

Chilenas y su identificación con los personajes femeninos de *Pasión de Gavilanes*¹

Chilean women and their identification with female models of *Pasión de Gavilanes*

RICARDO ISMAEL AGUILERA CORDERO, Universidad de Chile, Santiago, Chile (ricardo.aguilera.cor@gmail.com)

RESUMEN

Las investigaciones publicadas no han profundizado en la importancia de los personajes femeninos desplegados en las telenovelas, que se vuelven referentes para sus telespectadoras. En este sentido, y tomando como objeto de estudio a un grupo de doce mujeres de entre 26 y 64 años de los estratos socioeconómicos C3 y D, el presente trabajo se propone establecer los modos de identificación que surgen a partir de la recepción de los personajes femeninos desarrollados en la última emisión de la telenovela colombiana *Pasión de Gavilanes*. Para conseguir este propósito, se procede a obtener información respecto de la percepción que de tales personajes tienen las consumidoras de la telenovela, tarea realizada a través de entrevistas en profundidad con pauta semiestructurada. Como resultado, se observa que la admiración por un personaje es secundaria si se la compara con la identificación por simpatía, destacando que la figura de la actriz es relevante para seguir la telenovela a través de sus distintos episodios.

Palabras clave: Identificación con personajes femeninos, mujeres, telenovelas.

ABSTRACT

Published research have not delved into the importance of female characters deployed in telenovelas as *Pasión de Gavilanes*, which become references for their viewers, particularly for women. This is why, in this study, we took as reference a group of twelve Chilean women from socioeconomic segments C3 and D, followers of the telenovela, to answer questions regarding which types of identification arise from the exposure to the female roles shown in the last broadcasting of that Colombian telenovela. To achieve this purpose, from a description of the male and female roles of the telenovela, we proceed to obtain –through in-depth interviews with a semi-structured guideline– the information on how women who watch the telenovela perceive them. As a result, we concluded that the admiration for a character is secondary compared to the identification by likeability, stressing that the actress or interpreter is relevant to follow the telenovela through its different chapters.

Keywords: Identification with female characters, women, telenovelas.

•Forma de citar:

Aguilera, R. (2015). Chilenas y su identificación con los personajes femeninos de *Pasión de Gavilanes*. *Cuadernos.info*, (36), 207-218. doi: 10.7764/cdi.36.601

INTRODUCCIÓN

A principios de 2011, el canal Chilevisión programó, por tercera vez en Chile, *Pasión de Gavilanes*, telenovela de factura colombiana, consiguiendo arrebatarle el liderazgo de la franja al canal Mega y sus telenovelas mexicanas, tal como lo evidencia el *rating* del día 2 de febrero de 2011, cuando se convirtió en la telenovela extranjera con mayor sintonía en Chile (Time Ibope, 2013). Dos años después, Chilevisión decidió volver a programarla a las 18:30 horas, para luego trasladarla las 19:30 horas, por su éxito.

Pasión de Gavilanes (2003) es una coproducción de RTI Producciones, Caracol Televisión y Telemundo, escrita por Julio Jiménez y *remake* de *Las aguas mansas*, también realizada por este autor en 1992. Su trama combina drama, comedia y romance, y narra la historia de amor y desamor de los “hermanos Reyes” y las “hermanas Elizondo”. Los personajes tienen características típicas de un entorno campesino, están estereotipados y –en tanto estereotipos– cumplen una función específica dentro de la historia (Mazziotti, 2008).

Pero, por qué estudiar *Pasión de Gavilanes*. En décadas pasadas, desde el campo universitario se generó una corriente fuerte de investigación sobre la telenovela, sus matrices culturales y sus usos sociales.

En segundo lugar, consideramos su crucial importancia para la formación de una nueva categoría de telenovelas. Esta obra audiovisual se encuentra entre aquellas producciones que se circunscriben al modelo globalizado de melodramas. Esta variante, que mezcla elementos modernos con tradicionales, no consolidada como narrativa (como los modelos colombiano, mexicano y brasileño), comprende aquellas historias sindicadas como “novelas transnacionales o novelas globales” (López Pumarejo, 2006, citado en Mazziotti, 2008, p. 8).

En tercer lugar, interesa el vuelco que *Pasión de Gavilanes* le da a la tradicional fórmula de las telenovelas colombianas. En las ficciones producidas en Colombia por Telemundo (con la productora RTI) y las cadenas locales como RCN y Caracol existen dos tendencias para representar la imagen de la mujer, influidas por los cambios sociales y el surgimiento de nuevos formatos: por un lado, la telenovela tradicional; y por otro, la nueva telenovela, que rompe con los estereotipos anteriores explorando nuevos modelos narrativos. Dentro del primer espectro, se encuentran agrupadas aquellas historias en las que mujeres poco agraciadas físicamente se enamoran de hombres con mayor rango profesional, que no valoran la capacidad profesional de ellas. En este mismo nivel están aquellas tramas que

se centran en el amor entre una joven inocente, pobre y, ocasionalmente, inculta, y un rico heredero (Galán, 2007). Es en este esquema que hallamos la telenovela *Pasión de Gavilanes*, en la que se invierte esta fórmula tradicional: ahora son ellas las jóvenes adineradas y ellos los jóvenes de origen humilde.

En cuarto lugar, *Pasión de Gavilanes*, como programa transmitido en la franja de mayor audiencia, se transforma en un producto susceptible de ser visto por una gran cantidad de personas y, en especial, por mujeres de todas las edades, que son las que más horas de televisión consumen diariamente (CNTV, 2013a).

Retomando la primera motivación, debemos decir que los estudios de Jesús Martín-Barbero (1992) sobre melodrama y las mediaciones que existen entre un texto y sus lecturas, abrieron camino a una línea que examina la telenovela aplicando distintos enfoques. Jost (1999) toma como punto de partida el hecho incuestionable de que la realidad es diferente a la ficción, pero es el principal insumo de la ficción. Así, ficción y realidad se constituyen en dos formas de verdad diferentes. A partir de esto, define dos grandes modos enunciativos en la televisión: el modo autenticante, que reenvía a la existencia de un *Yo-Origen real*, categoría que reagrupa las emisiones que buscan informarnos o ponernos en contacto con la realidad. En segundo término, el modo ficcional, que nos reenvía a un *Yo-Origen ficticio*. Este modo enunciativo agrupa las emisiones que tienen por objetivo la construcción de un mundo diegético, imaginario y coherente. Es en este nivel que encontramos las telenovelas, en los que se llaman géneros televisivos de primer grado (de segundo grado son aquellos programas que incluyen en la ficción parte de la realidad como motor del relato).

Consumiendo este tipo de contenidos –siguiendo en esto a Bianchi y Bourgeois (1992)–, el telespectador opera de tal forma que modifica la propuesta de sentido del medio de comunicación, en una secuencia que incluye el proceso de identificación. Ese es el aspecto que nos va interesar abordar en relación con los personajes femeninos desplegados en la telenovela *Pasión de Gavilanes*. En esta dirección, el Consejo Nacional de Televisión (CNTV, 2013b), hasta el año 2009, desarrolló una línea de investigación focalizada en la televisión y la mujer. La *VI Encuesta Nacional de Televisión – Mujer y TV* (CNTV, 2009) destacó la importancia que tienen los estereotipos e imágenes que transmiten los medios de comunicación, ya que se arraigan profundamente en las mentalidades y perduran en el tiempo (Ortiz, 2001, citado en CNTV, 2009). Por este motivo, es importante

saber cuáles son los modos de identificación que surgen a partir de los modelos femeninos desplegados en telenovelas como *Pasión de Gavilanes*.

En tal línea, haciéndonos cargo de una arista no abordada por los estudios oficiales (CNTV) y solo analizada en investigaciones académicas en relación con un público adolescente, y teniendo como referencia una telenovela chilena (Amigo, 2002), es que nos planteamos la siguiente pregunta: ¿cuáles son los modos de identificación que surgen en un grupo de mujeres adultas, de los estratos socioeconómicos C3 y D, a partir de la recepción de los personajes femeninos desplegados en la última emisión de la telenovela *Pasión de Gavilanes*? Como posible respuesta a esta interrogante propusimos la siguiente hipótesis (a partir del trabajo de Bernardo Amigo, 2002): la recepción de los personajes femeninos desplegados en la telenovela *Pasión de Gavilanes* provocaría en un grupo de mujeres adultas (de entre 26 y 64 años) de los estratos C3 y D, en primer término, una identificación asociativa escasa o nula. En segundo lugar, la identificación catártica sería generalizada, mientras que la identificación por simpatía estaría por sobre la identificación admirativa. Por otra parte, la figura de la actriz sería de vital importancia para el proceso de identificación con el personaje y seguimiento de la ficción.

MARCO TEÓRICO

Cuando hablamos de una telenovela, es clave la idea que se tenga de melodrama, que aquí entendemos como un relato centrado en el mundo privado y cotidiano, apoyado en una exacerbación del elemento sentimental-amoroso, que se articula a través de la dialéctica regular entre deseo e impedimento, ya que muestra el enfrentamiento de modelos de regulación social antagónicos. En su versión televisiva, el melodrama se estructura a partir de un conjunto de reglas de producción permanentes, pero también transgredibles, que reflejan un modo de mediación particularizada de lo real (Tesche, 2006).

Los modelos que se enfrentan en el mundo de la telenovela no tienen igual peso dentro de la trama: uno de ellos está identificado como lo correcto y justo, y el otro, como lo injusto y lo malo. Este choque se manifiesta en cuatro matrices tradicionales. La primera es la de deseo/amor/impedimento. En ella hay una mujer y un hombre que luchan por defender su amor y conseguir consolidar, no sin dificultades, la felicidad de una pareja monogámica y heterosexual, que edificará una familia cimentada en el matrimonio religioso (Aprea & Martínez, 1996).

La estructura tradicional de una telenovela pone a dos mujeres que se disputan el amor de un mismo hombre. La que debe pelear por el bien y el amor de su hombre es la "Heroína", que es abnegada y humilde, y tiene sexo por amor y pensando en el sagrado vínculo matrimonial. Quiere al "Héroe" y busca liberarlo del poder de la mujer-verdugo, para que él la pueda guiar (Roura, 1993). Su contraparte es la "falsa Heroína", que es fuerte, ambiciosa, clasista, individualista e infiel. Tiene sexo sin amor y lucha por sus objetivos sin pensar en el resto. Personifica el mal y encarna el modelo femenino contrario (Gómez, 2006, citado en Corro et al., 2009).

El "Héroe", por su parte, es infiel y astudizo. Es manipulado por su familia y las estrategias de seducción de la "falsa Heroína". Estas tretas no bastan para vencerlo, ya que finalmente se libera de ellas y se vuelve parte del proyecto de vida de la "Heroína" (Corro et al., 2009). A la figura del "Héroe" se contraponen la figura del "Justiciero", que no duda de la legitimidad de los valores propuestos por la "Heroína", por lo que la ayuda fielmente (Martin-Barbero, 1992). También es importante el rol de la "Madre", que es abnegada y ampara a la protagonista frente a cualquier eventualidad. La "Madre" simboliza la moral y el cuidado de los intereses de su hija, procurándole un hombre rico y bueno (Roura, 1993).

En este sentido, la estructura de la telenovela está marcada por el protagonismo de los roles femeninos, encuadrado en un trabajo llevado a cabo por los medios de comunicación a partir de la "revolución feminista de los setenta", que buscó conseguir derechos económicos, políticos, sociales y culturales iguales para hombres y mujeres. Este movimiento logró tener efectos, pero lentamente perdió influencia y doctrina, pues al menos en la industria de la entretención, fue sepultado paulatinamente por la derecha fundamentalista, la industria de Hollywood y la televisión. Para estos actores, el feminismo era culpable de los dramas de la "nueva mujer" (Ochoa, 1992, citado en Roura, 1993). De esta manera, los personajes masculinos y femeninos de las telenovelas, según Roura (1993), entronizan aquellas ideas que mantienen el dominio femenino exclusivamente en los planos sentimental y maternal, profesando la sumisión al hombre (héroe-guerrero), dejándola completamente fuera de lo considerado masculino. Muestran, de manera negativa, al sexo masculino liberado de la masculinidad tradicional por la modernidad. En cuanto a la mujer fuerte y liberada, competitiva y laboralmente activa, es retratada como mala, contraponiéndola con la buena. Estos ingredien-

tes, según las reglas narrativas de la telenovela, tienen en el ámbito familiar su contexto principal, en el que se deciden los proyectos de vida y cómo obrarán sus personajes (Corro et al., 2009).

Como segunda matriz tenemos la figura del desconocimiento/reconocimiento. En las tramas se despliega una tensión constante por una búsqueda de identidad, vinculada a paternidades desconocidas o negadas (Mazziotti, 1996).

El tercer eje, por su parte, está marcado por el encuentro de clases sociales diferentes, situación que se convierte en un escollo para que el amor triunfe o para que se reconozca la identidad de un personaje.

La última matriz es aquella que enfrenta civilización y barbarie o razón/afectos, “el orden y la primacía de la inteligencia respecto de las pasiones” (Corro et al., 2009, p. 29).

Formalmente, la telenovela, “está dividida en episodios unidos por la continuidad de una serie de líneas dramáticas diversas, aglutinadas en torno a una historia central” (Aprea & Martínez, 1996, p. 22). Estos episodios buscan la masividad, coincidiendo con el “sistema de referencias ético-culturales y las habilidades hermenéuticas de un vasto público” (Corro et al., 2009, pp. 34-35), lo que se logra estudiando las referencias narrativas, musicales e iconográficas con las que el pueblo goza, tratando de conectar con ellas. Tal objetivo ha sido conseguido por el género ‘telenovela’, y se ve reflejado en aquellas cifras que nos remiten a los estudios de audiencias (Roura, 1993). Esta gran popularidad se explica por la trama propia de estas producciones, que reúne subtramas en torno a una historia central identificada con una dialéctica también central. Las subtramas sirven para alargar la telenovela y, al mismo tiempo, para ampliar el margen de identificaciones entre el público y los personajes (Corro et al., 2009).

Además, aunque las telenovelas son productos cada vez más estandarizados y homogeneizados por la circulación de los formatos, los títulos conservan marcas de estilos propios, como modos o tonos culturales (Mazziotti, 2008). Así, tenemos, en primer lugar, los estilos con mayor éxito y circulación internacional, que son los procedentes de México, Brasil y Colombia. En segundo lugar, encontramos dos modelos que se discontinuaron (Argentina y Venezuela); y uno en constante crecimiento, el global. Ahondaremos en los más exitosos y en este último, que es al que responde *Pasión de Gavilanes*.

El modelo mexicano (Televisa) es el tradicional, hijo de la radionovela y el cine de los años cincuenta y sesenta, con el melodrama clásico como eje central

y proclive a hacer *remakes*. La moral católica es fundamental, con el pecado como centro: la culpa es gravitante y el sufrimiento es fundamental para conseguir la felicidad. Los personajes son arquetípicos, marcados por un único rasgo, que está enfatizado por su discurso, el maquillaje y el vestuario. Mazziotti (2008) examina este modelo, haciendo un paralelo con el brasileño y el colombiano. Señala que el mexicano mantiene los extremos: la madre, la malvada, la inocente, el ambicioso y el joven pobre pero honesto. Y que, por su parte, el estilo brasileño (Globo) es moderno, ágil y colorido; tiene un fuerte cuidado de lo visual y del ritmo del relato, se centra en las clases medias y es permisivo en el plano moral. Lo erótico es importante, señala, y la puesta en escena lo refleja. “Si bien hay personajes arquetípicos, no se presentan de manera tan marcada como en el caso mexicano y tienden a lo individual, a constituir un carácter, a desarrollar una personalidad” (p. 5). La variante colombiana, por su lado, posee una “actitud de indagación, de exploración de universos urbanos, provinciales, rurales, ámbitos laborales, domésticos y profesionales” (p. 6). La división entre el bien y el mal propia del melodrama se mantiene, pero tal vez lo más atractivo sea la presentación de personajes, “trazados de manera minuciosa, combinando el vestuario, el habla, el tipo físico, los tics. Ahí se percibe una articulación con el humor y la ironía y sobresale la presencia de personajes caricaturizados” (p. 6).

La versión globalizada (Telemundo), en su particularidad, tiene su sello en la constante mezcla de aquellos aspectos que han sido característicos y a la vez exitosos en los modelos de los cuales se ha alimentado (ha hecho coproducciones con Globo, Televisa y Caracol). Tomando en cuenta este rasgo, tenemos que decir que la producción de Telemundo se enclava en dos escenarios privilegiados, la hacienda y el pueblo. Para Álvarez Curbelo (2006), “no hay historia, solo geografía. El cuerpo se exhibe y se desnuda en una tierra genérica, sin ciudades” (citado en Mazziotti, 2008, p. 8). Según Rincón (2005), no es relevante la incoherencia narrativa del relato, su lentitud o reiteración. Es el triunfo de lo industrial por sobre lo cultural (citado en Mazziotti, 2008): la versión globalizada de la telenovela es a la telenovela tradicional como el *spaghetti western* es al *western*. Según la misma Nora Mazziotti, si para el *western* clásico “el punto de referencia para la construcción del mito es el pasado histórico, para el *spaghetti western* es el mito mismo, el mito cinematográfico. Lo que cuenta no es la realidad, sino su imagen” (p. 9). Los personajes, continúa la autora,

“mantienen fuertes lazos familiares, todo lo viven con mucha pasión, son solidarios, gustan de los bailes y del alcohol” (p. 9).

En relación con el proceso de identificación espectacular, como dimensión de uso de la ficción, aquí aplicamos las interpretaciones realizadas de este fenómeno por Fuenzalida (2012) y Amigo (2002), que han sido integradas por este trabajo para tener una visión más acabada de los tipos de identificación que se examinan.

Desde la estética de la recepción, Jauss y Godzich (1982), han formulado un modelo “para comprender la identificación del receptor con el Héroe literario que define la identificación del lector con los personajes ficcionales como la experiencia de sí mismo a través de la experiencia del otro”. Las creaciones ficcionales, a través de los diversos personajes desplegados en ellas, permiten identificaciones dinámicas y sucesivas al interior del texto. A través de la identificación, Fuenzalida (2012) dice, analizando lo planteado por Jauss y Godzich (1982), que “ocurre la función comunicativa de la ficción: entrega ideas y patrones de conductas a través de personajes y situaciones” (pp. 13-14).

Jauss y Godzich (1982) establecieron cinco formas (*patterns*) de identificación interactiva entre el lector y los “héroes” del texto. El primer patrón es la identificación asociativa. En ella, el receptor se fusiona con un rol ficcional; en su vertiente positiva puede constituir una celebración social y lúdica de placer libre, pero negativamente se puede volver una regresión a un ritual social arcaico; su contexto ideal es el de la sociabilidad, en juegos, deportes, ritos sacros, etcétera. En segundo lugar, continúan Jauss y Godzich, tenemos la admiración, que tiende a darse con un personaje rebosante de perfección diferente a uno mismo: el ser extraordinario; esta variante de identificación es consciente de la distancia del receptor con el personaje objeto de admiración, “y puede suscitar positivamente en el receptor la emulación por desarrollar las mejores capacidades de sí mismo; negativamente puede suscitar una mera mimesis externa del modelo admirado”. Una tercera variante es la de empatía, que ocurre con el protagonista parecido a nosotros mismos. Positivamente “puede suscitar compasión solidaria, juicio moral, y acción; negativamente puede actuar como sentimentalismo y tranquilización de la conciencia”. La cuarta manera es la catarsis, que ocurre en dos sentidos: “por una parte, con el ‘Héroe’ sufriente de la tragedia, ante el cual podemos experimentar positivamente la emoción trágica/liberación junto a la reflexión; pero negativamente es posible que únicamente ocurra el hechizo”. También puede suceder con el “Héroe” presionado de la come-

dia, y “positivamente experimentar la risa empática y aliviadora, junto al juicio moral; es el humor positivo del reírse de sí mismo al reírse con el otro, diferente de la burla de escarnio, la cual es reírse del otro”. La quinta y última categoría—terminan Jauss y Godzich—es la irónica, que se da con el antihéroe; “la desaparición del ‘Héroe’ es, positivamente, una provocación a la reflexión, a la agudeza perceptiva y a la creatividad; pero negativamente puede llevar a la indiferencia, al cinismo y al solipsismo”.

A lo anterior debemos añadir que las dos tipologías de *Yo-Origen* (real y ficticio) no logran explicar el conjunto de fenómenos enunciativos posibles en la televisión. De esta manera, es necesario establecer una tercera categoría: *Yo-Origen lírico* (Hamburger, 1986). La enunciación lírica no busca ejercer una acción sobre la realidad, según lo hace la enunciación autenticante, ni se presenta como una mimesis de la realidad, como ocurre con la ficción. La enunciación lírica (estatus ontológico del actor/actriz en la telenovela) nos reenvía a la sensibilidad del enunciador (Amigo, 2002).

METODOLOGÍA

Se realizó, en una primera etapa, una revisión bibliográfica a fin de extraer los criterios pertinentes para correlacionarlos con la telenovela empírica, lo que implicó que se describieran los tipos de personajes femeninos y masculinos presentes en ella. La unidad de observación y análisis fue la producción titulada *Pasión de Gavilanes*, exhibida entre las 18:30 y 19:30 horas y luego de 19:30 a 20:00 horas durante 2013 y parte de 2014 (en Chilevisión), horarios que se encuentran dentro de la franja de mayor consumo según CNTV (2013a). La muestra utilizada contempló los primeros diez capítulos, los diez capítulos del medio y los diez últimos episodios.

En una segunda etapa, a través de entrevistas en profundidad con pauta semiestructurada, se procedió a obtener información respecto de la percepción de los personajes femeninos de la telenovela por parte de las televidentes, y sobre el tipo de identificación que surge a partir de ellos. En esta fase, la unidad de análisis fue el conjunto de adultas chilenas de entre 25 y 64 años; la unidad de observación y la muestra fue un grupo de doce chilenas de los estratos socioeconómicos C3 y D (cuatro de entre 25 y 34 años, cuatro de 35 a 49 y cuatro entre 50 y 64). La principal razón para escoger este grupo es que los estratos que lo componen representan el 60,4% de la población del Gran Santiago (Adimark, 2013); además, como refleja CNTV (2013a), la pobla-

ción femenina es la que más ve televisión y la que más consume telenovelas. Tal como lo señalan las fuentes especializadas, en la emisión de 2013-2014, *Pasión de Gavilanes* ha obtenido sus sintonías más altas entre las mujeres adultas de los estratos C3 y D. Dentro de este segmento se encuentran los grupos que estudiaremos, en los que la telenovela ha conseguido *ratings* que van entre los 6,7 y 1,8 puntos (datos hasta el 17 de octubre de 2013 proporcionados por Time Ibope).

Sin embargo, al ser esta una investigación cualitativa limitada en recursos y que busca explorar cómo las modalidades de identificación se manifiestan a partir del seguimiento de una telenovela extranjera en un grupo de mujeres adultas, no se tuvo como norte establecer una base estadística de la recepción de la producción estudiada, por lo que la muestra se construyó a partir del criterio de validez acotado a la posibilidad de observación de los procesos inferenciales de comprensión espectral (Jost, 1999). Por esta razón, todas las entrevistadas fueron seleccionadas por ser seguidoras de la última emisión de *Pasión de Gavilanes*.

RESULTADOS

Los personajes femeninos de la telenovela *Pasión de Gavilanes* se pudieron encuadrar en las diferentes categorías de personajes propios del melodrama, luego de identificar y describir los conflictos que mejor los representaron, siguiendo las dialécticas propias de la telenovela (deseo e impedimento, desconocimiento/reconocimiento, interclases y razón/afectos). Es así que en esta producción encontramos las categorías "Heroínas", "falsas Heroínas" y "Madres".

Dentro de la primera nomenclatura, encontramos a "Libia Reyes", una joven pura, inocente, sencilla que es engañada por "Bernardo Elizondo", con la falsa promesa de un matrimonio que nunca se realizó. Después de su muerte, sus tres hermanos juran venganza y urden un plan para llegar a la hacienda de "los Elizondo" y matar a "Gabriela" ("Madre"). El segundo personaje que entra en esta clasificación es "Ruth Uribe", una fotógrafa dulce, comprensiva, despreciada, tolerante, indiscreta, valiente y franca. Es hija de "Eva" que la entregó a "Raquel Uribe" por orden de "Gabriela". Se fija en los tres hermanos y se hace amiga de ellos. No surge ninguna atracción entre ellos debido al gran parecido de ella con "Libia", ya que parecen hermanas gemelas.

Como tercera representante de este tipo de rol tenemos a "Norma Elizondo", una dentista cuidadosa, infiel, refinada y con carácter fuerte. Es la mayor de las hermanas, obligada por su "Madre" a casarse con "Fernando

Escandón". Cuando los "hermanos Reyes" llegan a su casa no puede sacarse de la cabeza a "Juan Reyes", enamorándose y poniendo en jaque su matrimonio y, sobre todo, desatando la ira de su marido y de su "Madre". Muestra cierta fragilidad, que se disipa al sentirse segura de "Juan", con lo que se defiende de las agresiones de "Fernando" y de su "Madre". Es independiente y de ideas claras, lo que la aleja de lo afirmado por Roura (1993) respecto de los estereotipos femeninos de las telenovelas.

Dentro de esta categoría, también encontramos a "Ximena Elizondo" y "Sara Elizondo". "Ximena" es astuta, caprichosa, decidida y con carácter fuerte. Quiere divertirse y sabe burlar las reglas de su "Madre". Tiene aptitudes artísticas y es la que primero cae ante los encantos de los tres hermanos. Mantiene un fugaz romance con "Franco Reyes". Más adelante se fija en "Óscar Reyes", que es el más artero de los hermanos. Este personaje, Ximena, si bien cabe dentro de la descripción de la "Heroína" que dimos al principio, no es frágil y se sabe defender, poniendo límites tanto a "Franco" como a "Óscar". Quiere dedicarse a la actuación y no se somete a las reglas de sus novios. "Sara", por su parte, en la primera fase de la historia, es cauta, conservadora, controladora, clasista, agresiva y obediente de su "Madre". En una segunda etapa se muestra más tolerante, temeraria (monógama) y decidida. Es el personaje femenino que menos se ajusta a la definición dada por los autores que hemos citado. No es débil ni mucho menos necesitada de un "Justiciero". Ella protege a "Franco", es pensante y se hace cargo de la hacienda familiar, a pesar de la oposición de "Fernando" y "Gabriela".

La segunda categoría ("falsas Heroínas") está representada por "Rosario" y "Dinora". La primera es una cantante, trabaja en el "Bar Alcalá", provocativa, ambiciosa, materialista e infiel. Es maltratada y explotada por su manager, "Armando". Está enamorada de "Franco" y busca cariño, porque para ella es fácil tener amantes con experiencia y dinero. Va en busca de "Franco" al enterarse de que este heredó una gran fortuna, pero Franco ya la olvidó por "Sara", y ante eso intenta seducirlo usando intrigas y mentiras. Aquí se genera el triángulo amoroso clásico, descrito por Roura (1993). "Dinora", por su parte, tiene actitud agresiva, sostiene una postura masculina contraria a "Norma". Es astuta, mentirosa, promiscua, infiel y asesina. Se enamora de "Juan", desatando, también, el trío tradicional de las telenovelas.

Por último, en una tercera clasificación, encontramos a las "Madres", personificadas en la historia por "Gabriela", "Eva" y "Raquel". La primera es dominante, clasista, machista, moralista, manipuladora y celosa. En

una segunda etapa aparece renovada, con vestimenta más moderna y ceñida, enamorada de “Fernando” y cada vez más intolerante con las relaciones amorosas de sus hijas. Hace que estas (“Ximena”, “Sara” y “Norma”) cumplan sus órdenes, convirtiéndose en su referente moral: las reprime, cuida y les procura buenos maridos. “Eva”, por su parte, es la empleada de confianza de “las Elizondo”. Es sumisa, reservada y, a la vez, vengativa y rencorosa, pero se arrepiente. Ayuda a “los Reyes” a emplearse en la casa de “las Elizondo”, logrando con ello que la trama principal de la telenovela empiece a tomar forma. Finalmente, tenemos a “Raquel Uribe” (“Madre” adoptiva de “Ruth”), que es intransigente, conservadora, mentirosa y autoritaria. Es amiga de “Gabriela” y la apoya en todas sus decisiones, ya que esta obligó a “Eva” a entregarle a “Ruth”, a quien le oculta la verdadera identidad de su “Madre” (Eva) hasta el final.

Para entender cómo estos roles van desarrollándose, es necesario ver la forma en que lo masculino y lo femenino son representados en *Pasión de Gavilanes*. Al ser una telenovela con raíz colombiana –surgida en el marco del modelo colombiano–, tiene la tendencia a alterar, dentro de los parámetros de la historia que presenta, la idea de que el dominio femenino se da exclusivamente en los planos sentimental y maternal. En este sentido, esta ficción refleja lo femenino distanciado de lo planteado por Roura (1993), pues en esta producción las mujeres son independientes y trabajadoras. Sin embargo, aunque “Gabriela” manifiesta, en muchas ocasiones, que su casa necesita un hombre que se haga cargo, la fuerza con que sus hijas imponen sus caprichos y deseos a sus amados son el reflejo de una inversión de roles, ya que ellos son defendidos e influidos por sus parejas. Ellas toman el papel del “Héroe”, según lo definido por los autores citados, pelean a golpes y manejan armas con mucha facilidad. Este aspecto también es importante, ya que en la tradición de las telenovelas está establecido que el hombre sea el adinerado e inteligente. En esta telenovela, son las tres hermanas las adineradas y educadas. Son ellas las que deben tolerar la pobreza e ignorancia de sus parejas.

En este análisis, es necesario agregar que la variante colombiana sirve de base para una versión más del “Modelo Globalizado”. Como afirmamos, este es el patrón en el que, según Mazziotti (2008), se encuentra la telenovela que estamos estudiando, la cual toma de allí los elementos que le son más útiles en términos de mercadeo. Así, *Pasión de Gavilanes* tomó del modelo colombiano todas las características que la hacían popular y agregó rasgos típicos de las producciones más

exitosas. En este caso particular, el cuerpo es exhibido en lugares indeterminados (como en tantas telenovelas, incluidas las chilenas, donde se usan hasta lugares ficticios, como *Sucupira*) (Álvarez Curbelo, 2006, citado en Mazziotti, 2008). Según Rincón (2005, citado en Mazziotti, 2008), esta configuración, desligada de la calidad actuarial y argumental, explicaría su éxito.

Para López Pumarejo (2006, citado en Mazziotti, 2008), *Pasión de Gavilanes* es de aquellas producciones que crean estereotipos respecto de la vida campestre, mezclando elementos difíciles de congeniar en otros contextos. Sin embargo, no es claro lo que quiso afirmar Álvarez Curbelo cuando dice que no hay historia, solo cuerpos que se atraen y exhiben en una determinada geografía. Si miramos la telenovela, encontraremos que ella tiene una estructura narrativa clara, emparentada con el melodrama, donde destaca la inversión de roles entre personajes femeninos y masculinos (esto es una novedad para los parámetros colombianos, aunque ya se había visto en novelas brasileñas, como *Fiera Radical*), donde son los hombres, principalmente, los que usan el recurso de la sensualidad para seducir.

Por otra parte, es fundamental entender que una característica central de toda telenovela es la prolongación y consiguiente reiteración de las historias. Las telenovelas, como casi todos los programas de televisión, buscan fidelizar a su público, recurriendo para ello a que el relato se entienda en cualquier momento en que sea visto, para así enganchar cada vez más audiencia. También con tal propósito se incluyen variados personajes con características culturales, económicas y sociales distintas. Por otra parte, tal como dice Santa Cruz (2003), la sensualidad es un elemento muy visto y trabajado en las telenovelas brasileñas, que han tenido desnudos y sexo mucho más explícito que las producidas en Colombia u otros países latinoamericanos. En cuanto al nivel actuarial, en todas estas producciones se incluyen hombres y mujeres atractivos para capturar audiencia, tal como se hace en cierto cine hollywoodense.

En la segunda etapa de nuestra investigación, se realizaron, durante octubre de 2013, doce entrevistas en profundidad con pauta semiestructurada a mujeres pertenecientes a los estratos socioeconómicos C3 y D, de entre 26 y 64 años, seguidoras de la última emisión de la telenovela *Pasión de Gavilanes*, con el fin de vislumbrar los modos de identificación que pudieran surgir a partir de la recepción de sus personajes femeninos. Las diferencias encontradas en sus respuestas fueron relevantes a partir de su diferenciación por tramos de edad (cuatro de entre 25 y 34 años, cuatro de

35 a 49 y cuatro entre 50 y 64), ya que al distinguirlas por segmento socioeconómico sus respuestas no diferían, como tampoco hay diferencia en su ocupación, ya que todas manifestaron ser dueñas de casa.

Con la información recogida pudimos definir que la entretención era su principal razón para ver telenovelas, destacando las tramas novedosas con intriga y conflictos constantes como ingrediente principal. En relación con la motivación para ver *Pasión de Gavilanes*, tenemos que los tres protagonistas consiguieron atraer a cuatro auditoras, entre ellas, a las dos más jóvenes. Sin embargo, la trama cargada de suspenso y romance consiguió seis menciones. La música se quedó con dos preferencias. De esta manera, entre las más jóvenes, los protagonistas son el factor imprescindible, mientras que para las adultas medias y las adultas avanzadas una trama novedosa e intrigante es el factor decisivo para ver una telenovela.

En cuanto a los personajes femeninos favoritos, las preferidas de las entrevistadas fueron "Norma" y "Sara", que consiguieron cuatro preferencias cada una. Ambas son "Heroínas". "Norma" es seguida especialmente por las adultas medias, al ser cuidadosa, infiel por amor, refinada, y particularmente por ser agresiva y perseverante para defender su amor imposible con "Juan" y ser madre atenta y preocupada de su hijo "Juan David". "Sara", por su parte, fue la favorita de las más jóvenes, por cambiar a la mitad de la tele-serie y convertirse en una mujer trabajadora, decidida y comprensiva con sus hermanas. El punto de quiebre para su público fue cuando asumió su amor por "Franco" y decidió pelear por él, pese a la oposición de su "Madre". También valoraron su afán por administrar la hacienda haciendo caso omiso de las órdenes de la "Madre", que la desestimaba por ser mujer y más débil que un hombre.

Entre las mujeres adultas maduras, "Gabriela", acaparó el gusto de dos de las cuatro entrevistadas. Es la "Madre" de las tres protagonistas y ejerce, en una primera etapa, este rol de manera férrea, mostrándose moralista, machista y muy rígida. Pierde arrastre por casarse con el exmarido de su hija "Norma", pero sus seguidoras insisten en que ellas prefieren un tipo de madre vigilante e intransigente, que exija que sus hijas cumplan las reglas. "Rosario", por su parte, como "falsa Heroína", consiguió dos menciones, una entre las más jóvenes y otra en las adultas medias, por su sensualidad, talento para cantar, perseverancia en su carrera de cantante y en su amor por "Franco", aspecto que apoyaron, aunque condenando su repentino interés en la fortuna de este último.

A las doce mujeres entrevistadas también les agradó que los personajes femeninos de la serie fueran fuertes y dominaran al hombre en todo sentido, sea a través de su poder económico o su educación. Sin embargo, las más jóvenes dijeron que era "complicado" que sucediera aquello, porque, en la realidad, son los hombres los que prefieren mujeres de inferior condición. Respecto de la inversión de roles, se insistió en que era la posición económica lo que les daba a las mujeres el estatus de personajes dominantes.

En cuanto a los conflictos, y las actitudes frente a los conflictos, las preferencias se repartieron entre dos nudos dramáticos, empatando en seis preferencias para cada uno. Es destacable que el conflicto de "Sara", "Franco", "Rosario" y "Armando" haya conseguido cautivar a la mayoría de las auditoras más jóvenes y a la mitad de las de mediana edad. La otra mitad de estas últimas, más tres de las entrevistadas adultas maduras, eligieron las intrigas de la trama de "Juan", "Gabriela", "Norma", "Fernando" y "Dinora", dejando tan solo una preferencia por el conflicto favorito de las jóvenes. El factor que explica esta preferencia es la gravitación de "Gabriela" en la inclinación de las mujeres adultas maduras, por su injerencia, a lo largo de toda la telenovela, en la vida de su hija "Norma", que es la favorita de las mujeres de edad media.

Entrando en el aspecto más importante de las indagaciones, pudimos apreciar que, en relación con la identificación asociativa, las mujeres más jóvenes comentan la telenovela con su familia, y entre las mayores dominan las amigas. De este grupo, dos no la comentan con nadie y no se funden con el personaje que siguen. En cuanto al *Yo-Origen lírico*, las entrevistadas manifestaron seguir o admirar a alguna actriz o intérprete en particular, pero enfocarse más en el personaje o la historia.

Siete de las doce mujeres sintieron simpatía (las cinco restantes admiraron a su preferida) por sus "Heroínas" favoritas, logrando esta tendencia dominar entre las entrevistadas más jóvenes, que se inclinaron mayoritariamente por el carácter fuerte de "Sara". También es destacable que esta tendencia acapare la mitad de los otros dos segmentos. En el caso de las mujeres de edad media, dominó "Norma", que es vista como modelo, siendo las otras dos preferencias por simpatía ("Sara" y "Rosario"). Entre las mujeres adultas maduras, la simpatía y la admiración también empataron, ya que la mitad de las mujeres expresó simpatía por "Gabriela" y las otras dos vieron a sus favoritas como modelos.

En cuanto a tomar los aspectos positivos o negativos de los personajes, las doce señalaron que buscaban los aspectos buenos de sus roles favoritos. Así, entre

las más jóvenes existe una gran empatía por “Sara”, aunque lograron distinguir en qué situaciones ella está mal o bien. En el caso de “Gabriela” ocurrió algo parecido, ya que empatizaron con ella cuando corrige a sus hijas, pero no cuando se volvió secuaz de “Fernando” para molestarlas. En cuanto a los modelos, en especial con “Norma”, las auditoras fueron enfáticas en decir que era la más normal y que su voluntad y corrección no se quebraron a pesar de su sufrimiento, mientras que a “Sara” la admiran porque cambió su actitud en el momento adecuado. “Rosario”, por su parte, logró empatía entre sus dos seguidoras, pero ambas desaprobaron la manera en que enfrentó sus sentimientos con “Franco”.

Además, la mayoría (once de las doce mujeres) reconoció que se identificaba con las emociones y vivencias de su personaje favorito (catarsis). En cuanto a los aspectos positivos, todas fueron claras en afirmar que, a pesar de ser una ficción, veían en ella sus propias vivencias y trataban de sacar lo positivo y usarlo para mejorar. Tal como decíamos respecto a la identificación por admiración, muchas de estas mujeres toman como modelo a sus “Heroínas”, al verlas sufrir y luchar por sus relaciones amorosas. Once de las doce entrevistadas se ríen de los aspectos cómicos de la telenovela, desarrollados por los antihéroes y/o “Bobos”. Además, la totalidad de ellas trata de extraer lecciones de la telenovela y reflexionan en torno a ella, ya sea personalmente o con amigas, y con ellas se ríen o se lamentan de la suerte de algún personaje, dependiendo de su rol en la historia.

Por último, y como información extra conseguida, pudimos testear el nivel de importancia como entretenimiento de las telenovelas y el clasismo en ellas. Todas las entrevistadas manifestaron que las telenovelas eran su principal entretenimiento. Las más jóvenes no leen y complementan Internet con la telenovela. Las adultas medias no usan mucho Internet y tampoco leen demasiado. Las adultas maduras, por su parte, también prefieren ver la telenovela y tienen otras distracciones que superan a Internet, como ir a talleres o clases de baile que organizan en el barrio. Las jóvenes y adultas medias no pueden concentrarse como quisieran para ver la telenovela, mientras que las adultas maduras sí lo pueden hacer y la disfrutan de manera más serena y reflexiva. El principal motivo para la falta de concentración al ver telenovelas es la necesidad de dividir la atención con el cuidado de los hijos y las labores domésticas.

En cuanto al clasismo visto en la novela, entendido este como la actitud discriminatoria que pudieran mostrar los personajes en función de la condición social

de otros roles de la historia, las doce manifestaron que existe un clasismo explícito tanto en el contenido como en las expresiones de los personajes. Además, todas indicaron que la raíz de este clasismo está en los personajes adultos maduros, como “Gabriela” y “Raquel”, que formaron a sus hijas para no estar con hombre “inferiores” (social y económicamente) a ellas, y valoraron que las nuevas generaciones poco a poco vayan dejando de lado estas enseñanzas.

CONCLUSIONES

Respecto de la hipótesis según la cual los personajes femeninos desplegados en la telenovela *Pasión de Gavilanes* provocarían en las mujeres adultas de los estratos estudiados, C3 y D, en primera instancia, una identificación asociativa escasa o nula, ella se confirma, ya que las mujeres más jóvenes comentan la telenovela con su familia y, en menor medida con sus amigas, mientras que entre las mujeres adultas medias y maduras las amigas son las relevantes. Es más, en este último segmento, hay algunas que no la comentan con nadie. Por otra parte, estos mismos modelos desatarían una identificación catártica generalizada: once de las doce mujeres reconocieron que se identificaban con las emociones y vivencias de su personaje favorito. La tercera aseveración por comprobar es la que indica que la identificación por simpatía estaría por sobre la identificación admirativa. Este postulado también fue confirmado, al encontrarse que siete de las doce mujeres sintieron simpatía por sus “Heroínas” favoritas, logrando esta tendencia dominar entre las entrevistadas más jóvenes, que se inclinaron mayoritariamente por el carácter fuerte de “Sara”. Finalmente, el último postulado por verificar es aquel que señala que la figura de la actriz sería relevante en el proceso de identificación con el personaje. En este sentido, las entrevistadas manifestaron seguir o admirar a alguna actriz y enfocarse en el personaje o la historia a partir de lo atractivo del guion desplegado. Esto da luces sobre la importancia de la actriz *Yo-Origen lírico* para atraer público y posicionar la historia que se relata.

Si tomamos en cuenta a los personajes preferidos, tenemos que decir que la inclinación mayor por “Norma” y “Sara” se basa en cómo ellas intentan ser felices junto a sus amados, a pesar de sus problemas familiares. Estas dificultades se centran en los errores y prejuicios de sus padres. El “padre de las hermanas Elizondo” se enamora de una mujer más joven y sus hermanos van a vengarse trabajando en la casa de ese hombre, mientras la “Madre” no acepta a sus enamorados, refugiada en su clasismo. Las entrevistadas apoyan

a “Norma”, porque siempre se deja guiar por el amor sincero que siente por “Juan”, tal como lo hacen con “Sara” cuando decide tener una relación con “Franco”. Si se pudiera asumir una premisa para un estudio de mayor complejidad, podría analizarse qué tanto un amor imposible puede ser importante para que la audiencia femenina siga una telenovela.

La tercera preferencia la obtuvo “Gabriela”, “Madre” de “Norma” y “Sara”, que consiguió notoriedad gracias al conflicto surgido entre ella, “Norma”, “Juan” y “Fernando”, y la posterior entrada de “Dinora”. Es muy revelador que tenga más seguidoras que varias “Heroínas” y que solo se le reproche su romance con el antagonista principal, “Fernando”. Las entrevistadas valoraron mucho que nunca se olvidara de sus hijas, aun cuando la desobedecieran. Esta preocupación aparece en la telenovela como recíproca, ya que sus hijas jamás la desconocieron. Ocurre algo muy interesante para este investigador, y que también se puede convertir en un tema posible de estudiar en una muestra más amplia y representativa, y es que, entre familiares, la preocupación mutua nunca desaparece: los personajes se insultan y rechazan, pero jamás pueden ser felices si saben que alguno de ellos está mal.

La cuarta favorita fue “Rosario”, que se hizo relevante gracias a su participación en las tramas que derivan de su matrimonio con “Armando” y su obsesión con “Franco” al saber de su gran situación económica, que la lleva a intentar destruir su amor por “Sara”. Además, fue valorado su papel como cantante en el “Bar Alcalá”. En la telenovela es mostrada como una “falsa Heroína”. Es extraño que este personaje sea admirado por sobre otras “Heroínas”, como “Ximena” y “Ruth”, que también tienen virtudes artísticas: una es fotógrafa y la otra comienza una carrera de actriz. La razón esgrimida por sus dos seguidoras fue su talento para cantar y las letras de sus canciones. Además, hicieron patente que les gusta la forma en que el personaje prioriza sus sueños, tanto profesionales como amorosos.

A grandes rasgos, podemos decir que las entrevistadas mostraron interés por personajes que reflejaban los problemas propios de la etapa de vida en que estaban. El ser correcta, preocupada por sus seres queridos y romántica fueron factores clave para todas, independientemente de la edad que tuviera el rol favorito.

Finalmente, el seguimiento de la telenovela se vuelve la actividad de distracción o evasión principal de estas mujeres. Esto se reafirma, incluso, confrontando esta entretención con otras opciones, que consideraron menos relevantes o alternativas (leer y navegar en Internet). Esto explica, en parte, que busquen concentrarse para verla, aunque a veces no puedan, como ocurre con las más jóvenes o las adultas medias, que intentan encontrar momentos de tranquilidad, pero la vida familiar se lo impide. Así, la pregunta que nace es por qué no se emiten historias de este tipo en un horario más adecuado para que todas las que quieran puedan disfrutarlas. La opción (de Chilevisión) de retransmitir la telenovela *Pasión de Gavilanes* en una franja horaria más atractiva y masiva ha hecho que más mujeres puedan verla, pero no de la manera que quisieran. Una posible respuesta, que puede examinarse a futuro, es que las estaciones de televisión dispondrían los horarios nocturnos para historias hechas en Chile, enfocadas en un público con mayor poder adquisitivo o uno masculino.

En lo relacionado con el clasismo, todas las mujeres lo percibieron y manifestaron que las “Madres” eran las responsables de su existencia, liberando de responsabilidad a las protagonistas, que cambian con el paso de la telenovela su forma de pensar. En este sentido, sería pertinente investigar cómo reaccionan frente a las actitudes relativas a las discriminaciones mostradas en el relato televisivo personas de distintos estratos socioeconómicos y edades, y averiguar cómo hacen suyos o rechazan los comportamientos allí representados.

NOTAS

1. Los resultados presentados en este artículo corresponden a los de la tesis para optar al grado de Magíster en Comunicación Social de la Universidad de Chile. Profesor guía: Eduardo Santa Cruz.

REFERENCIAS

- Adimark. (2013). *Mapa socioeconómico de Chile [Socioeconomic map of Chile]*. In http://www.adimark.cl/medios/estudios/mapa_socioeconomico_de_chile.pdf
- Amigo, B. (2002). *Identificación y horizonte de expectativa en la telenovela 'El circo de las Montini', por parte de una comunidad de telespectadores [Identification and horizon of expectation in the telenovela 'El circo de las Montini' by a community of viewers]*. Research report submitted to the Instituto de Estudios Mediales, Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Apra, G. & Martínez, C. (1996). *Hacia una definición del género televisivo. Telenovela/Telenovelas [Towards a definition of television genre. Telenovela/Telenovelas]*. Buenos Aires: Editorial Marita Soto.
- Ballesta, J. & Guardiola, P. (2001). *Escuela, familia y medios de comunicación [School, family and media]*. Madrid: Editorial CCS.
- Bianchi, J. & Bourgeois, H. (1992). *Les médias, côté public [The public side of media]*. Paris: Centurion Frequences.
- Billboard. (2013). *Billboard Charts, Latin Music*. In <http://www.billboard.com/latin>
- Carrasco, A. (2010). Teleseries: géneros y formatos. Ensayo de definiciones [TV series: Genres and formats]. *Hernández Communication Journal*, (1), 174-200. Retrieved from <http://www.mhcj.es/mhcj/article/view/22>
- Chilevisión. (2013). *Historia de Chilevisión [History of Chilevisión]*. Retrieved from <http://www.chilevision.cl/home/content/view/90470/1621/>
- CNTV, Consejo Nacional de Televisión. (2009). *VI Encuesta Nacional de Televisión - Mujer y TV [VI National Survey of Television - Women and TV]*. Retrieved from http://www.cntv.cl/vi-encuesta-nacional-de-television-mujer-y-tv-2009/prontus_cntv/2012-01-16/122638.html
- CNTV, Consejo Nacional de Televisión. (2013a). *Anuario Estadístico 2012 [Statistical Yearbook 2012]*. Retrieved from http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120514/asocfile/20120514095957/anuario_estadistico_tv_abierta_2011_ult_version_angelica.pdf
- CNTV, Consejo Nacional de Televisión. (2013b). *Publicaciones [Publications]*. Retrieved from http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/edic/base/port/estudios.html
- Diablog. (2013). *Los 20 más vistos en los 10 años de RCN y Caracol [The 20 most watched in the 10 years of RCN and Caracol]*. Retrieved from <http://www.ecbloguer.com/diablog/?p=517>
- Escudero, J. M. (1980). *La eficacia docente: Estudios correlacionales y experimentales [Teacher effectiveness: Correlational and experimental studies]*. Madrid: Sociedad Española de Pedagogía.
- Fuenzalida, V. (2000). *La televisión pública en América Latina: Reforma o privatización [Public television in Latin America: Reform and privatization]*. Mexico, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Fuenzalida, V. (2012). Procesos de la audiencia ante la TV [Audiencias processes related to TV]. *Revista Académica de la Federación Latinoamericana de la Comunicación Social*, (85), 1-24. Retrieved from <http://dialogosfelafacs.net/procesos-de-la-audiencia-ante-la-tv/>
- Fuenzalida, V.; Corro, P. & Mujica, C. (2009). *Melodrama, subjetividad e historia en el cine y televisión chilenos de los 90 [Melodrama, subjectivity and history in the 90's Chilean cinema and TV]*. Santiago: Ediciones Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Galán, E. (2007). Televisión Iberoamericana: Mujer, realidad social y ficción [Latin-American television: Woman, social reality and fiction]. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, (97), 44-49. Retrieved from <http://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/9480>
- Hamburger, K. (1986). *Logique des genres littéraires [Logic of literary genres]*. Paris: Éditions du Seuil.
- Ibáñez, J. (1991). *El regreso del sujeto. La investigación social de segundo orden [The return of the subject: The second-order social research]*. Santiago: Amerindia.
- Jauss, H. R. & Godzich, W. (1982). *Aesthetic experience and literary hermeneutics* (Vol. 3). Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Jost, F. (1999). *Introduction à l'analyse de la télévision. [Introduction to the analysis of television]*. Paris: Ellipses.

- León, H (Producer) & Triana, R. (Director). (2003). *Pasión de Gavilanes [Telenovela: Hawks' Passion]*. Colombia: RTI Producciones, Caracol Televisión & Telemundo.
- Martín-Barbero, J. (1992). *Televisión y melodrama [Television and melodrama]*. Bogotá: Tercer Mundo.
- Mazziotti, N. (1996). *La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina [The telenovela industry. Production of Fiction in Latin America]*. Buenos Aires: Paidós.
- Mazziotti, N. (2008). La telenovela y su hegemonía en Latinoamérica [The telenovela and its hegemony in Latin America]. *Revista Académica "La Mirada de Telemo"* [Departamento de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica del Perú], (1). Retrieved from <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/lamiradadetelemo/article/view/3485/3381>
- Orozco Gómez, G. (2006). La telenovela en México: ¿De una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia? [The telenovela in Mexico: From a cultural expression to a simple product for marketing?]. *Comunicación y Sociedad*, (6), 11-35. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34600602>
- Quispe-Agnoli, R. (2009). La telenovela latinoamericana frente a la globalización: Roles genéricos, estereotipos y mercado [The Latin American telenovela in front of globalization: Gender roles, stereotypes and market]. *Revista Académica "La Mirada de Telemo"* [Departamento de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica del Perú], (2). Retrieved from <http://ezproxybib.pucp.edu.pe/index.php/lamiradadetelemo/article/view/3540/3418>
- Roura, A. (1993). *Telenovelas, pasiones de mujer: El sexo del culebrón adentro [Telenovelas, passions of women: Sex in soap operas]*. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.
- Ruiz Olabuenaga, J. I. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa [Methodology of qualitative research]*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Santa Cruz, E. (2003). *Las telenovelas puertas adentro. El discurso social de la telenovela chilena. [Telenovelas behind doors. The social discourse of the Chilean soap opera]*. Santiago: LOM Ediciones.
- Selltiz, C., Wrightsman, L. S. & Cook, S. T. (1980). *Métodos de investigación en las relaciones sociales [Methods of research in the social relations]*. Madrid: Edit. Rialp.
- Tesche, A. (2006). *Gênero e regime escópico na ficção seriada televisual. Televisão: Entre o mercado e a academia [Gender and scopic regime in televisual serial fiction. Television: Between the market and the academy]*. Porto Alegre: Sulina.
- Time Ibope (2013). *Top Ten Diario [Daily Top Ten]*. In <http://www.timeibope.cl/timeibope/index.asp>
- Tremonti, F. (1995). La telenovela: Entre la necesidad cultural y el mercado internacional [Telenovelas : Between the cultural need and the international market]. *Revista Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*, (91), 5-9. Retrieved from saber.ucab.edu.ve/handle/123456789/29841

SOBRE EL AUTOR:

Ricardo Ismael Aguilera Cordero, Administrador Público y Magíster en Comunicación Social de la Universidad de Chile. Investigador independiente enfocado en el estudio de la recepción y uso social de los medios masivos de comunicación social y columnista en Mejor Que La Televisión (www.mqltv.com) y el "Blog de Ricardo del Barrio" (<http://riccico.blogspot.es/>).