



Número 10, Año 3, Abril-Junio 1998

| Número del mes | [Anteriores](#) | [Contribuciones](#) | [Sobre la Revista](#) | [Sitios de Interés](#) | [Directorio](#) | [Ediciones Especiales](#) |

Hacia una Nueva Cultura Televisiva: Análisis de los Públicos de la Telenovela Mirada de Mujer

Por: [Karla Y. Covarrubias Cuéllar](#) y [Ana B. Uribe Alvarado](#) (*)

Introducción

Pensar la investigación social en tiempos del fin de siglo y de milenio, nos motiva a compartir inmensurables esfuerzos y energía para emprender nuestro que hacer cotidiano como investigadores e investigadoras sociales. Así el Programa Cultura con buen corazón y tesón, ha configurado a lo largo de varios años diversos vínculos académicos, afectivos con muchas universidades y grupos de trabajo del país. A partir de redes sociales y del ciberespacio se ha configurado un “espíritu de red” donde estudiantes, artistas, investigadores y académicos (de todos los niveles y áreas de formación), nos retroalimentamos y reconocemos como parte de una misma apuesta por el trabajo de investigación.

La investigación en red implica que la conquista de nuestros objetos de estudio, dependa sólo de nuestros propios recursos, es decir, que nuestras condiciones para producir investigación, se sustenten cada vez más en una cultura de autofinanciamiento, de colaboración, de disposición y por supuesto de sentido.

A partir del surgimiento del Programa Cultura (1) de la Universidad de Colima, los investigadores Jorge A. González y Jesús Galindo Cáceres han sido motivadores y propulsores de la red de investigación en nuestro país. Desde entonces hasta tiempos recientes, se han abierto una diversidad de espacios de crecimiento a partir de las expectativas que ha generado la red de investigación. Bajo este contexto, destacamos el proyecto de investigación sobre Telenovelas en México puesto en marcha en 1987. Este proyecto estuvo conformado por tres grandes áreas de investigación: la producción de la telenovela, la composición textual del género y los usos y apropiación social de éste por el televidente cautivo. En este tiempo histórico, surge también el proyecto de investigación sobre Cultura Regional y Cultura Nacional. En 1993 hubo otro proyecto de alcance nacional compartido en red, fue el llamado La Formación de las Ofertas Culturales y sus Públicos en México, Siglo XX (Genealogías, cartografías y prácticas culturales). Hoy en 1998 compartimos también en red el proyecto de investigación sobre Educación y Tecnología, que tiene como expectativa reflexionar sobre la relación de los sujetos con la tecnología, así como el proyecto que hoy presentamos, Hacia una nueva cultura televisiva: Análisis de los públicos de la telenovela Mirada de Mujer.

Además de los proyectos de investigación trabajados en red, se han generado otras actividades académicas como el Grupo de Jueves, un grupo de charla abierta, académico, cuyo corazón está conformado por doce personas que discuten en la ciudad de México sobre temáticas diversas en torno a la cultura contemporánea. De este grupo de discusión surge la propuesta de fomentar una cultura de investigación en este país, para ello se estructuró el Diplomado en Técnicas de Investigación en Cultura, Sociedad y Comunicación que se ha

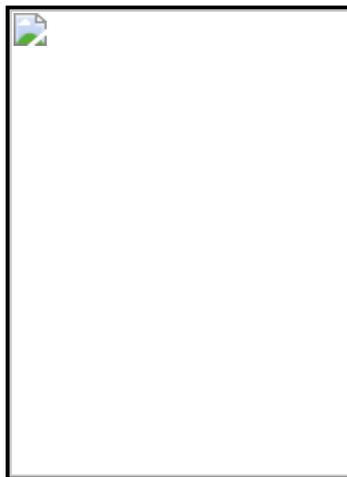
impartido hasta ahora en doce universidades mexicanas. Asimismo, a lo largo de todos estos años, al interior de cada una de las universidades que se integran a la red, se han organizado una diversidad de cursos, seminarios, talleres, charlas, mesas de discusión, con el objetivo de incrementar la formación académica de los equipos de trabajo

Las expectativas de la red de investigación continúan, la Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas intenta generar una cultura de expresión escrita en los jóvenes investigadores. En 1996, en la Universidad de Colima se llevó a cabo el I Coloquio de Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, en 1997 este mismo evento académico se realizó en la facultad de Artes Visuales de la Universidad Autónoma de Nuevo León, en Monterrey, y 1998 se llevará a cabo en la Universidad Iberoamericana Campus-León, el objetivo es crear un espacio de discusión para que los jóvenes investigadores de la generación de los años veinte, puedan expresar sus ideas acerca del trabajo académico y sus propuestas de investigación. En este marco de la red, también queremos mencionar el Coloquio Generación McLuhan realizado en 1997 en la Universidad Intercontinental de la ciudad de México; en este evento asistieron más de sesenta jóvenes investigadores de la comunicación nacidos en los años sesenta.

Como producto de esta energía en colectivo, existen otras propuestas que se están trabajando en red, muchas son las personas las que han participado con su calor afectivo a través del tiempo (2). El corazón de esta cultura en red, se sitúa en la llamada Red de Investigación, Creación y Cosmovisión que ha sido configurada con la finalidad de objetivar la conformación de estos grupos de trabajo en el ciberespacio. Es pues bajo esta filosofía que queremos compartir hoy, una de nuestras apuestas por trabajar la investigación en red.

En este contexto de eventos académicos e investigaciones nacionales de la red, ubicamos el proyecto de investigación Hacia una nueva cultura televisiva: Análisis de los públicos de la telenovela Mirada de Mujer. Con él pretendemos reflexionar en términos de los usos y apropiación social de la nueva puesta en escena del género Telenovela en México. Esto nos vincula necesariamente con el proyecto de investigación sobre la telenovela de 1987, sólo que ahora queremos trabajar con este género televisivo bajo una metodología distinta. Este proyecto de investigación, tiene la finalidad de reflexionar académicamente sobre los públicos de la telenovela Mirada de Mujer, así como fomentar la cultura de red, es decir, generar conocimiento de manera horizontal desde diversos espacios académicos que configuren a su vez una cultura de autoorganización.

El proyecto de investigación que presentamos, está compuesto en dos partes, la primera hace referencia a nuestras preguntas de investigación, así como a los objetivos generales y particulares de cada área académica que componen al proyecto y en la segunda, planteamos la metodología de investigación y los protocolos del trabajo de campo. Vayamos pues a conocer cuál es el sentido de este proyecto de investigación, así como los retos que plantea el propio trabajo en red, esto a los ojos y a la experiencia de setenta investigadores mexicanos.



"La Voz"
Cordelia Urueta, 1958.

I. Justificación del objeto de estudio

Reflexionar en torno de la presencia y suceso de las telenovelas en este país, es entender los procesos de interconexión entre las industrias culturales y la vida social. Las telenovelas, como bien sabemos, son un producto cultural de gran atracción para los públicos, pues es un género interclasista que toca todas las esferas de las clases sociales de manera desigual. Pocos estudios serios existen sobre la masiva presencia de las telenovelas en la cultura contemporánea en nuestro país. Después de superar varios prejuicios intelectuales propios de las ciencias sociales de los años sesentas, fue alrededor de la década de los ochentas cuando comenzó a cuestionarse el asunto de las telenovelas desde el campo académico (3).

En 1951, cuando se transmitió en México la primera telenovela, desde entonces éstas no han dejado de producirse ni de transmitirse. Así, la empresa mexicana Televisa durante más de cuarenta años ha acaparado el monopolio nacional de producción de este género televisivo. En los últimos dos años, aparecieron en la pantalla chica las telenovelas de la empresa TV-Azteca. Con esta nueva puesta en escena, se ha venido a reafirmar la conocida “guerra de televisoras”, pues ambas empresas tratan de luchar por la conquista de los públicos. Con la aparición de la controvertida telenovela Nada personal en 1996, TV-Azteca prácticamente fundó su proyecto de producción en este género. Posterior a esta telenovela le han seguido otras como Al norte del corazón, Mirada de Mujer, Demasiado Corazón, La chacala y recientemente Señora y Perla. Así, TV-Azteca poco a poco ha ido consolidando en su programación a este género televisivo incorporando cuadros de profesionales, algunos de ellos han llegado incluso de la propia empresa Televisa.

Vemos entonces que las telenovelas de TV-Azteca han adquirido un perfil singular (en el formato y en el contenido) que dista mucho de parecerse a las típicas telenovelas producidas por Televisa. Encontramos también en esas telenovelas temáticas que no se habían tocado en las telenovelas tradicionales, por ejemplo los problemas económicos y políticos del país, los problemas de la mujer, el narcotráfico, la crisis del ideal de felicidad, la sexualidad, la moralidad, por citar algunos. Con la introducción de este tipo de temáticas, nos interesa saber cómo se está conformando una nueva cultura televisiva en ciertos estratos sociales de México (suponemos que con gustos y preferencias más diversificadas, más abiertas y plurales). En ese sentido, creemos que es sumamente importante reflexionar sobre el papel que juega esta nueva oferta televisiva en nuestro país (a partir de la aparición de TV-Azteca), y con ello reflexionar, acerca de la aparición de un nuevo cuadro de producción de telenovelas.

Con la telenovela Mirada de Mujer, por ejemplo, nos damos cuenta que el rol social de la mujer se escenifica de manera diferente al rol tradicional que juega la figura femenina en las telenovelas producidas por Televisa. Esta telenovela puede ser un pretexto para que muchas mujeres (el público cautivo de las telenovelas en México) de este país se cuestionen sobre su papel que desempeñan como madres y esposas (sobre la posición subordinada con respecto al marido y sobre la posibilidad de conquistar su vida profesional), así como de plantearse expectativas de vida de otra manera. Con esta visión pensamos que los públicos pueden usar los medios de comunicación con fines diferentes a los tradicionalmente establecidos hasta ahora por los contenidos presentados por las ofertas televisivas (donde la felicidad no sólo puede ser cuento de hadas, donde la niña pobre se casa con hombre rico). En realidad poco sabemos acerca de lo que está pasando a nivel de concepción, percepción, interacción y apropiación de ciertos públicos con esta telenovela. De esta manera, el proyecto que presentamos ahora, tiene la finalidad de explorar, conocer y reflexionar sobre la trayectoria de producción de telenovelas Mirada de Mujer y su relación con ciertos públicos cautivos mexicanos.

Hasta ahora, se han hecho pocos estudios sobre la relación de los públicos mexicanos con este género televisivo. Así hace poco menos de diez años, pudimos obtener interesantes datos sobre el análisis global de este producto cultural complejo (4), sobre la relación del género con las audiencias (5), el análisis textual (6), y sobre la producción (7). Sin embargo, estos estudios, aunque valiosos, necesitan renovar sus preguntas de análisis adaptándolas a las nuevas lógicas de producción y recepción televisiva. En ese sentido, pensamos que este proyecto de investigación podrá dar hasta cierto punto, cierta continuidad al proyecto de telenovelas latinoamericanas y mexicanas puesto en marcha en 1987 (8), además servirá también como punta de lanza para reflexionar en torno al tipo de cultura televisiva que se ha venido conformando en nuestro país con la producción de estos nuevos formatos y puestas en escena por TV-Azteca. Por ello, el objetivo de nuestro trabajo es deshilvanar en términos reflexivos, la compleja madeja que entreteje las relaciones existentes entre las lógicas de producción de telenovela en TV-Azteca, con las lógicas de consumo de este producto cultural concreto por los públicos cautivos. Para ello hemos elegido la telenovela Mirada de Mujer, transmitida actualmente en horario nocturno de 21:00 a 21:30 hrs.

Para intentar dar respuesta a nuestras inquietudes, hemos pensado que podemos generar información sobre las formas de recepción (percepción y apreciación) que han tenido las telenovelas de TV-Azteca en los públicos mexicanos a través de grupos de discusión en varias ciudades del país. Para ello, hemos integrado a este proyecto de investigación a un grupo de seis universidades: Universidad de Colima, Universidad Intercontinental (D.F.), Universidad Veracruzana, Universidad Iberoamericana Campus León y Campus Tijuana y Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Estas universidades se apoyan en grupos de trabajo que alimentarán el proyecto de investigación sobre la recepción de la telenovela en un periodo de siete meses (enero-agosto) de 1998 (9).

Elegimos estas universidades porque ya existen antecedentes de proyectos de investigación en conjunto (10), trabajo que ciertamente ha dado resultados satisfactorios para la investigación de las ciencias sociales en nuestro país (11), y sobre todo para la generación de nuevos cuadros de investigadores (12). Interesa trabajar este proyecto en red, porque pensamos que podemos integrar energías y sentidos de trabajo en conjunto, y con ello pues, generar información para estudiar los comportamientos a lo largo y ancho de todo el país a partir de la región. No es fácil integrar redes y trabajar en colectivo, sin embargo, la experiencia nos sugiere la posibilidad de pensar en red la configuración del campo académico en el próximo milenio (13).

II. Objetivos

1. La relación telenovela y públicos en México

Objetivo general

Para dar continuidad al proyecto de telenovelas iniciado en el Programa Cultura en el año de 1987, nos interesa comprender cómo se construye la relación de las telenovelas de TV-Azteca con los públicos mexicanos, qué tipo de cultura televisiva se ha venido conformando con esta relación.

Objetivos particulares

1. Cuál es el nivel de identificación, uso y apropiación que los públicos mantienen con la telenovela Mirada de mujer
2. De qué depende el tipo de lectura que los públicos hacen de éste producto cultural
3. Cuál es el peso específico que tiene la telenovela en la vida cotidiana de los sujetos cautivos

2. La telenovela desde la cultura regional

Objetivo general:

Si tomamos como base el apoyo de la red de Investigación del Programa Cultura, interesa conocer cuál es el comportamiento que tienen los públicos con la telenovela Mirada de Mujer transmitida por la TV-Azteca en seis ciudades del país: Colima, León, Tijuana, Veracruz, San Luis Potosí y el Distrito Federal. Con ello, pretendemos reflexionar sobre los usos y apropiaciones del melodrama en estas regiones del país.

Objetivos particulares

1. Cuáles son los comportamientos (formas de percepción y apreciación) en cada ciudad (semejanzas y diferencias)
2. De qué parámetros culturales regionales dependen los comportamientos específicos de cada ciudad
3. Qué tipo de valores sociales incorporan los públicos en cada región analizada

3. La telenovela como género: Mirada de Mujer

Objetivo general

Para analizar la relación de los públicos con las telenovelas en las regiones elegidas, interesa partir de las siguientes unidades de análisis: la familia, el amor, la mujer y el hombre, aquí nos planteamos trabajar una perspectiva de ambos géneros. Y trabajaremos a su vez con las siguientes variables (características o cualidades de las unidades de análisis): edad, sexo, posición social y competencia telenovelesca.

Objetivos particulares

1. Cuál es el tipo de lectura que hacen de la telenovela hombres y mujeres entre 35 y 45 años de edad de las seis regiones antes mencionadas
2. Cuál es el tipo de uso y apropiación social del melodrama que hacen estos hombres y mujeres de clases social media y baja.
3. Cómo y de qué manera se representa a la familia (como valor social y moral) en la telenovela Mirada de Mujer
4. De qué manera se escenifican los conflictos sociales y culturales en la telenovela Mirada de Mujer y cómo son percibidos por los públicos cautivos
5. Cómo se construye la relación entre los públicos y la telenovela los siguientes tópicos: telenovela y el mundo de la afectividad, telenovela y éxito/fracaso, telenovela y cuerpo (moral), telenovela y nuevo lenguaje televisivo, telenovela y estética.



"Autorretrato"
Cordelia Urueta, 1965

III. Metodología: Protocolo de investigación

1. La telenovela Mirada de Mujer y la recepción

Como ya lo mencionamos, nos interesa conocer el tipo de relación que establecen cierto tipo de públicos mexicanos con la telenovela, por ello seleccionamos la telenovela Mirada de Mujer transmitida en los horarios nocturnos de mayor audiencia. Mirada de Mujer, ha sido una telenovela que ha marcado un cierto tipo de reflexión en torno a la problemática femenina y los roles sexuales en la vida social.

Estamos conscientes de que el análisis de un tipo de objeto de estudio como este, no puede entenderse de manera aislada, sino que es necesario reflexionar en torno a otros dos puntos centrales: el aspecto de la producción y el del contenido particular de los teledramas. Ciertamente, analizar los públicos sin tomar en cuenta las políticas de producción de la empresa así como los contenidos específicos que nos muestra el texto audiovisual, es dejar de lado reflexiones fundamentales. A pesar de considerarlas importantes, pensamos que por el momento no podemos aventurarnos a trabajar dentro de los foros de producción, sólo trabajaremos con las formas de lectura social y de relación que los públicos tiene con la telenovela.

2. Las técnicas de investigación

Grupos de discusión

Pensamos que es una técnica con la cual se puede trabajar en profundidad el objeto de estudio. Con los grupos de discusión se puede obtener un amplio conjunto de significados sociales (a través de discursos de los informantes) útiles y pertinentes para responder a nuestras preguntas de investigación. Las condiciones de

producción de estos sentidos socioculturales implica una intensa interacción entre informantes. Así el grupo de discusión como técnica de investigación es en principio, una técnica cuyo diseño es abierto y no cerrado como lo es el diseño de la encuesta. Estas sesiones de grupo estarán conformadas mínimo por cinco informantes y máximo por nueve, se pretenderá siempre que los grupos seas impares. Con esta técnica de investigación, queremos explorar la relación de la telenovela con el mundo de la vida cotidiana.

Los grupos de discusión producidos en cada ciudad, nos darán mapas culturales con los cuales podremos trazar algunas configuraciones regionales y en esta medida emprenderemos un análisis comparativo.

Etnometodología/ASBI

La etnometodología consiste en el uso de materiales visuales como recurrencia en la producción de significados sociales acerca de nuestro objeto de estudio. Esta técnica de investigación nos permite hacer que los informantes exterioricen a partir de imágenes, sus percepciones y apreciaciones acerca de la telenovela. Para ello utilizaremos imágenes de los actores de Mirada de Mujer, así los informantes explayarán sus diferentes puntos de vista sobre el material mostrado que funcionará como detonador para producir amplios universos de sentidos y nuevos significados culturales, nuevos observables del objeto de estudio. Esta producción discursiva también se hará bajo el diseño de grupo de discusión y con ello, en los grupos ASBI (14), exploraremos el manejo de dos técnicas de investigación cualitativa, es decir, trabajaremos con una técnica “híbrida”.

Cada ciudad de la red de investigación levantará un total de nueve grupos de discusión, de los cuales ocho serán producidos con la técnica de grupo de discusión y el noveno será trabajado con ASBI . Obtendremos por tanto una muestra cualitativa de cincuenta y cuatro grupos para el análisis global (cuarenta y ocho sesiones de grupo y seis grupos ASBI). El diseño de los grupos de discusión para esta investigación ha sido el siguiente:

Edad	Estrato Social	Género	Nivel de Competencia
35-45	Medio Bajo	-Hombres -Mujeres	-1a. vez que la ve - Siempre y/o frecuentemente

Grupo 1

Género: Mujeres

Estrato Social: Medio

Nivel de competencia: Primera vez que ve telenovela

Grupo 2

Género: Mujeres

Estrato Social: Bajo

Nivel de competencia: Primera vez que ve telenovela

Grupo 3

Género: Mujeres

Estrato Social: Medio

Nivel de competencia: Siempre y/o frecuentemente ve telenovela

Grupo 4

Género: Mujeres

Estrato Social: Bajo

Nivel de competencia: Siempre y/o frecuentemente ve telenovela

Grupo 5

Género: Hombres

Estrato Social: Medio

Nivel de competencia: Primera vez que ve telenovela

Grupo 6

Género: Hombres

Estrato Social: Bajo

Nivel de competencia: Primera vez que ve telenovela

Grupo 7

Género: Hombres

Estrato Social: Medio

Nivel de competencia: Siempre y/o frecuentemente ve telenovela

Grupo 8

Género: Hombres

Estrato Social: Bajo

Nivel de competencia: Siempre y/o frecuentemente ve telenovela

Grupo 9/ASBI

Género: Mujeres

Estrato Social: Medio

Nivel de competencia: Siempre y/o frecuentemente ve telenovela

Cada equipo de investigación en su ciudad, conformará sus propios grupos de discusión para trabajar metodológicamente bajo estas dos técnicas cualitativas; la apuesta de la red de investigación es hacer el levantamiento de información de manera simultánea durante el mes de marzo en las seis ciudades participantes. Cada representante de ciudad elegirá el lugar más adecuado para trabajar con los grupos de discusión y todas las sesiones de grupo serán grabadas con una cámara de vídeo VHS y grabadora de audio.

3. Delimitación temporal y espacial

Para la realización de esta investigación, se propone trabajar en un periodo de siete meses. Este periodo comprende cuatro reuniones nacionales de trabajo (cada una con objetivos concretos: presentación del proyecto y diseño del protocolo de investigación, capacitación para el manejo de las técnicas de investigación, capacitación para el análisis regional y global) con dos representantes de cada universidad. De manera simultánea en esta temporalidad, se desarrollará el proyecto de investigación bajo las siguientes etapas: reclutamiento, levantamiento de información, transcripción, análisis por región del país y análisis global.

a). Cursos de capacitación

Los cursos de capacitación para los preceptores de las sesiones de grupo (impartido por el Dr. Jesús Galindo) y para los moderadores de la técnica de ASBI (impartido por el Dr. Regginald Clifford) se llevaron a cabo del 23 al 28 de febrero de 1998 en el Programa Cultura del Centro de Investigaciones Sociales de la Universidad de Colima. En esta semana de trabajo académico acudieron al menos dos representantes de cada universidad. Para estos dos cursos de capacitación se hicieron dos pruebas piloto.

Después de largas horas de reflexión y de varios ejercicios en torno a una hermenéutica colectiva, se definió el Campo Semántico de nuestra investigación, es decir, los límites y referentes de significado que demilitan el corazón de la investigación. Por tanto, este campo semántico fue definido como los Usos y Apropiación Social de la telenovela Mirada de Mujer. Entendemos por ello a las diferentes formas de relación e interacción de los sujetos con la telenovela desde la vida cotidiana en las diferentes regiones del país (relación TVN-Vida real).

A partir de esta misma dinámica hermenéutica, acordamos que para echar a andar las producciones discursivas de las Sesiones de Grupo en cada ciudad, utilizaremos cuatro detonadores básicos (disparadores de sentido que tocan el corazón del campo semántico) que se emplearán en las sesiones de grupo en el siguiente orden de prioridad:

Primer detonador: Vamos a hablar de la relación que ustedes ven en la telenovela Mirada de Mujer con la vida real...

Si no funciona...

Segundo detonador: Vamos a hablar de la relación de María Inés con Paulina y Mamá Lena...

Si no funciona...

Tercer detonador: Vamos a hablar de aquel momento en que Ignacio deja a María Inés por una mujer joven...

Si no funciona...

Cuarto detonador: Vamos a hablar de las escenas de la telenovela Mirada de Mujer que ustedes más recuerdan...

Para las sesiones de grupo ASBI se establecieron cuatro detonadores que también se utilizarán en orden de prioridad y en función de las siguientes imágenes:

Primer detonador: Platíqueme lo que quieran sobre estos personajes... (mostrar un amplio conjunto de fotos de los personajes de la telenovela Mirada de Mujer)

Si no funciona...

Segundo detonador: Mover imágenes en triángulo amoroso... (mostrar imágenes de María Inés, Alejandro Salas e Ignacio San Millán)

Si no funciona...

Tercer detonador: Mover nuevamente imágenes en triángulo amoroso-efectivo (mostrar personajes de la telenovela: María Inés, Paulina y Mamá Lena)

Si no funciona...

Cuarto detonador: Mover nuevamente imágenes en triángulo amoroso-afectivo (mostrar personajes de la telenovela: María Inés, Paulina y Andrés)

b). Reclutamiento y levantamiento de información

Una vez diseñados los grupos de discusión, el reclutamiento de los informantes que constituirán cada grupo, habrá iniciado del 1 de febrero y podrá extenderse hasta que se levante el último grupo de discusión, es decir hasta el 28 de marzo. El levantamiento de información ha sido programado del 9 al 20 del mismo mes, considerando que cada ciudad tendrá una semana de "colchón" del 21 al 28. Así cada equipo deberá organizar las condiciones óptimas para producir las nueve sesiones de grupo.

c). La transcripción de los grupos de discusión

La transcripción de todas las sesiones de grupo se realizará del 29 de marzo al 30 de abril de 1998. Aunque es posible iniciar la transcripción a partir de la primera sesión del grupo.

d). Análisis de resultados

En nuestra calendarización tenemos consideradas dos reuniones más de trabajo en red, una de ellas tiene el objetivo de capacitar y reflexionar en torno a las posibles vías de análisis para cada región del país (del 1 al 5 de mayo próximo y del 6 de mayo al 21 de junio cada ciudad participante en el proyecto se responsabilizará a realizar su análisis con sus nueve sesiones de grupo) y la última reunión de la red de investigación, tiene la finalidad de acordar cómo trabajar el análisis comparativo (del 22 al 28 de junio), claro está que una vez analizada la telenovela desde las diferentes regiones. Así para el análisis global, cada ciudad participante deberá entregar su informe final a las coordinadoras del proyecto de investigación el 29 de junio de este año para redactar los resultados finales de la investigación durante el mes de julio y agosto.



"Peces y Tortugas"
Francisco Toledo, 1972

IV. Difusión y divulgación

De este proyecto de investigación obtendremos una compilación global que integrará los resultados obtenidos en cada ciudad, también se publicará en varios órganos de difusión de las universidades participantes, entre ellas contamos con el espacio editorial de la revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas (miembro del padrón de excelencia CONACYT) en Colima y la revista Mas culturas de la Uiversidad Iberoamericana campus-León. Además difundiremos los resultados del proyecto en congresos sobre ciencias sociales y comunicación, tales como CONEICC (Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación), FELAFACS (Federación latinoamericana de Facultades de Comunicación Social) y en seminarios, coloquios y reuniones académicas en el extranjero. Los resultados podrán darse a conocer en órganos de difusión a través del ciberespacio como lo es la revista Razón y Palabra del Tecnológico de Monterrey campus-Ciudad de la ciudad de México, asimismo se harán publicaciones en revistas especializadas en comunicación y cultura en el extranjero.

Esta es pues una apuesta por producir conocimiento en el marco de las redes de la investigación social. Estamos seguras que la riqueza de los procesos de investigación para el futuro, está en las formas colectivas de trabajo, así como en las energías, la creación, la imaginación, la emoción y el sentido de nuestra experiencia vital.

Citas y referencias bibliográficas:

(*) Profesoras e Investigadoras del Programa Cultura del Centro de Investigaciones de la Universidad de Colima y coordinadoras de este proyecto.

[Regreso.](#)

(1) Puede consultarse el documento sobre el origen del Programa Cultura del Centro de Investigaciones Sociales de la Universidad de Colima, México 1986

[Regreso.](#)

(2) Además del trabajo, estos proyectos académicos han impulsado las energías y los afectos de las personas que conforman la red de investigación, entre ellos destacamos la participación nuevamente de Jesús Galindo y Jorge González (Universidad de Colima), Héctor Gómez (Universidad Iberoamericana Campus-León), Ricardo Morales (Universidad Iberoamericana Campus-Tijuana), Bernardo Russi (Universidad Intercontinental) y José Amozurrutia.

[Regreso.](#)

(3) Una amplia bibliografía exclusiva sobre el fenómeno telenovela apareció en una publicación del Programa Cultura. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, Núm. 4/5., Universidad de Colima, 1988

[Regreso.](#)

(4) GONZALEZ Sánchez, Jorge A. "La cofradía de las emociones interminables (primera parte)" en: Estudios sobre las culturas contemporáneas, Universidad de Colima, 1988. La segunda parte de esta reflexión puede consultarse en una compilación de GARCIA Canclini, Néstor. "Metodología y Cultura" en: Pensar la

Cultura, CNCA, México 199?

[Regreso.](#)

(5) Al respecto, el trabajo de COVARRUBIAS, Karla, BAUTISTA F. Angélica y URIBE A. Ana Bertha. Cuéntame en qué se quedó! La telenovela como fenómeno social. Editorial Trillas, México 1993. Trabajo que obtuvo el Premio Nacional de Tesis en Comunicación en 1991

[Regreso.](#)

(6) Galindo Cáceres, Jesús. “La telenovela como texto y pretexto” en: Estudios sobre las culturas contemporáneas. Op. Cit., 1988

[Regreso.](#)

(7) Sobre la producción de telenovelas en México ver: CHAVEZ Méndez, Guadalupe. La producción de telenovelas mexicanas y su forma moderna y racional de operar. Tesis de Maestría en Sociología por la Universidad Iberoamericana, México 1992

[Regreso.](#)

(8) Sobre la génesis del proyecto, ver GALINDO Cáceres, Jesús “Vivir y sentir la telenovela” en: Chasqui, Ciespal, Quito Ecuador, 1985, p. 16. y MARTIN Barbero, Jesús “Vida cotidiana, melodrama y televisión” en: Seminario de Investigación, UPB, Medellín, 1986, p. 12

[Regreso.](#)

(9) Los equipos de investigación de este proyecto están conformados por las siguientes personas e instituciones académicas: Universidad de Colima: Ana B. Uribe Alvarado, Karla Y. Covarrubias Cuéllar, Lupita Chávez Méndez, Ana Isabel Zermeño Flores, Angélica Rocha, Claudia Berenice Vergara Hernández, Xóchitl Raquel Castañeda, Ana Mayrena Gutiérrez Manzo, Margarita Ochoa Fernández, Ruth Susana Fausto Zamora, Zulema Navarro Pérez, Mireya Sarahí Abarca Cedeño; Universidad Intercontinental: Berbaro Russi Alzaga, Aarón Borrás; Universidad Veracruzana: Lorena Laurencio Meza, Elizabeth Bonilla Loyo, Aída Marisela González, Audomaro Morales Falcón, Katya Araceli Vargas Contreras, Alma Martínez Maldonado, Mónica Ramírez López, Tiburcio Jesús Sosa Ramírez; Universidad Iberoamericana Campus-Tijuana: Gerardo León, Luz Aída Ruíz, Omar Foglio, Kiyoko Nishkawa, David González Hernández, Yawi Guadalupe Sánchez Pérez, Humberto Huerta, Sergio Brown, Nora Pérez; Universidad Iberoamericana Campus-León: Efraín Delgado, Francisco Morales, Nora Delgado, Héctor Gómez, Luis Zorrilla, Mario de Alba; Universidad Autónoma de San Luis: David Madrigal González, Patricia Almaguer, Jorge Mirabal, Claudia Díaz. Un reconocimiento especial al Dr. Jesús Galindo por la asesoría académica y las energías invertidas para que este proyecto fuera posible.

[Regreso.](#)

(10) El macro proyecto de investigación a nivel nacional coordinado por el Dr. Jorge A. González Sánchez. Al respecto ver la propuesta en “La transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México durante el siglo XX (FOCYP)” en: Estudios sobre las culturas contemporáneas Núm. 18, Universidad de Colima, México 199

[Regreso.](#)

(11) Puede consultarse el libro de GONZALEZ Sánchez, Jorge A. y CHAVEZ Méndez, Guadalupe titulado La cultura en México, Cifras Clave. CNCA y Universidad de Colima, 1995. Otros dos libros que están en prensa son, Cartografías culturales y Genealogías e Historias de vida, próximos a publicarse.

[Regreso.](#)

(12) Resultados parciales se han mostrado en varias tesis de licenciatura defendidas en las ciudades donde se realizó el proyecto. Citamos un conjunto amplio de tesis en Comunicación Social productos del proyecto de investigación FOCYP y defendidas en el año de 1995 en la Universidad de Colima: ALCARAZ, Irma. La firma Vale. Moda femenina en Colima durante el siglo XX; CUEVAS, Ana Josefina. “Estreno nacional: el amorío provinciano del público, la pantalla y la butaca. (Ola historia del cine desde la última fila en algunas poblaciones del sur de Jalisco y e estado de Colima”); RODRIGUEZ, Irma. Una dulce historia que nos narra los modos de apropiación y acumulación de los capitales culturales a través de tres generaciones de artesanos del dulce en Colima en el siglo XX; CARRILLO, Angel. No ser, llegar a ser... Mito y distinción del magisterio en Colima durante el siglo XX: Un relato familiar de tres generaciones. PEREZ, Ivonne. ¿Cómo se llamó la obra? Linaje de coroneras. Telón de fondo ante los públicos y las ofertas generadas por el

comercio dom-éstico y el teatro en Colima, 1900-1993; CARDENAS, Alejandra. Una historia y tres generaciones y un mismo oficio; DIAZ, Belén. Relación de una familia colimense en el campo educativo en el siglo XX.

[Regreso.](#)

(13) GONZALEZ Sánchez, Jorge A. “La voluntad de tejer. Análisis cultural, frentes culturales y redes del futuro” en: Estudios sobre las culturas contemporáneas. Núm 5, Universidad de Colima 1997. GALINDO, Cáceres Jesús “La lucha de la luz y la sombra. Metodología y tecnología de la investigación en sociedad, cultura y comunicación”, para publicarse en Estudios sobre las culturas contemporáneas, 1998.

[Regreso.](#)

(14) Entendemos por ASBI, Análisis Semántico Basado en la Imagen. Esta estrategia metodológica ha sido propuesta para trabajos cualitativos por el Dr. Regginald Clifford, profesor del Diplomado en Técnicas de Investigación. Decidimos incorporar la técnica de investigación ASBI en esta investigación porque nos sugiere una herramienta creativa y novedosa para trabajar la producción discursiva en grupos.

[Regreso.](#)



[Regreso al índice de esta edición](#)

