen representaciones y experiencias ciudadanas en relación con los valores político-institucionales que los sustentan.

Quizá por ello, desde los medios y sus telenovelas se decidió retomar ese dinamismo ciudadano, presente en el país desde el inicio de este siglo, para generar una representación ciudadana que, contraria a la lucha y defensa de los derechos contenidos en la LILE y la LSC, buscara erradicar las prácticas y ejercicios ciudadanos que sean opuestos a los valores institucionales de las televisoras productoras de ficción en México, o de sus anunciantes.

En este sentido, a las telenovelas mexicanas –en su formato y género– se les debe exigir más allá de lo que éstas históricamente han plasmando en sus narrativas. Si bien, “una telenovela no puede ser aquello que no es”, ya han existido en el país ejemplos de cómo ésta sí puede ser capaz de vehicular campañas y derechos sociales como ocurrió con las telenovelas educativas producidas por Miguel Sabido, que promovieron campañas de alfabetización y de control natal sin menoscabo del *rating* (Hernández y Orozco, 2007).

Lo que sucede ahora con la incursión de las telenovelas en temas político-ciudadanos, es que éstas están siendo utilizadas –por su potencial simbólico y mercantil– no para promover acciones o campañas pro-sociales¹⁵ sino intereses y posturas muy particulares que sólo buscan favorecer a ciertos grupos de poder (político, económico y religioso).

El cambio en el modelo Televisa no parece, entonces, estar enfocado en buscar la pluralidad de opiniones o la inclusión de las diversas aristas que giran en torno a los temas que ahora intencionalmente tratan las telenovelas mexicanas. Lamentablemente, lo que se busca es aprovechar la ficción para reafirmar posiciones ideológicas unilaterales que dentro de la trama buscan hacer visible, para las audiencias, el castigo social, moral y religioso por ejercer tal o cual derecho. Es decir, lo que ahí se busca ofrecer es una “alerta moral” del deber ser.

Por tanto, a la ficción televisiva mexicana debe exigírsele mayor calidad en cuanto a las “historias que pone a disposición del público” (Buonnano, 2002: 84), porque al ser un género televisivo portador y generador de los derechos culturales ciudadanos de la representación y la experiencia no puede quedar a la deriva la representación del mundo que construyen sus historias.

La ficción y sus representaciones son parte constitutiva de la noción del *fictionscape*, que no es más que “el territorio (paisaje) imaginario determinado y desplegado por el conjunto de historias de ficción ofrecidas y disponibles en un determinado periodo de tiempo”

¹⁵ Las llamadas telenovelas con causa de Televisa, que tendrían que perseguir este fin, no han logrado promover acciones concretas; al contrario, algunas de ellas han violado en sus narrativas las causas que decían promover. Como pasó con *Fuego en la sangre* (Televisa, 2008) que promovía la equidad de género y justificaba discursivamente la violencia contra la mujer.

(Buonnano, 2002: 78). Durante este lapso en la ficción confluyen y se distribuyen determinados: “lugares, personajes, temas, estructuras de sentimientos y de valores” (Buonnano, 2002: 77) que pretenden enmarcar, aunque de manera ficcional, cierta realidad social.

Revisar la calidad de la ficción en función del paisaje que las telenovelas intentan tratar en sus narrativas es necesario y urgente, porque al parecer éstas pretenden llegar a ser parte de la realidad social de sus audiencias al montar en sus narrativas diversas problemáticas sociales contemporáneas.

El paisaje que ahora intentan construir las telenovelas está fundamentado por la manera en que sus estructuras dramáticas tienden a narrativizar la vida social; por ello, los cambios y reconfiguraciones en el modelo Televisa que hemos evidenciado parecen estar más enfocados en hacer de la ficción mexicana un mercado abierto para el *marketing* social y político, ya que en las evidencias recabadas se observa claramente cómo las *narrativas ficcionales* están siendo usadas para construir ideas concretas sobre el paisaje social, político, electoral y económico de México.

Esto contribuye a nutrir la cultura mediática de sus audiencias de “una red de significados colectivos de carácter público” (Rincón, 2006: 16), que basados en experiencias netamente privadas revisten, narrativamente hablando, a los temas y paisajes representados de un sentido simbólico-emotivo.

Los sentimientos y valores que a través del drama ficcional contribuyen a matizar dichos paisajes proponen no sólo esquemas de pensamiento sino también un “deber ser” que fundamentado en hechos otorga a las audiencias soluciones prácticas y privadas para complejos problemas sociales de carácter público. Cuestión que no sucedía antes porque la “realidad social” del país no formaba parte integral de la materia de significación y representación de las telenovelas mexicanas.

Este fenómeno creciente preocupa porque amenaza con volver a la ficción un nuevo espacio para la re-significación y re-valorización de los problemas públicos, pero con una sola visión: la de los medios. Como se comprobó en *Alma de Hierro*, la lucha ciudadana, sus discursos y triunfos quedaron relegados al utilizarse únicamente como elementos contextuales o pretextos, que sirvieron para *inhibir* los derechos en función de los viejos y nuevos valores del modelo Televisa.

La cuestión aquí es que el cambio o configuración de este modelo no sólo está queriendo unir la realidad con la ficción en los asuntos ciudadanos, sino que también busca posicionar sus *narrativas ficcionales* en asuntos políticos, sociales, económicos y electorales que aparecen en la ficción como parte integral de la historia aunque su inserción responda más a intereses mercantiles.

Ante este panorama quedan tres tareas pendientes: 1) analizar cómo es la construcción narrativa/discursiva de esos otros temas, 2) interpelar a las audiencias para saber qué es lo que piensan éstas de que las telenovelas cada vez hagan más referencia a su realidad social, política y ciudadana, y 3) saber cuáles son las razones y fundamentos

que tienen los productores de telenovela para insertar en sus narrativas estas temáticas no sólo en forma y contenido sino también en función de la temporalidad en que las ponen en pantalla.¹⁶

Estas son tareas urgentes porque los diversos escenarios y temáticas que están siendo trastocados, mediados e intencionalmente buscados por las telenovelas mexicanas son una clara muestra de la reconfiguración de su modelo de producción (modelo Televisa). Esto no sólo supone revisar sus estructuras industriales, comerciales y narrativas sino también el análisis con el que desde la academia se ha dado cuenta de este género televisivo; específicamente, en la falta de vinculación e investigación de éste con las representaciones políticas y ciudadanas tan presentes ahora en sus temáticas y narrativas.

Hoy más que nunca la expresión de que “la ficción es algo que no es real pero podría serlo” (Orozco, 2006) pareciera cambiar a “sólo puede parecer real si en realidad lo es”, porque ésta cada vez parece fincarse más en lo real que en lo netamente ficcional.

El análisis de la ficción televisiva y sus nuevas temáticas abren nuevos campos de estudio que deberán tomarse en cuenta para entender cómo es que la ficción se engarza a la nueva “política de pantalla” que ante la falta de representatividad política en México se está colocando como una iniciativa real, donde las audiencias buscan encontrar sentido y respuestas a sus demandas políticas y ciudadanas.¹⁷ Demandas que desde hace tiempo han dejado de tener eco y valía en los espacios públicos y de representación política creados por el Estado Mexicano, y que parecen adquirir un nuevo sentido cuando desde la televisión –y la telenovela– se representan ejemplos de cómo y cuándo ejercer nuestros derechos. Con todo el riesgo aquí ya señalado.

De ahí la importancia de retomar esos nuevos paisajes creados, ideados y plenamente retomados por la ficción para entender el tipo de agenda que ahora se intenta construir dentro y fuera de su mundo diegético. Una vía de análisis para entenderlo sería revisar la calidad de la ficción mexicana en función de la *agenda setting* que en un tiempo determinado ésta construya, ya que podría dar algunas pistas de cómo la

¹⁶ Hasta el último momento de esta tesis se intentó concretar una entrevista con los productores de *Alma de Hierro*, los cambios en las fechas se movieron tanto que resultó imposible realizarla. Sin duda, la voz del los creadores del texto (telenovela) hubiera sido vital para entender el por qué se decidieron incluir tanto la LILE y LSC en la telenovela cuando en el guión original (de origen argentino) esto no aparecía. Por tanto, indagar en las decisiones y fundamentos de los creadores del texto aún sigue siendo una tarea pendiente para entender los elementos que confluyen en el cambio narrativo/temático del modelo Televisa.

¹⁷ Como ocurre con la llamada Iniciativa México (IMX) (2010); proyecto televisivo creado por Televisa y Tv Azteca que pretende apoyar y financiar proyectos ciudadanos. IMX se transmitió en ambas televisoras y se constituyó en el primer aviso mediático de que también desde la pantalla y sin el aval gubernamental es posible hacer y generar política social.

realidad social y sus múltiples problemáticas se van insertando en el discurso ficcional con la intención (institucional y política de las televisoras) de generar desde ahí discursos muy precisos que en sí mismos ya ofrecen a la audiencia un ejemplo de las consecuencias sociales y personales que tendría para ellas ejercer algún derecho, votar por determinado partido, apoyar tal movimiento social o no aceptar las disposiciones o planes gubernamentales.

BIBLIOGRAFÍA

- Amaya, J. (2009). *Ficción televisiva y revolución cubana: la construcción simbólica de la ideología revolucionara en la telenovela cubana durante la década de 1990*. Mimeo de tesis doctoral. México: Universidad de Guadalajara.
- Bajtin, M. (2005). *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI.
- Benhabid, S. (2004). *The Rights of Others*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Benveniste, É. (1976). *Problemas de lingüística general*. México: Siglo XXI.
- Berger, P. y Luckman, T. (1991). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Buonanno, M. (1999). *El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales*. Estudios de Televisión núm.3, Barcelona: Gedisa.
- (2002). “Conceptos clave para el *story telling* televisivo: calidad, mediación y ciudadanía”, en *Revista Diálogos de la Comunicación* núm. 64, FELAFACS, pp. 77-85.
- Camacho, C. (2002). “Propuesta de un modelo de comunicación masiva para la construcción de ciudadanía en América Latina”, en *Signo y Pensamiento*, vol. XX. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, pp. 72-81.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Cham, G. (2003). *Teoría del discurso (estrategias periodísticas)*. México: Universidad de Guadalajara.
- Charlois, A. (2008). *Historias de ficción y la ficción de la historia. Estudio de caso: Senda de Gloria*. Tesis de maestría. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Chartier, R. (2002). *El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación*. Barcelona: Gedisa.
- Cortina, A. (1997). *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*. Madrid: Alianza.
- Cueva, Á. (2009). “Apocalipsis ahora”, en columna El pozo de los deseos reprimidos, *Milenio Diario* (23 de diciembre).

- (2010). “Soy tu burla”, en la columna El pozo de los deseos reprimidos, *Milenio Diario* (21 de abril).
- Delgado, Á. (2009). “Al son de Televisa”, en *Proceso* 1690, 22 de marzo, pp. 22-25.
- Dorcé, A. (2005). *The politics of melodrama: The historical development of the Mexican Telenovela, and the representation of politics in the telenovela Nada Personal, in the context of transition to democracy in Mexico*. Tesis de doctorado. Londres: Department of Media Communications, Goldsmith College, University of London.
- Eugeni, R. (2005). “El relato real. Estrategias de narrativización en la reality televisión”, en C. Lacalle (coord.). *Los formatos de la televisión*. DeSigni núm. 7, Sevilla: Gedisa.
- Fairclough, N. (1995). Introducción general, en *Critical discourse analysis. The critical study of language*. Londres: Logman, pp.1-20.
- (2003). *Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research*. Londres: Routledge.
- (2008). “El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: las universidades”, en *Discurso y Sociedad*, vol. 2 (1); pp.107-185.
- Fleury, S. (2005). *Construcción de ciudadanía en entornos de desigualdad*. Río de Janeiro: Escuela Brasileña de Administración Pública y Empresas (EBAPE).
- Ford, A. (2001). *La marca de la bestia*. Buenos Aires: Norma.
- Foucault, M., (2002). *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets.
- Franco, D. (2009a). *Los ciudadanos de ficción: aproximaciones al estudio de los ciudadanos que habitan las telenovelas mexicanas*. Ponencia presentada en el XXI Encuentro Nacional AMIC 2009. Puebla.
- (2009b). “Botín al PVEM, ¿bancada mediática?”, en columna Homo Zappings, revista *Buzos*, núm. 363. México. En: http://www.buzos.com.mx/363/esp_zappings.html
- (2010a). “¡Oh my god! Telenovelas e internet”, en columna Homo Zappings, revista *Buzos*, núm. 393. México: http://www.buzos.com.mx/393/esp_zappings.html
- (2010b). “El año del tigre”, en columna Homo Zappings, revista *Buzos*, núm. 403, columna Homo Zappings núm. 38. México: http://www.buzos.com.mx/403/esp_zappings.html
- (2010d). *¿Tvolucion? Intermedialidad y modificaciones espacio/temporales en la recepción/consumo de la telenovela mexicana*. Ponencia presentada en el XXII Encuentro Nacional AMIC 2010, México.
- (2010e). “Violencia en la ficción: ¿naturalización o justificación?”, en revista *Zócalo*, año X, núm. 125 (julio). México.
- Franco, D. y G. Orozco (2010a). “La telenovela de la ciudadanía y la ciudadanía en la telenovela”, en Z. Rodríguez (coord.). *Entretejidos comunicacionales. Aproximaciones a objetos y campos de la comunicación*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, pp. 65-90.
- Franco, D. y Orozco, G. (2010b). “El gran comercial telenovelesco”, en revista *Zócalo*, año X, núm. 122 (abril).
- Gadamer, H. (1975). *Truth and Method*. Londres: Sheed & Ward, pp. 235-274.

- Galindo, J. (1998). "La telenovela como texto y pretexto", en González, Jorge (comp.), *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos*. México: Grijalbo.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Cambridge: Polity Press.
- Gómez, C. (2005). *Cartografía de las telenovelas por la ruta de la realidad de Tv Azteca*. Tesis de la Maestría en Comunicación con Especialidad en Difusión de la Ciencia y la Cultural. Guadalajara: ITESO.
- González, J. (comp.) (1998). *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México*. Universidad de Guadalajara.
- González Molina, G. (1998). "Profesiones en trama: análisis de la producción de telenovelas", en J. González (comp.), *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Heater, D. (2007). *Ciudadanía. Una breve historia*. Ciencia Política, España: Alianza Editorial.
- Hernández, F. y Orozco, G. (2007). *Televisión en México: Un recuento histórico*. México: Universidad de Guadalajara.
- Hernández, F. y Huizar, A. (2010). "Modelos de producción de ficción en Tv Azteca. El Caso de las telenovelas", en Rodríguez, Z. (coord.). *Entretejidos comunicacionales. Aproximaciones a objetos y campos de la comunicación*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, pp. 43-64
- Huizar, A. (2010). "La ficción televisiva sale del clóset", en revista *Zócalo*, año X, núm. 123 (mayo).
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2008). *Indicadores sobre actividades científicas y tecnológicas/ Sociedad de la información/Hogares con televisión*; México. <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/rutinas/ept.asp?t=tinfl196&s=est&c=9200>
- IBOPE AGB (2008). Anuario 2009 y 2010, en <http://www.ibope.com.mx/biblioteca/anuario.php>
- Jenkins, H. (2008). *Converge cultura. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Juárez, J. (2009). *La televisión encantada. Publicidad política en México*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Krohling, M. (2002). "Campos de estudios emergentes en comunicación en las nuevas ciudadanías", en revista *Diálogos de la Comunicación*, núm. 64, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), pp.76-89.
- Kymlicka, W. y Norman, W. (1997). "El retorno del ciudadano. Una revisión de la producción reciente en teoría de la ciudadanía" en *Revista de Estudios sobre el Estado y la Sociedad*.

- León de, S. (2009). “De lo público a la comunicación pública. Revisión conceptual”, en revista *Replones*, núm. 61. Disponible en: <http://revistareplones.iteso.mx/app/revista/>
- Llaguno, M. y A. Castañeda (2006). “México sufre gravísimo ataque del movimiento en pro del homosexualismo”, en Boletín electrónico de *Vida Humana Internacional* (29 julio). Disponible en: <http://www.vidahumana.org/news/29JULIO05.html#2>.
- Lull, J. (1998). “Telenovela: la seguimos amando”, en Jorge González (comp.), en *La cofradía de las emociones (in) terminables. Miradas sobre las telenovelas en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Mata, M. (2002). “Comunicación, ciudadanía y poder”, en revista *Diálogos de la Comunicación*, núm. 64, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), pp.66-75.
- Mato, D. (2005). “The Transnationalization of the Telenovela Industry, Territorial References and the Production of Markets and Representations of Transnational Identities”, en *Television New Media*, vol. 6, núm. 4, pp. 423-444. Disponible en: <http://sagepub.com>
- Martín-Barbero, J. (1998). *De los medios a las mediaciones*. México: Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, J. y S. Muñoz (coords.) (1992). *Televisión y melodrama. Géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo Ediciones.
- Martín-Barbero, J. y G. Rey (coords.) (1999). *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y televisiva*. Estudios de televisión núm. 2; Barcelona: Gedisa.
- Marshall, T.H. (1950). “Citizenship and Social Class”. Londres: Pluto.
- (1998). *Ciudadanía y clase social*. Madrid: Alianza.
- Mazziotti, N. (comp.) (1996). *La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina*. Buenos Aires: Paidós.
- (2006). “Telenovela: industria y prácticas sociales”, *Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación*, Bogotá: Norma.
- McAnamy, E. y A. La Pastina (1994). “Telenovelas Audiences: a Review and Methodological Critique of Latin America Research”, en *Communication Research*, 21, núm. 6, pp. 828- 849.
- McCombs, M. y D. Shaw (1972). *The Agenda-Setting Function of Mass-Media: Public Opinion Quarterly*.
- Meyrowitz, J. (2008). “Power, Pleasure, Patterns: Intersecting Narratives of Media Influence”, en *Journal of Communication*, núm. 58, pp. 641-663.
- Mitofsky (2007). *Cuando el futuro nos alcance. Tecnología cotidiana*, Encuesta. México. En <http://75.125.231.234/Estudio.aspx?Estudio=destino-alcanza>
- Moscovici, S. (1988). “Notas hacia una descripción de la representación social” en revista *internacional de Psicología Social*, vol. 1, núm. 2,1 pp. 67-118.

- OBITEL (2008, 2009, 2010). *Informe México*.
- Organización Panamericana de la Salud (OPS) y P. Lyra (coord.). *Campañas contra la homofobia en Argentina, Brasil, Colombia y México*. Washington, D.C.
- Orozco, G. (1996). “Amigas y enemigas. Madres mexicanas frente a la televisión”, en revista *Signo y Pensamiento*, núm. 28, vol. XV. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Bogotá: Norma.
- (2006). “La telenovela en México: ¿de una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia?”, en *Comunicación y Sociedad*, núm. 6 Nueva Época, Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- (2008). *Una ciudadanía comunicativa como horizonte de una pedagogía de las pantallas*, Ponencia en las Jornadas del Observatorio Europeo de la Televisión Infantil (Oeti), Barcelona.
- (2010). *Audiencias, ¿siempre audiencias?* Conferencia magistral en el XXII Encuentro Nacional AMIC. México (junio).
- Orozco, G. y M. Vasallo (coords.) (2008). *Anuario Obitel 2008. Global markets, local stories*. Río de Janeiro: Globo Editora/Globo Universidade.
- Orozco, G. y M. Vassallo (coords.) (2009). *Anuario 2009. La ficción televisiva en Iberoamérica. Narrativas, formatos y publicidad*. Barcelona: Observatorio Europeo de la Televisión Infantil (OETI).
- Orozco, G., F. Hernández y A. Huizar (2009). “Un creciente mercadeo de la ficción y sus estrellas”, en G. Orozco y M. Vasallo (coords.). *Anuario 2009. La ficción televisiva en Iberoamérica. Narrativas, formatos y publicidad*. Barcelona: Observatorio Europeo de la Televisión Infantil (OETI).
- Orozco, G., A. Huizar, D. Franco y F. Hernández (2010). “México: la ficción de desinhibe. Naturalización de publicidad, propaganda, violencia y ciudadanías en las telenovelas”, en G. Orozco y M. Vassallo (coords.) *Anuario OBITEL 2010. Convergencias y transmediación de la ficción televisiva*. Río de Janeiro: Globo Editora/Globo Universidade.
- Orozco, G. y M. Vassallo (coords.) *Anuario OBITEL 2010. Convergencias y transmediación de la ficción televisiva*. Río de Janeiro: Globo Editora/Globo Universidade.
- Padilla, R. (2009). *Prácticas mediáticas y construcción de ciudadanía cultural en la ciudad de Aguascalientes*. Tesis del Doctorado en Estudios Científicos-Sociales, Área Comunicación, Cultural y Sociedad. Guadalajara: ITESO.
- F. Paoli Bobio (2007). “Democratizar el espacio público mediático”. Texto presentado en la *Reunión regional del Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo: Fortalecer la democracia en América Latina*. Montevideo.
- Pérez Luño, A. (2004). *¿Ciberciudadaní@ o ciudadaní@.com?* Barcelona: Gedisa.
- J. Pocock (1995). “The ideal of citizenship since classical times”, en Beiner, Robert (coord.). *Theorizing Citizenship*. Albany: University of New York Press.

- Ramírez Sáiz, J. (2003). “La construcción de la ciudadanía colectiva en Guadalajara (1990-2001)”, en *Revista Espiral*, año X, núm. 28. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, pp. 179-211.
- (coord.) (2007). *Descentramiento de la ciudadanía nacional*, Guadalajara: ITESO.
- Reguillo, R. (2003). “Ciudadanía cultural. Una categoría para pensar en los jóvenes”, en revista *Renglones*, núm. 55. Guadalajara: Iteso.
- (2005). *Horizontes fragmentados. Comunicación, cultura, pospolítica. El (des)orden global y sus figuras*. Guadalajara: ITESO.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Rodríguez, T. (2009). “Sobre el potencial teórico de las representaciones sociales en el campo de la comunicación”, en revista *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época, núm. 11. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Rosaldo, R. (2001). “La pertenencia no es un lujo: procesos de ciudadanía cultural dentro de una sociedad sociocultural”, en *Desacatos. Revista de Antropología Social*, núm. 3, Modernidad y ciudadanía a fin de siglo. México: CIESAS.
- Sánchez, R. (2009). *Sueños cotidianos. Telenovela y oralidad*. Montevideo: Universidad Católica y Taurus.
- Sánchez Murillo, L. (2005). “El marketing político y sus consecuencias para la democracia”, en *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época, núm. 4 (julio-diciembre). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Schutz, A. (1964). “Don Quixote and the problem of reality”, en *Collected Papers*, vol. 3, La Haya: Nijhoff.
- Secretaría de Gobernación (Segob) (2006). *Informe de cultura política y participación ciudadana en México antes y después del 2006*. México. Disponible en: <http://www.gobernacion.gob.mx/archivos/pdf/cppcayd2006.pdf>
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- (2002). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Trejo Delarbre, R. (2009). “Mediocracia en la democracia. Medios, partidos y gobernabilidad en México”, en *Separata de la Biblioteca de América*, núm. 43, Colección México, el nuevo escenario político ante el Bicentenario. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Tufte, T. (2007). “Soap operas y construcción de sentido: mediaciones y etnografía de la audiencia”, en *Comunicación y Sociedad*, núm. 8, Nueva Época, Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 89-112 pp.
- Turner, B. (1993). *Citizenship and social theory*. Londres: Sage.
- Uribe, A. (2009). *Mi México imaginado. Telenovelas, televisión y migrantes*. México: Miguel Ángel Porrúa, Colegio de la Frontera Norte y Universidad de Colima.

- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.
- (2002). “El análisis crítico del discurso y el pensamiento social”, en *Athenea Digital*, núm. 1, 18-24 pp.
- (2003). *Ideología y discurso*. Barcelona: Ariel Lingüística.
- Vassallo, M. (2004). *Telenovela: internacionalización e interculturalidad*. Comunicación Contemporánea. Sao Paulo: Universidad de San Paulo.
- (2006). “Una metodología de las mediaciones”, en G. Sunkel (coord.): *El consumo cultural en América Latina. Construcción Teórica y líneas de investigación*. Bogotá: Convenio Andrés Bello, pp. 363-410.
- Victoria Bourdieu, M. (2008). *Pasión, heroísmo e identidades colectivas. Un recorrido por los últimos 25 años de la telenovela argentina*. Buenos Aires: UNGS.
- Villamil, J. (2009). *Si yo fuera presidente. El reality show de Peña Nieto*. México: Grijalbo.
- Winocur, R. (2002). *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*. Barcelona: Gedisa.

ANEXOS

Anexo I

Top Ten Obitel, telenovelas más vistas en México durante el 2009 (origen de sus guiones o ideas originales)

Título	Casa productora	País de origen de la idea original o guión	Formato	Share %	Rating %	Nombre del guionista o autor de la idea original
<i>Fuego en la sangre</i>	Televisa	Colombia	Telenovela	42.07	12.79	Julio Jiménez
<i>Mañana es para siempre</i>	Televisa	Colombia	Telenovela	35.51	10.55	Mauricio Navas, Guillermo Restrepo, Conchita Ruiz y Tania Cárdenas
<i>Las tontas no van al cielo</i>	Televisa	México	Telenovela	32.77	8.47	Enrique Torres
<i>En nombre del amor</i>	Televisa	México	Telenovela	30.97	6.40	Cauhtémoc Blanco y María del Carmen Peña
<i>La Rosa de Guadalupe</i>	Televisa	México	Dramatizado	29.38	5.84	Carlos Mercado Osuna, Julián Aguilar y Mauricio Aridjis
<i>Alma de Hierro</i>	Televisa	Argentina	Telenovela	27.24	7.96	Ricardo Rodríguez y Marcela Guerty
<i>Querida enemiga</i>	Televisa	México	Telenovela	27.93	5.71	Pablo Serra y Erika Johanson
<i>Central de Abasto</i>	Televisa	México	Serie	27.04	5.31	José Romano y Adela Rebollo
<i>Un gancho al corazón</i>	Televisa	Argentina	Telenovela	26.93	7.18	Adrián Suar, Ernesto Korovksy y Sebastián Parrotta
<i>Juro que te amo</i>	Televisa	México	Telenovela	25.23	5.17	Liliana Abud

Fuente: IBOPE AGB de México-OBITEL México 2009.

Anexo II

Ficha Técnica de *Alma de Hierro*

Título original: *Son de fierro* de Adrian Suar (Argentina, 2008)

Año de Producción:	2008
Formato:	Telenovela
Número de capítulos:	392
Duración de capítulos:	30 minutos (aprox.)
Inicio:	25 de febrero de 2008
Final:	28 de agosto de 2009
Canal:	Canal de las Estrellas, 2
Franja de emisión:	Prime time
Horario:	10 a 10:30 p.m.
Audiencia promedio:	22.68%
Productora:	Televisa
Productor:	Roberto Gómez Fernández
Guionistas:	Ximena Suárez, Aída Guajardo
Género:	Ficción
Elenco:	Alejandro Camacho, Blanca Guerra, Jorge Poza, Angélique Boyer, Eddy Villard, Martha Julia, Luz María Aguilar, Adrian Uribe y Alejandra Barros.

Fuente: IBOPE AGB de México-OBITEL México 2009.

Anexo III

Perfil de audiencia de los diez títulos más vistos durante 2009

(Género, edades y nivel socioeconómico)

	Programa	Género %		Franjas de edad %					Nivel socioeconómico %			
		Hombres	Mujeres	4-12	13-18	19-29	30-44	45+	ABC+	C	D+	DE
1	<i>Fuego en la Sangre</i>	36.50	63.50	17.87	9.66	19.28	25.67	27.52	14.87	12.50	35.36	37.26
2	<i>Mañana es para siempre</i>	35.38	64.62	16.74	9.53	19.72	26.64	27.37	15.14	14.09	33.90	36.87
3	<i>Las tontas no van al cielo</i>	32.91	67.09	17.38	11.58	21.29	25.19	24.57	13.86	14.97	35.12	36.05
4	<i>En nombre del amor</i>	19.43	70.37	19.43	13.30	18.92	23.57	24.79	15.01	15.42	32.37	37.20
5	<i>La Rosa de Guadalupe</i>	34.60	65.40	21.08	15.11	18.84	22.12	22.86	15.94	12.07	35.67	36.32
6	<i>Alma de Hierro</i>	31.78	68.22	17.80	10.07	20.79	25.03	26.32	11.93	13.80	33.63	40.63
7	<i>Querida enemiga</i>	29.72	70.28	16.45	9.12	20.63	26.94	26.86	14.46	14.36	32.71	38.47
8	<i>Central de Abasto</i>	34.89	65.11	22.26	16.02	18.63	21.66	21.42	13.32	14.27	32.19	40.22
9	<i>Un gancho al corazón</i>	31.30	68.70	17.87	9.66	19.28	25.67	27.52	14.63	16.49	32.86	36.03
10	<i>Juro que te amo</i>	36.55	63.45	20.12	16.64	20.16	22.20	20.87	15.93	11.71	36.77	35.59

Fuente: IBOPE AGB de México-OBITEL México 2009.

Alma de Hierro fue principalmente vista/consumida por mujeres (68.22%) de entre 30-44 (25.03%) y 45 años o más (26.32%) pertenecientes a la clase social media baja (D+) -33.63%- y baja (DE) -40.62%-.

Anexo IV

Las narrativas y temáticas ciudadanas en las telenovelas mexicanas

A continuación, a manera de listado se exponen diversos temas que dan cuenta de cómo las telenovelas –de forma general– están modificando sus temáticas y narrativas y, por consecuencia, cambiando el modelo histórico que las vehiculaba más con el drama y la fantasía que con la realidad político-ciudadana del país.

La observación fue realizada en el periodo que transcurre de junio de 2008 a mayo de 2010; en conjunto con las temáticas se ofrece la telenovela en que ésta apareció, la televisora productora y el sentido narrativo que tomaron:¹

- a) El respeto a la diversidad sexual al presentar la “Marcha Lésbico-Gay” de la ciudad de México (junio 2008); sin embargo, su inclusión no se dio para incorporar dicha manifestación social/sexual sino para denostar el movimiento e imponer patrones machistas. (*Alma de Hierro*, Televisa)
- b) Elección del nuevo sistema de jubilaciones y pensiones (julio-agosto 2008), promovido por el Gobierno Federal, la promoción se hacía al sistema individual y no a la permanencia del sistema colectivo, el cual se obtuvo por la lucha histórica de los sindicatos nacionales. (*Pobre rico pobre* –Tv Azteca– y *Alma de Hierro* –Televisa–)
- c) La participación en la marcha contra la inseguridad “Iluminemos México” (agosto 2008), a consecuencia de los altos índices de violencia y secuestro en el país, ofrecía soluciones privadas para problemas públicos de seguridad. (*Pobre rico pobre* –Tv Azteca–)
- d) Promoción político-turística del gobierno del Estado de México (septiembre 2008). La telenovela *Destilando amor* (Televisa) aprovechó que la protagonista (Angélica Rivera) fungía como imagen oficial de ese gobierno para que ésta promocionara en la ficción “las bondades y las acciones del gobierno” de Enrique Peña Nieto, gobernador.
- e) También en *Destilando amor* se discutió la importancia de aplicar la pena de muerte en México (septiembre 2008). El interés surgió al considerar que el villano de la historia sólo podía pagar los daños hechos con su vida.
- f) Con la representación del derecho de la mujer a la interrupción de su embarazo (octubre 2008) se rompe con los tabúes temáticos de las telenovelas mexicanas; en *Alma de Hierro* y *Sortilegio* (Televisa) se construyó la posibilidad de que un par de personajes hicieran válido ese derecho; sin embargo, la acción fue interrumpida al catalogarla como un pecado.
- g) Promoción del Censo Económico 2009 (octubre 2008), los personajes se mostraban interesados en promover la participación dentro del censo, pero jamás se precisó

¹ Este listado forma parte del texto *La ciudadanía de la telenovela y la telenovela en la ciudadanía* (Franco y Orozco, 2010a)

para qué servía. (*Pobre rico pobre y Hasta que haya vida* –Tv Azteca–; *Alma de Hierro y Mañana es para siempre* –Televisa–).

- h) Presentación de la “postura oficial” en torno a los motivos que causaron el desplome del avión donde murió el entonces secretario de Gobernación, Juan Camilo Mourriño (diciembre 2008). *Secretos del alma* (Tv Azteca)
- i) En el brote de la influenza porcina (AH1N1) que sufrió México en abril y mayo de 2009, las telenovelas fungieron como canal para informar las medidas sanitarias y, con ello, evitar el contagio. Éstas llevaron su mensaje a tales niveles que se prohibió –durante la contingencia– el contacto físico de los personajes, para con ello dar un mensaje a la población de los riesgos de saludar de mano o beso.
- j) En las telenovelas *Pasión morena* (Tv Azteca) y *Mi pecado* (Televisa) –mayo y junio 2009–, ambas grabadas en Chiapas, se realizaron fuertes campañas para prevenir la tala clandestina de árboles y la caza de animales en peligro de extinción (jaguar).
- k) En *Un gancho al corazón* (Televisa), del 13 al 18 de julio de 2009, Raúl Araiza, actor que fue la imagen del PVEM se colocó diversas camisas con la leyenda: “Soy verde”, en alusión directa al partido político que promovía, violando así la ley electoral vigente en México.
- l) En *Mujer comprada* (Tv Azteca) –agosto 2009–, una mujer orillada por su situación económica decide “rentar su vientre” para darle la oportunidad a una pareja adinerada de tener un hijo; luego del nacimiento del niño se arrepiente, lo que genera una disputa legal sobre la sanción penal que puede generarse al realizar este tipo de actos.
- m) Incorporación de personajes “bisexuales” (junio 2009) dentro de la telenovela *Sortilegio* (Televisa); éstos aparecen en la ficción como personajes serios, su construcción no implica la utilización de la comedia. En la trama éstos sostienen una escena íntima, lo que fue mal visto por la audiencia, ya que tras cuatro meses al aire, la telenovela concluyó.
- n) Con un cambio radical del clásico final de las telenovelas (septiembre 2009), *Alma de Hierro* concluyó con “boda gay”; en la ceremonia narrativamente se marcó que los hombres se unían civilmente en una sociedad de convivencia. El derecho ciudadano es presentado, mas no consumado, pues al momento de que se les pide a los contrayentes decir si aceptan, la escena es interrumpida por un parto anticipado.
- o) En *Los exitosos Pérez* (octubre 2009), una de las parejas centrales la componen dos hombres; la temática homosexual –construida narrativamente en el género de la comedia– justifica la inclusión de dicha diversidad sexual. En México se censuraron los besos entre los protagonistas masculinos que sí fueron transmitidos en la versión original.
- p) Tráfico de armas y corrupción policiaca. En la telenovela *Camaleones* (Televisa), un alto mando del ejército está ligado al crimen organizado; para contrarrestarlo, dos de los personajes principales pertenecen a un grupo de elite paramilitar que busca dismantelar a las redes criminales de México (noviembre 2009).

- q) Promoción de los logros del gobierno de Chiapas (diciembre 2009) en *Pasión morena* (Tv Azteca), los personajes asistieron a una noche chiapaneca en donde los mensajes de los organizadores no eran más que los logros del gobierno de Juan Sabines; frases como: “En Chiapas se construye una escuela cada tres horas”, fueron parte de los diálogos de los personajes.
- r) Deslegitimación a las marchas del Sindicato Mexicano de Electricistas (SME), quienes se manifestaron después de que el Gobierno Federal decretara la extinción de la paraestatal Luz y Fuerza del Centro; en la telenovela *Hasta que el dinero nos separe* (Televisa), un personaje manifiesta su interés en apoyar el movimiento y pide permiso en su trabajo para ir a la marcha; su jefa se lo niega al precisar que esa gente sólo son “acarreados”, argumentando que lo que necesita el país es trabajar y no andar ahí de alborotadores (enero de 2010).
- s) En la telenovela infantil *Atrévete a soñar* (Televisa) se promovió la adopción de niños por parte de matrimonios jóvenes y heterosexuales (febrero 2010); justo cuando en el ámbito social se debatía que los homosexuales no pueden ni deben adoptar niños, a pesar de que la ley les da todo el derecho.
- t) Naturalización de la violencia (febrero-marzo) en las telenovelas *Pasión morena*, *La Loba* y *Vidas robadas* (Tv Azteca); en éstas los personajes robaron, extorsionaron y secuestraron de forma natural, sin que la acción de la justicia cayera sobre ellos. Respaldados en su posición económica los personajes corrompían a las autoridades; incluso, en *La Loba*, uno de los villanos es diputado. En *Vidas robadas* la violencia fue ejercida por una mujer a la que le dio igual matar a su hijo que ahorcar a una indígena. Esta misma mujer organizó un atentado contra un procurador de justicia (21/05/10).
- u) En la telenovela *Llena de amor* (Televisa) existen dos personajes que pertenecen a la Policía Federal Especial (PFE); por medio de éstos la telenovela expone a la audiencia cómo se realizan los operativos judiciales contra el crimen organizado. Los “policías” en todo momento hacen alusión a la campaña que el Gobierno de México encabeza contra el narcotráfico y justifican con ello la muerte de los criminales que caen en los operativos ficcionales que se representan en la telenovela. El capítulo salió al aire el 21 de mayo de 2010.

Anexo V

Ejemplos de sistematización de información:

Talas 1, 2 y 3* del capítulo V

Tabla 1

Personajes de Alma de Hierro: roles y conflictos

Personaje	Breve historia	Rol social	Conflictos	Comportamientos	Oposiciones simbolizadoras
José Antonio Hierro	<ul style="list-style-type: none"> ● Hombre entre 45 y 50 años, dueño de un negocio (salchichonería). ● Dominante y controlador de todas las decisiones de la familia. ● Se siente herido e su hombría al enterarse de que su mujer lo engaña con un hombre más joven. ● Su vida se vuelve un caos, pues se queda el frente del negocio, el hogar y los hijos, todo se le sale de control y explota su temperamento. ● Se va quedando solo producto de su desesperación y mal carácter, acaba en el hospital a causa de un infarto. ● Decide reiniciar su vida con Mariana, pero su familia se opone. ● Al final, crea un nuevo núcleo familiar con ella. 	Padre de familia	<ul style="list-style-type: none"> ● Afrontar la infidelidad de la mujer. ● Hacerse cargo de los hijos. ● Asumir que su hombría fue dañada. ● Enfrentar su soledad. ● Pedir el divorcio. ● Inestabilidad emocional. ● Perdonar infidelidad a su mujer. ● Reafirmación constante de su masculinidad. ● Darle una nueva oportunidad al amor. ● Abandono de su segundo amor. ● Problemas cardíacos. ● Muerte de un hijo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Impulsivo y agresivo (reacción primaria) ● Comprensivo y protector (reacción secundaria). ● Es la figura de autoridad de la familia, todas las decisiones de los miembros de la familia pasan por él. 	Padre/Madre Esposo/ Amante Héroe/Villano Protector/ Represor

Fuente: elaboración propia.

* El material de análisis recabado en las Tablas 1, 2 y 3 constituye apenas el análisis textual de la telenovela. La interpretación completa deberá estar plenamente relacionada con los discursos intertextuales que fuera de la ficción contribuyen a dotar de sentido a las prácticas y discursos de los *ciudadanos de ficción*. Es decir, ambos niveles de análisis deberán de complementarse para que la interpretación final pueda contener el entramado discursivo que está inmerso en las políticas de representación de identidad (en este caso ciudadana) vertidas en la ficción y en relación a las tres dimensiones de análisis propuestas en esta tesis: político-institucional, económica y narrativa.

Tabla 2

Modelo de sistematización temática

Capítulo: 163
 Fecha: 09/10/08
 Antecedente: Padre de familia
 Espacio: Privado íntimo
 Personajes: Sandy y Ary

Diálogo	Mensaje
<p>S. —No, Ary... perdóname es que tienes razón, le he estado dando vueltas al asunto y no le puedo decir la verdad a Amadeo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● La opinión del padre es determinante en la toma de decisión de los hijos.
<p>Ar. —Pero, ¿por qué?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● El bebé tiene derecho a un padre.
<p>S. —Porque Maribel está enferma y sí está así es por mi culpa. Y Amadeo siempre va a estar ahí para cuidarla. Mi papá también está mal, porque además si se entera que además de estar con un hombre casado voy a tener un hijo de él. ¡Le dá un infarto! Yo no puedo, no puedo arruinar la salud de Maribel o la de mi papá y mucho menos la felicidad de un niño: Pedrito.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Los embarazos sólo llegan. ● El decidir sobre su cuerpo es un acto de odio. ● No hay madre sin padre. ● El embarazo es un hecho definitivo. ● El hombre decide sobre el cuerpo de la mujer
<p>Ar. —Pero es que no eres tú sola, Sandy. Este bebé que llevas en el vientre tiene derecho a tener un padre.</p>	
<p>S. —Sí, pero este hijo se equivocó de momento.</p>	
<p>Ar. —¿Qué estás diciendo?</p>	
<p>S. —¡Que llegó en un mal momento! Yo no lo decidí.</p>	
<p>Ar. —No, Sandy. Sí piensas así te vas a odiar a ti misma, los hijos no llegan en un buen momento; simplemente vienen. Y contigo va a encontrar un gran amor.</p>	
<p>S. —Este no es el caso Ary. Amadeo no se pude enterar, su padre no se pude enterar de la verdad, y no le voy a hacer daño a tanta gente.</p>	
<p>Ar. —Perdóname, pero tú estás pensando así porque estás mal.</p>	
<p>S. —Estoy mal, estoy pero muy mal. Pero estoy segura de lo que te estoy diciendo... y yo siempre he querido ser madre, pero así no.</p>	
<p>Ar. —Pero ya es muy tarde, ya no hay vuelta atrás.</p>	
<p>S. —(Afirmación con la cabeza). No es así...</p>	
<p>Ar. —Espérate Sandy ¿No estarás pensando en...?</p>	
<p>S. —Déjame sola, necesito estar sola.</p>	
<p>Ar. —¡Sandy! Tú no puedes deshacerte de ese hijo sin antes no haberlo consultado con su padre.</p>	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3

Tabla de análisis crítico del discurso

Capítulo: 163

Fecha: 09/10/08

<p>Diálogos</p>	<p>S. —No, Ary... perdóname, es que tienes razón, le he estado dando vueltas al asunto y no le puedo decir la verdad a Amadeo.</p> <p>Ar. —Pero, ¿por qué?</p> <p>S. —Porque Maribel está enferma y si está así es por mi culpa. Y Amadeo siempre va a estar ahí para cuidarla. Mi papá también está mal, porque además si se entera que además de estar con un hombre casado voy a tener un hijo de él. ¡Le dá un infarto! Yo no puedo, no puedo arruinar la salud de Maribel o la de mi papá y mucho menos la felicidad de un niño: Pedrito.</p> <p>Ar. —Pero es que no eres tú sola, Sandy. Este bebé que llevas en el vientre tiene derecho a tener un padre.</p> <p>S. —Sí, pero este hijo se equivocó de momento.</p> <p>Ar. —¿Qué estás diciendo?</p> <p>S. —¡Que llegó en un mal momento! Yo no lo decidí.</p> <p>Ar. —No, Sandy. Sí piensas así te vas a odiar a ti misma, los hijos no llegan en un buen momento; simplemente vienen. Y contigo va a encontrar un gran amor.</p> <p>S. —Este no es el caso Ary. Amadeo no se pude enterar, su padre no se pude enterar de la verdad, y no le voy a hacer daño a tanta gente.</p> <p>Ar. —Perdóname, pero tú estás pensando así porque estás mal.</p> <p>S. —Estoy mal, estoy pero muy mal. Pero estoy segura de lo que te estoy diciendo... y yo siempre he querido ser madre, pero así no.</p> <p>Ar. —Pero ya es muy tarde, ya no hay vuelta atrás.</p> <p>S. —(Afirmación con la cabeza). No es así...</p> <p>Ar. —Espérate Sandy ¿No estarás pensando en...?</p> <p>S. —Déjame sola, necesito estar sola.</p> <p>Ar. —¡Sandy! Tú no puedes deshacerte de ese hijo sin antes no haberlo consultado con su padre.</p>
<p>Pronombres</p>	<p>Personajes: Ary y Sandy</p> <p>Ambos hablan en primera y segunda persona del singular (yo, tú), cuando se refieren a terceros usan la tercera persona del singular (él o ella).</p> <p>Sólo en una ocasión se habla en el primera persona del plural (Voy a tomar la mejor decisión para todos)</p> <p>Enfatizando siempre la acción que ellos no quieren/pueden realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● No le puedo decir la verdad. ● Yo no puedo. ● Yo no lo decidí.

<p>Pronombres</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Yo siempre he querido ser madre, pero no así. ● No puedes deshacerte de ese hijo. ● No eres tú sola. <p>Ary y Sandy se comunican usando pronombres cíclicos (objeto directo) o encíclico (indirecto), funciona para remarcar la acción verbal:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Te vas a odiar a ti misma. ● No puedes deshacerte de ese hijo. ● Estoy segura de lo que te estoy diciendo. ● No te entiendo. ● No tienes porque meterte. ● No le voy a decir (indirecto). ● No le voy hacer daño a tanta gente. <p>Al referirse a terceros se usan ese o este, la relación está en función de la cercanía o lejanía hacia el objeto/sujeto (el bebé):</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ese bebé que llevas en el vientre. ● Este hijo se equivocó de momento. ● No puedes deshacerte de ese hijo.
<p>Verbos/ Acciones</p>	<p>Los personajes mantienen los diálogos en tiempo presente, sólo hacen vinculación al pasado para justificar acciones no ideadas por celos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Yo no lo decidí (su embarazo no fue decisión suya). ● Yo siempre he querido ser madre (lo quería, ahora que lo es no lo acepta). <p>Los verbos empleados para enfatizar la imposibilidad de realizar una acción son: poder y querer, ambos se acompañan de un “no” que funge en el enunciado como un adverbio de modo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● No le puedo decir la verdad. ● No puedo arruinar la salud de Maribel o la de mi papá y mucho menos la felicidad de un niño: Pedrito. ● Tu no puedes deshacerte de ese hijo ● No eres tú sola, eres tú y tu hijo. ● Los verbos “tener” y “haber” están vinculados a los derechos y obligaciones de los personajes. ● Ese bebé que llevas en el vientre tiene derecho a tener un padre. (Da un derecho). ● Tú no puedes deshacerte de ese hijo sin antes no haberlo consultado con su padre. (Puntualiza una obligación). <p>Los verbos relacionados con el embarazo tienen varios matices; por ejemplo: se relaciona al embarazo como una acción negativa</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Este hijo se equivocó de momento (el error es vinculado al hijo no a la acción de la madre). ● ¡Que llegó en muy mal momento! Yo no lo decidí (el momento de la maternidad es malo por ser una madre soltera).

<p>Verbos/ Acciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Este no es el caso Ary. Amadeo no se puede enterar, su padre no se puede enterar de la verdad, y no le voy hacer daño a tanta gente. • Yo siempre he querido ser madre, pero no así. <p>Desde una perspectiva positiva que califica la acción de Sandy y, que a la vez, sirve para detonar otras acciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si piensas así te vas a odiar a ti misma, los hijos no llegan en un buen momento: simplemente vienen. • Perdóname, pero tú estás pensando así porque estás mal. <p>Las acciones verbales que refieren al aborto hacen presente al concepto vía otros verbos/ acciones; como se expresa en este diálogo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pero ya es muy tarde, ya no hay vuelta atrás (no hay solución más que ser madre). • No es así (dando la intension de que no tener al hijo también es una opción). • ¿No estarás pensando en...? (abortar). • Déjame sola, necesito estar sola (la soledad en función de meditar la opción del aborto, acción que se puntualiza en el siguiente enunciado). • ¡Sandy! Tú no puedes deshacerte de ese hijo sin antes no haberlo consultado con su padre. (Deshacerte sinónimo de abortar para la situación). • Voy hacer lo que creo que será lo mejor para todos (La decisión es suya, pero el beneficio es para todos).
<p>Adjetivos/ Calificación</p>	<p>Nuevamente los adjetivos “feliz” y “mal” son ejes que simbólicamente sirve para contraponer lo que implica un embarazo no deseado y, posteriormente, la acción de abortar.</p> <p>Embarazo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maribel está enferma y si está así es por mi culpa. Y Amadeo siempre va a estar ahí para cuidarla. Mi papá también está mal, porque además, si se entera que además de estar con un hombre casado voy a tener un hijo de él. ¡Le dá un infarto! Yo no puedo, no puedo arruinar la salud de Maribel o la de mi papá y mucho menos la felicidad de un niño: Pedrito. <p>Sandy se siente culpable de causar la enfermedad de la mujer de Amadeo (su amor), esta oración hace explícito que el embarazo causará más daño (enfermedad), no sólo a Maribel y Amadeo, sino también a su padre, pues las palabras “hombre casado” vinculadas a “estar con él y tener un hijo de él” remarcan dos hechos negativos: ser adúltera (la otra) y embarazarse de un hombre casado. Esto provoca la infelicidad de un niño, pues de enterarse de esto sus padres se divorciarían.</p> <p>Aborto:</p> <p>Transcribo el diálogo para ejemplificar el papel de los adjetivos en la oposición de lo que es considerado bueno y malo</p> <p>Ar.— Ese bebé que llevas en el vientre tiene derecho de tener un padre.</p> <p>S.— Sí, pero este hijo se equivocó de momento.</p> <p>Ar.— ¿Qué estás diciendo?.</p> <p>S.— ¡Qué llegó en muy mal momento! Yo no lo decidí (Lo malo está en función de las circunstancias del embarazo).</p>

<p>Adjetivos/ Calificación</p>	<p>Ar.— No, Sandy; si piensas así te vas a odiar a ti misma, los hijos no llegan en un buen momento: simplemente vienen, y contigo va a encontrar un gran amor (los hijos llegan, habla de la caracterización maternal de la mujer que siempre tiene un gran amor para sus hijos, no importando el momento).</p> <p>S.— Este no es el caso Ary... Amadeo no se puede enterar. Su padre no se puede enterar de la verdad; y no le voy hacer daño a tanta gente.</p> <p>Ar.— Perdóname, pero tú estás pensando así porque estás mal (pensar en no tener al bebé está mal).</p> <p>S.— Estoy mal, estoy pero muy mal; pero estoy segura de lo que te estoy diciendo... y yo siempre he querido ser madre, pero así no.</p> <p>Ar.— Pero ya es muy tarde, ya no hay vuelta atrás (en ambos casos "muy" sirve para enfatizar el adjetivo al precisar la acción. Por ejemplo, "muy mal" significa que el embarazo la tiene en una situación límite; en el caso de "muy tarde" expresa que la acción del embarazo no se puede evadir).</p>
<p>Frases retóricas e interpretación</p>	<p>S. —Si se entera que además de estar con un hombre casado voy a tener un hijo de él. ¡Le dá un infarto! Yo no puedo, no puedo arruinar la salud de Maribel o la de mi papá y mucho menos la felicidad de un niño: Pedrito.</p> <p>Ari. —Este bebé que llevas en el vientre tiene derecho a tener un padre.</p> <p>No hay posibilidad de que la mujer decida ser madre/padre.</p> <p>S. —Sí, pero este hijo se equivocó de momento.</p> <p>S. —¡Que llegó en un mal momento! Yo no lo decidí</p> <p>Ar. —Sí piensas así te vas a odiar a ti misma, los hijos no llegan en un buen momento; simplemente vienen. Y contigo va a encontrar un gran amor.</p> <p>Prevalece una visión de que los hijos llegan (cocepción religiosa). No se planean.</p> <p>La mujer no decidió embarazarse, pero sí decidió tener una relación sexual.</p> <p>El no querer estar embarazada es un acto de odio hacia el bebé y la propia mujer.</p> <p>Las mujeres tienen un instinto maternal innato.</p> <p>S. —Yo siempre he querido ser madre, pero así no.</p> <p>Ser madre, sin padre es impensable.</p> <p>A. —Pero ya es muy tarde, ya no hay vuelta atrás.</p> <p>La condición de "estar embarazada" es total.</p> <p>A. —¿No estarás pensando en...?</p> <p>A. —¡Sandy! Tú no puedes deshacerte de ese hijo sin antes no haberlo consultado con su padre.</p> <p>S. —Voy hacer lo que creo que será lo mejor para todos.</p> <p>La mujer no puede decir sobre sí misma o sobre su cuerpo sin consultarlo con un hombre. La decisión de la mujer está en función del bien de los demás y no el suyo.</p>

Fuente: elaboración propia.

*Ciudadanos de ficción:
representaciones y discursos ciudadanos en las telenovelas mexicanas*

Núm. 2

Se terminó de editar en septiembre de 2012
en Epígrafe, diseño editorial
Verónica Segovia González
Marsella Sur 510, interior M, Colonia Americana
Guadalajara, Jalisco, México
La edición consta de 1 ejemplar