

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE DIFUSIÓN DE IMÁGENES Y PRACTICAS
RELIGIOSAS EN MÉXICO.**

EL CASO DEL MELODRAMA “LA ROSA DE GUADALUPE”

TRABAJO RECEPCIONAL

PARA OBTENER EL TITULO DE

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA

AXEL FABIÁN PALACIOS DOMÍNGUEZ

DIRECTOR

MTRO. MARTÍN HERNÁNDEZ GONZÁLEZ

Ciudad de México, 11 de abril 2019

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Dedicatorias

A mis padres

Por ser una fuente constante de inspiración, por fomentar, sustentar y apoyar mi educación, por su apoyo incondicional, no tengo palabras suficientes para agradecerles por todo lo que han hecho por mí.

A mí madre Sonia

Por tu confianza y motivación a lo largo de todo el tiempo que ocupé en desarrollar y finalizar este proyecto, por estar siempre a mi lado cuando más te he necesitado, te agradezco bastante por estar conmigo, ayudarme e inspirarme a ser o tratar de ser una buena y mejor persona.

A mí padre Miguel

Dedico esto especialmente a tu memoria, porque a pesar de tu actual ausencia, fuiste eres y siempre serás un ejemplo a seguir, siempre te admirare y te tendré presente, de igual forma te agradezco por todo lo que hiciste por mí a lo largo de mi vida y aunque realmente lamento no tenerte cerca en estos momentos, espero que estés orgulloso de mí

A mis abuelas Cándida y Nancy igualmente les agradezco por todo, en donde quiera que estén.

A mis hermanos Edgar y Angélica

Por poder contar con ustedes siempre que los he necesitado.

A todos mis amigos, por ofrecerme su ayuda.

A todos muchas gracias.

Agradecimientos

Dra. Isabela Corduneanu, por su ayuda en la construcción inicial del marco teórico, y su gran apoyo para hacer una aproximación más correcta a los fenómenos de la religiosidad.

Dra. Vivian Romeu, por ayudarme a desarrollar y comprender gran parte de lo referente al análisis del discurso.

A mis lectores

Mtra. Rebeca Domínguez, por su apoyo y paciencia en el proceso de encontrar un tema para investigación, así como por sus comentarios que fueron de gran apoyo para mejorar este proyecto.

Lic. Juan Carlos Rodríguez, por las sugerencias y recomendaciones anteriores y posteriores a su lectura.

Dra. Maribel Reyes, por ayudarme a buscar más de una perspectiva para este trabajo.

A mí director de tesis

Mtro. Martín Hernández, cuyas constantes observaciones y comentarios fueron de gran importancia para culminar y darle más sentido a esta propuesta.

Finalmente agradezco a la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, en especial al colegio de humanidades y ciencias sociales por darme la oportunidad de formar parte de ellos.

Axel Fabián Palacios Domínguez.

Índice

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: RELIGIÓN, CULTURA POPULAR Y CULTURA DE MASAS EN MÉXICO.	9
1.1. ACERCAMIENTO CONCEPTUAL AL FENÓMENO DE LO RELIGIOSO	9
1.1.1 <i>Culto y religión: los ámbitos de lo sagrado</i>	12
1.1.2 <i>Espiritualidad, religiosidad y práctica religiosa</i>	15
1.2. RELIGIOSIDAD Y CATOLICISMO EN MÉXICO	17
1.2.1 <i>Diversidad religiosa en México</i>	18
1.2.2 <i>La fe católica</i>	26
1.2.3 <i>La devoción popular por la Virgen de Guadalupe. Sus orígenes históricos</i>	27
1.3. LA PRESENCIA DE LA RELIGIÓN CATÓLICA EN LOS CONTENIDOS DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN	30
1.3.1 <i>El caso de las telenovelas</i>	33
1.3.2 <i>Características generales de las telenovelas</i>	37
1.3.3 <i>La producción de telenovelas en México. El caso TELEVISA</i>	48
1.3.4 <i>La telenovela compactada “La Rosa de Guadalupe”</i>	51
CAPÍTULO II: ALGUNOS ACERCAMIENTOS TEÓRICOS AL FENÓMENO DE LA RELIGIOSIDAD Y SU DIFUSIÓN A TRAVÉS DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN	54
2.1. RELACIÓN HISTÓRICA ENTRE EL CATOLICISMO Y LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN	54
2.2. ALGUNOS ESTUDIOS SOBRE EL FENÓMENO DE LA RELIGIOSIDAD Y LOS MEDIOS EN MÉXICO	58
2.3. ALGUNOS ACERCAMIENTOS AL ESTUDIO DE LAS TELENÓVELAS	65
2.4. LA RELIGIOSIDAD COMO PARTE DE LA TELENÓVELA	69
CAPÍTULO III. EL ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LOS MEDIOS DESDE UN ENFOQUE CRÍTICO	74
3.1. LOS ENFOQUES CRÍTICOS PARA EL ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA SOCIAL DE LOS MEDIOS	74
3.1.1 <i>Orígenes, contextualización y propuesta de los enfoques críticos en comunicación</i>	75
3.1.2 <i>Caracterización de los principales enfoques críticos</i>	79
3.2. EL ANÁLISIS DEL DISCURSO COMO HERRAMIENTA ÚTIL EN EL ANÁLISIS CRÍTICO DE LOS CONTENIDOS MEDIÁTICOS	85
3.2.1 <i>Sobre el discurso</i>	86
3.2.2 <i>Los principios normativos del análisis del discurso, según Van Dijk</i>	90
3.2.3 <i>Aproximaciones teóricas al análisis del discurso</i>	93
3.3. EL DISCURSO TELEVISIVO. RASGOS PRINCIPALES	112
3.3.1 <i>Propiedades lingüísticas</i>	114
3.3.2 <i>Propiedades visuales del discurso televisivo</i>	120

3.3.3. <i>La propuesta conceptual de la semiótica discursiva para el análisis del discurso televisivo</i>	128
3.4. ESTRATEGIA METODOLÓGICA PARA EL ANÁLISIS DE LOS CONTENIDOS Y EL DISCURSO DEL MELODRAMA TELEVISIVO LA ROSA DE GUADALUPE	132
3.4.1. <i>Corpus, muestras e instrumentos</i>	136
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	138
4.1 RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE TÉCNICO DE LOS EPISODIOS SELECCIONADOS DE LA ROSA DE GUADALUPE.....	138
4.2. RESULTADOS DEL ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LOS EPISODIOS DE LA ROSA DE GUADALUPE.....	143
4.2.1. <i>Hallazgos categorizados como formación social</i>	144
4.2.2. <i>Hallazgos categorizados como formación ideológica</i>	145
4.2.3. <i>Hallazgos categorizados como de formación discursiva</i>	147
4.2.4. <i>Hallazgos categorizados como relaciones de sentido</i>	147
4.2.5. <i>Hallazgos categorizados como memoria discursiva</i>	150
4.3. SÍNTESIS DE LOS HALLAZGOS DE INVESTIGACIÓN.....	152
CONCLUSIONES	162
BIBLIOGRAFÍA	169

Introducción

En esta última década (2008 - 2018), comenzó a notarse cierto auge en la transmisión y producción de melodramas o telenovelas en la televisión mexicana, cuyos contenidos y temas se relacionan estrechamente con las costumbres y problemáticas diarias de la sociedad, ligándolas a cuestiones de religiosidad y prácticas religiosas, sus tramas suelen desarrollarse principalmente en torno al guadalupanismo, práctica que tiene gran relación con los usos y costumbres del catolicismo, religión que se encuentra estrechamente enraizada con la identidad y la cultura de los mexicanos, un caso en específico es la telenovela: “La Rosa de Guadalupe”, cuya producción se lleva a cabo por la televisora más grande e importante del país: Televisa. Esta empresa es la productora más prominente de telenovelas en México, sus ficciones son transmitidas en varios países del mundo, aspecto que les da un carácter internacional. La emisión de esta ficción en particular comenzó el día 5 de febrero del 2008. “La Rosa de Guadalupe” es un melodrama que, a diferencia de las telenovelas comunes, no se encuentra conformada por capítulos seriados. Es decir, cada episodio es independiente entre sí, los únicos elementos narrativos de carácter visual que suelen tener en común entre sí son: la imagen de la de la Virgen de Guadalupe, la inclusión de un “vientecillo” de origen inexplicable y una rosa blanca, esta última suele hacer su aparición cuando la problemática se acerca a su clímax, como señal de que el problema abordado está en proceso de ser atendido y solucionado, a través de la intervención divina de la Virgen de Guadalupe. A este tipo de formato Televisa lo ha denominado como “telenovela compactada”, en su página de internet, se argumenta que sólo se trata de un programa que transmite historias de fe y esperanza. Al mismo tiempo, mencionan (TELEVISA, 2009) que no se trata de un programa de carácter religioso, y que no busca influir en las creencias de su audiencia, aunque en la sección de la sinopsis la temática tiene cierta relación implícita con las prácticas religiosas

del culto a la Virgen de Guadalupe, cuya imagen está ligada de forma inherente al catolicismo y a la identidad de los mexicanos. Aunque esta información se obtuvo inicialmente en el año 2009, actualmente (2018) la información disponible, la sinopsis e incluso el formato de la página oficial han cambiado, y ya no existe mención alguna sobre cerca de la intención o no de influir sobre las creencias de su público (TELEVISA, 2014).

Esta investigación analizara el discurso de “La Rosa de Guadalupe” a través de algunos de sus episodios, para confirmar si su narrativa puede considerarse o no como un tipo de propaganda religiosa pues su productor Miguel Ángel Herros, afirma que no se trata de un programa religioso. Actualmente este melodrama no solo se encuentra disponible a través de la televisión, también es posible ver sus episodios en línea en la página de internet de Televisa (TELEVISA, 2017).

El corpus para llevar a cabo esta investigación se conformó por muestras elegidas de forma aleatoria debido a que no existe ninguna secuencia entre sus capítulos, y cada una de sus historias es independiente de la anterior. Al mismo tiempo se buscó identificar cuáles son las prácticas y discursos relacionados con la religiosidad que forman parte de los contenidos y temas de este programa.

Como un antecedente del tema del catolicismo en México, a partir de datos obtenidos del INEGI y del RIFREM, podremos darnos cuenta que el volumen de la población católica en México ha disminuido de manera gradual en el transcurso de los años 1985 - 2016, sin embargo, a pesar de esto el catolicismo continúa siendo la religión más practicada en el país. Es quizá debido a esto que las temáticas relacionadas a la fe y la religiosidad que forman parte de la identidad de millones de personas principalmente mexicanas o de origen mexicano, suelen ser utilizadas como un elemento muy importante para el éxito esta producción cuya transmisión tiene hasta ahora 10 años al aire.

Finalmente, a partir de un análisis del discurso a las muestras elegidas para llevar a cabo este proyecto, se definirá si el discurso de este programa contiene o no valores morales, religiosos y / o prácticas de religiosidad y se buscará comprender la estructura los elementos discursivos de carácter audiovisual en común de esta producción; cómo y de qué manera se adaptan problemáticas tales como: el embarazo no deseado, el aborto, las relaciones amorosas, la infidelidad, el divorcio, la criminalidad, la sexualidad, la depresión, etc. con el culto a la Virgen de Guadalupe (símbolo de gran peso ideológico e histórico entre los mexicanos) y cómo es que se trata de difundir a través de este melodrama, la idea de que la fe en este icono religioso puede resolver cualquier situación adversa.

Esta investigación está ubicada en el campo de la comunicación, se centra específicamente en el discurso televisivo y religioso, la razón por la que considero que este tema en particular resulta relevante es debido a que al parecer la transmisión o difusión de lo religioso mediado, principalmente por la televisión, se convierte en un producto de consumo complejo e interesante, pues al parecer la fe ha pasado a formar parte importante de sus ficciones; específicamente de las telenovelas, como una forma más de consumo. Cabe aclarar que con esto no se pretende afirmar o probar la existencia de algún tipo de convenio de beneficio mutuo, entre Televisa y la Iglesia católica, pero si relacionar las coincidencias discursivas existentes entre los valores de esta institución religiosa y la narrativa de La Rosa de Guadalupe.

Tomando como punto de partida la concepción de que la telenovela es un producto televisivo, que tiene la función primordial de entretener, y cuya estructura narrativa suele seguir ciertas formulas basadas en valores éticos que se relacionan principalmente con el confrontamiento de valores éticos de lo que es moralmente correcto contra lo que no lo es. Desde esta perspectiva el discurso religioso dentro de su simbolismo comparte la característica de

marcar el antagonismo entre lo bueno y lo malo, puede considerarse como una especie de guía o modelo de comportamiento para el ser humano, desde esta perspectiva resulta interesante como es que La Rosa de Guadalupe se apropia e integra dentro de sus historias los valores correspondientes al guadalupanismo a la lógica del entretenimiento y del mercado, haciendo que lo *sacro* sume a sus características de religiosidad una lógica mercantil, mientras que la telenovela como producto adquiere características de misticismo, creando así un nuevo discurso que consigue integrar lo comercial con lo sagrado dando forma así a algo que podría ser considerado como una nueva forma de religiosidad.

Esa investigación parte del siguiente cuestionamiento:

¿Cuáles son las prácticas y discursos relacionados con la religiosidad que se transmiten a través de La Rosa de Guadalupe?

Las preguntas particulares que surgen a partir de esta incógnita son las siguientes:

1. ¿De qué manera se entrelaza la trama de sus episodios con las problemáticas de la vida diaria y el culto a la Virgen de Guadalupe?
2. ¿Cómo se incluye en el discurso de la Rosa de Guadalupe, un referente correspondiente a un sistema de valores que establece lo que podría considerarse socialmente correcto o incorrecto?
3. ¿Cómo se integran a través de su discurso los elementos de la cultura popular mexicana con historias extraídas de la vida real y la religiosidad?
4. ¿Cuáles serían las consideraciones necesarias para afirmar que el discurso de este melodrama, es de carácter religioso o si simplemente los vuelve parte de su narrativa, convirtiéndolos en parte de un producto cultural?
5. ¿Qué elementos discursivos harían posible afirmar que La Rosa de Guadalupe, orienta o no una creencia religiosa en particular?

Teniendo en cuenta que la imagen de la Virgen de Guadalupe, además de ser un icono representativo del catolicismo mexicano, forma parte de nuestra identidad histórica y de nuestra cultura popular y que la telenovela al ser un producto de consumo televisivo cuyas características y funciones más destacables suelen ser las de entretener y de vender (publicidad / comerciales), partiendo del supuesto de que la telenovela La Rosa de Guadalupe transmitida por Televisa explota el imaginario colectivo a base de la simbología religiosa del catolicismo, religión que resulta ser la más difundida y arraigada en México, en este melodrama en particular se explota constantemente la imagen de la Virgen de Guadalupe, así como el sistema de valores que podríamos considerar como tradicional y que al mismo tiempo se relaciona con los que forman parte de la religión católica.

En ese sentido, nuestros objetivos pasan, en una primera aproximación por identificar cuáles son los elementos de esta ficción, que se relacionan estrechamente con la religiosidad y las prácticas religiosas de los mexicanos, partiendo de la hipótesis de que el discurso de La Rosa de Guadalupe se sustenta en iconos que forman parte de un sistema de valores histórico-religiosos, que conforman la identidad de la mayoría de los mexicanos, para reforzar sus historias y al mismo tiempo mantener vigente no solo un sistema de creencias, sino al mismo tiempo mantenerse como un producto de consumo diario, y al mismo tiempo hacer de la imagen de la Virgen de Guadalupe en sí, un producto cuya función es vender, es decir se convierte en el producto de otro producto.

La lucha del bien contra el mal, lo correcto vs lo incorrecto, se encuentra siempre presente en la historia de la humanidad, por lo tanto, no es de extrañarse que forme parte constante de sus creaciones, podemos encontrarla en diversas representaciones artísticas, narraciones populares y por supuesto podemos afirmar que es el sustento ideológico básico de las religiones, el caso del catolicismo no es la excepción. Teniendo en cuenta lo anterior no es

de extrañarse que las producciones de ficción de todo tipo basen sus temáticas en gran parte a esta lucha, sin embargo, para representar esta “eterna” lucha entre lo correcto e incorrecto no necesariamente es necesario involucrar una doctrina religiosa en particular razón por la cuál en el caso particular de nuestro objeto de estudio resulta interesante que se incluyan valores morales y espirituales que forman parte de un sistema ideológico específico. Aunque cabe aclarar que este proyecto no pretende afirmar ni busca comprobar cuáles son sus efectos sobre su público, ni cuáles son las intenciones en específico con las que se construye su narrativa sino más bien, detectar las características que permiten relacionar sus tramas con el catolicismo, en el enlace oficial de Televisa (2009), se afirmaba que “la rosa de Guadalupe” no trata de orientar las creencias religiosas de su público, sin embargo la representación de la Virgen tiene un gran peso simbólico, histórico e ideológico entre los mexicanos y esta imagen remite a nuestro imaginario posiblemente de manera inmediata a un culto o a una religión o incluso a una identidad y nacionalidad en particular. Por lo que nos parece importante saber de qué manera es posible incluir un “mensaje de fe” que a nuestro parecer se encuentra estrechamente relacionado al catolicismo, sin correlacionarlo con alguna creencia es específico, sin considerarlo un programa religioso.

En ese sentido, por último, nuestra investigación también se enfocará a determinar La Rosa de Guadalupe convierte o no los valores religiosos que transmite a través de sus tramas en productos de consumo masivo.

Esta investigación se constituye de cuatro capítulos, el primero es referente al fenómeno de lo religioso, y nos permitirá distinguir desde las posturas de distintos autores los conceptos de religión, religión popular, religión institucional, culto, espiritualidad, religiosidad y practica religiosa.

tendremos un acercamiento conceptual al fenómeno de lo religioso, mismo que nos facilitara distinguir cuáles son las diferencias entre: religión, y religiosidad, se explicara cuáles son sus funciones y se buscara sustentar que se trata de un fenómeno social de carácter global, que puede variar de persona a persona, país y región. También nos permitirá identificar las sutiles diferencias entre la religión popular y la institucional. Continuando con la conceptualización del fenómeno se hará una distinción entre culto y religión a partir de distintas posturas y sustentos teóricos continuando con las diferencias entre espiritualidad, religiosidad y práctica religiosa. Continuando con los apartados de nuestra investigación, nos centraremos en el estado histórico y contextual en lo referente al catolicismo en México, la diversidad religiosa, la devoción popular por la Virgen de Guadalupe, la presencia de referentes de la religión católica en los medios de comunicación hasta llegar al caso de las telenovelas, sus orígenes, características generales hasta llegar a nuestro objeto de estudio, *la telenovela compactada La Rosa de Guadalupe*.

El segundo capítulo permitirá continuar con algunos fundamentos teóricos en relación al fenómeno religioso, pero esta vez centrándose en su relación y difusión a través de los medios masivos de comunicación, así como de su posible función misionera al hacer pasar al catolicismo del dominio privado de sus templos hacia el ámbito público y competitivo de los medios en particular de la televisión. Continuaremos con el acercamiento a este fenómeno en el caso particular de México y destacaremos algunos de los estudios que se enfocan al fenómeno de la religiosidad y los medios en nuestro país, hasta llegar al caso particular de las telenovelas como objeto de estudio, la religiosidad como componente de la telenovela mexicana,

La tercera parte de este trabajo, se encuentra centrada al análisis del discurso, sus enfoques, orígenes, características, así como algunas de sus principales propuestas y sus respectivos

exponentes teóricos, este capítulo en particular nos parece especialmente importante, ya que nos permitió elaborar el instrumento de análisis necesario para desarrollar esta investigación con el sustento teórico y metodológico correspondiente y más adecuado para responder concretamente a las incógnitas que forman parte de esta propuesta. En este caso hemos elegido como principal sustento dos de las ocho propuestas de análisis del discurso manejadas por Julieta Haidar (1998), cuyos aportes principales provienen de Michel Pecheux: *La relación entre formación social, formación ideológica y formación discursiva y los procesos de interdiscursividad*, esto a razón de que ambas posturas además de relacionarse entre sí, consideramos que son las más adecuadas para analizar el discurso televisivo pues componerse de un *macro-discurso*, que se actualiza constantemente (como se podrá observar con mayor detalle en el apartado 3.3), consideramos que se relaciona estrechamente ambas propuestas, explicaremos los criterios de selección para crear nuestro corpus, cabe destacar que aunado a los modelos de análisis mencionados se tuvieron en cuenta las constantes técnicas que resaltan el énfasis con el que se cuentan las historias de La Rosa de Guadalupe. En el cuarto y último capítulo, expondremos los resultados obtenidos del análisis técnico y discursivo realizado a las muestras seleccionadas:

Episodio	Año	Número	Temporada
Deseos de vivir	2013	553	6
Mi dulce compañía	2015	674	8
Cuando encallan las ballenas	2017	964	10
El paquete	2017	967	10

(Tabla de elaboración propia)

Los episodios se seleccionaron al azar, con la finalidad de disponer de tramas y contenidos temáticos variados y evitar dentro de lo posible la repetición o semejanza de sus temas y hasta cierto punto facilitar la identificación de los elementos de religiosidad en su discurso, así como sus semejanzas entre sí.

Para finalizar podemos adelantar que los resultados obtenidos en esta investigación han permitido identificar que, a pesar de la diferencia temporal entre la producción de sus episodios y otro, la variabilidad del reparto, así como la diversidad de temas e historias abordadas en las muestras analizadas, en definitiva, si existen constantes discursivas y estéticas que, aunque no relacionen sus protagonistas entre sí, forman parte de una constante discursiva que le da sentido al mensaje que desde nuestra perspectiva se podría considerar como religioso, cabe aclarar que más allá de los resultados que podrán consultarse en el apartado de las conclusiones, esta investigación no se propone afirmar ni sugerir cuáles son los posibles efectos que esta ficción tiene sobre su audiencia, ni mucho menos tratar de afirmar que su discurso tiene la intención de provocar un efecto (y si lo consigue o no) determinado sobre su público pues como se verá a lo largo del desarrollo de este trabajo la interpretación depende bastante de la competencia de sus televidentes.

Capítulo I: Religión, cultura popular y cultura de masas en México.

1.1. Acercamiento conceptual al fenómeno de lo religioso

Para comenzar definiremos brevemente el concepto de religión desde el punto de vista de algunos autores, cabe destacar que este concepto, Boyer (2002), sostiene que no es fácil de definir y, puede considerarse como algo bastante abstracto pues su función puede variar dependiendo de persona a persona, región o país. Sin embargo, se trata de un fenómeno global, presente en todos los lugares del mundo, en formas muy diversas y con una gran cantidad de variables, puede abarcar una gran cantidad de ideas.

Georg Simmel (Varga, 2007) hace una distinción entre religiosidad y religión sosteniendo que la primera precede a la segunda, argumentando que la religiosidad es la precondition para el encuentro con la divinidad, mientras que la religión en cambio “es un producto cultural creado mediante una larga frecuentación interpersonal y experiencias interactivas

múltiples, que desemboca socialmente en la iglesia-institución o en otras formas religiosas organizadas, en cuya base estaría presente una creencia de fondo” (Cipriani, 2004, p. 126). Es decir, la religiosidad tiene un carácter más personal e individual mientras que la religión es de carácter institucional.

Se puede considerar que para Simmel la religión es un producto cultural, creado por la sociedad en respuesta a las necesidades individuales y colectivas de los sujetos sociales, de igual manera de acuerdo al autor tanto la sociedad como la religión se encuentran en parte cimentadas por la religiosidad y la sociabilidad.

Finalmente, en cuanto a las propuestas en relación al concepto de religión del autor destaca la idea de que la vida religiosa, es “una forma de relación social, intersubjetiva y como una forma concreta que deriva en distintas modalidades institucionales (iglesias) o menos formalizadas (movimientos, grupos y otras formas cohesivas)” (Cipriani, 2004, p. 127). En síntesis, la principal diferencia entre ambos términos es que uno es de carácter individual, mientras que el segundo se encuentra estrechamente relacionado a un grupo o institución.

La relevancia de la religión en el corazón de la sociedad contemporánea está abierta a una gran variedad de interpretaciones. Esto incluye aquellas que tienen como objetivo explicar la individualización del sentimiento religioso, así como el subjetivismo de la creencia, y también aquellos que se enfocan en el reto representado por los movimientos fundamentalistas y en el uso de la religión como una llave hacia la identidad y la etnicidad. El pluralismo es el aspecto más relevante que denota específicamente la situación socio-religiosa del mundo contemporáneo, esto nos obliga a re-examinar y re-escribir la relación entre las variadas religiones, ritos, creencias y convicciones morales en el centro de las religiones tradicionales (Giordan, 2007, p. 161).

Por su parte Pascal Boyer argumenta que para poder explicar las creencias y conductas religiosas debemos estudiar la manera en que funciona la mente humana porque para explicar algo tan diverso como la religión de debe comprender que “las creencias varían de persona a persona; algunas son religiosas y otras no” (Boyer, 2002, p. 17). Este autor menciona que para poder comprender el porqué de este fenómeno social más que buscar un origen histórico debemos de comprender su función, aunque también aclara que las funciones no son fáciles de determinar ya que puede haber una gran cantidad de variables que dependen de la geografía, contexto social y económico, entre otras. La religión, comenta Boyer, se encuentra en todo el mundo, pero en formas muy diferentes. “Todos tenemos una palabra para definirla. Es un concepto al que recurrimos para englobar todas las ideas, acciones, reglas y objetos que tienen que ver con la existencia y las propiedades de agentes sobrehumanos como Dios” (Boyer, 2002, p. 27).

Lo mencionado anteriormente vale para cuando se habla de religión popular como cuando se habla de religión institucional u oficial. De hecho, como afirman Sussana Rostas y Andree Droogers, “la frontera entre religión oficial y popular es muy sutil y no debe de ser sobrevalorada” (Rostas y Droogers, 1995, p. 83). Los autores definen a la religión popular como una forma religiosa que toma un poco de la religión oficial y la integra a sus prácticas, con lo que la gente construye sus propios significados, aun a pesar de que el clero trate de monopolizar la producción de su discurso religioso.

De igual forma el término “religión popular” ha sido bastante discutido y criticado, Kselman, 1986; Ribeiro, 1984; Vrijhof y Waardenburg, 1979, (como se citó en Rostas y Drodgeers, 1995) sin embargo, consideran que no se debe abandonar un concepto sólo porque algunos autores consideren que carece de poder analítico por lo que sugieren dibujar un mapa de significados que rodean a este término.

A partir de las ideas de estos autores podemos retomar la idea de que la religión es un fenómeno creado por el ser humano, se puede manifestar en formas variadas y en distintas sociedades, aunque ciertamente se puede considerar un sentimiento individual debido a que cada quien lo interpreta y lo practica a su manera; se trata también de una manifestación social.

1.1.1 Culto y religión: los ámbitos de lo sagrado

Aunque ocasionalmente para algunos estudiosos estos dos conceptos pueden hacer referencia al mismo fenómeno, en realidad no es así. Aunque en cierto punto exista una conexión entre ambos, en realidad no se trata de una regla pues no necesariamente se necesitan entre sí para coexistir. Podemos tomar como ejemplo algún culto a un animal o a un objeto en particular, para rendirle culto a alguien o a algo no necesariamente se necesita un apoyo institucional (pues las religiones, más allá de un simple concepto son sustentadas por una institución); de ahí la diferencia entre religión y religiosidad que se tratará más adelante de una manera más amplia. Quizá como un ejemplo más claro podamos tomar el culto que en México se rinde a los muertos que, aunque es una práctica que cuenta con el apoyo de la institución católica, en realidad no proviene de dicha religión. Brandes (2000), menciona que su origen es prehispánico y constituye la versión mexicana de dos festividades católicas panromanas: el día de todos los santos y de las ánimas.

De acuerdo a Cipriani (2004), para Ludwig Andreas Feuerbach el culto es el reflejo de las cualidades humanas. La trinidad se conectaría con otras características típicas del género humano como la razón, la voluntad y el amor. Mediante el ateísmo la humanidad se convierte en objeto de culto, haciendo practicable una religión de la humanidad, que es posible a partir de la desmitologización de la religión a través de la humanización de Dios.

Por otra parte, Feuerbach (Cipriani, 2004) define la religión como la conciencia del infinito, y al igual que Hume, considera que Dios sería sólo una proyección del hombre. El dios de la

bondad, el del amor y el de los principios éticos es una “ilusión” que corresponde a otras necesidades de la naturaleza humana.

Para Feuerbach, el hombre no es una imagen de Dios, sino que este último es el que resulta ser una sombra proyectada por el hombre mismo, que se “autoaliena” en el absoluto de la divinidad. La religión particularmente la cristiana, es la relación del hombre con su esencia. Así, “la esencia del hombre no está en Dios ni en la religión, sino en el hombre mismo, Dios y la religión son una alienación, una salida del hombre fuera de sí mismo” (Cipriani, 2004, p. 40).

En cuanto a lo sagrado, Niklas Luhmann, menciona que desemboca en una paradoja:

“Ejerce una fascinación sobrecogedora en la que se deben de tener en cuenta distinciones sutiles. Aun cuando se parta de una religión orientada hacia Dios, no es la intención de Dios provocar temor y espanto, sino que es su esencia sagrada la que produce tal efecto (Luhmann, 2007, p. 13).

Desde la perspectiva de Luhman, se puede comprender a la paradoja como una inclusión de lo observable / inobservable, según este autor es a partir de esta distinción que se puede llevar a cabo una observación del fenómeno religioso ya que si se lleva a cabo una simple distinción ente ambos factores esta misma no permite que se cruce el campo de observación ya que el acto de observar sólo puede tener lugar del lado de lo observable (Luhman hace referencia a la distinción ejemplificando que cuando un lado existe también existe otro lado más). Cuando se habla de una distinción no se trata de un lado u otro de la misma, sino en su forma de distinción misma.

La frontera entre un lado y otro de una distinción solamente es inteligible cuando se está atento al hecho de que podría traspasarse y que el otro lado también podría definirse (Luhmann, 2007, p. 34).

Aunque la postura de este autor es considerada de carácter estructuralista, nos parece relevante para esta investigación debido a que, desde una perspectiva crítica es importante tener en cuenta su propuesta en lo referente a la observación de lo sagrado, es decir, la consideración de que existe más de un lado analizable en cuanto a este fenómeno, esto nos permite evitar tener una distinción única teniendo en cuenta que de acuerdo a Luhmann lo sagrado se orienta hacia Dios como entidad, consideramos que se trata de una creación humana, por lo tanto cumple con una función social. Aunque esta investigación no se propone descifrar ni especificar la totalidad de funciones que competen a la religión, consideramos importante tenerla en cuenta como una forma de comunicación, que su lenguaje se compone por una gran cantidad de simbolismos y significados propios, por lo tanto, su análisis puede incluir más de una postura analítica. Por lo tanto, consideramos que al tener una postura crítica debemos aceptar o tener en consideración más de una visión en cuanto al análisis del fenómeno religioso, misma que nos permita dentro de lo posible analizarlo y observarlo más allá de una perspectiva que considere como parte de este fenómeno únicamente los elementos que tradicionalmente giran alrededor de su propio lenguaje y así tomar en cuenta aquellos elementos que corresponden al campo de la comunicación es decir considerarla como un acto comunicativo.

Desde esta perspectiva se puede argumentar que la religión da cuenta de sí misma de manera insuficiente. Las formas de sentido se viven religiosamente cuando su sentido remite a una unidad de la diferencia de observable e inobservable y cuando se encuentra una forma para ello (Luhmann, 2007, p. 32).

Debemos de tener claro que lo sagrado, el culto y la religión, aunque tengan características similares tienen características distintivas entre sí, es posible rendirle culto a prácticamente cualquier cosa, así como considerarla sacra. Sin embargo, el hecho de considerar a un objeto

o inclusive a un animal como tal y rendirle culto no implica de ninguna manera que necesariamente pueda ser considerado sacro por una institución religiosa. Cabe destacar que esto no quiere decir que las instituciones religiosas no posean objetos con este tipo de características, podemos tomar como ejemplos comunes artículos que nos resultan comunes tales como; crucifijos, rosarios, escapularios, imágenes, etc.

La mayoría de estos objetos (en el caso de las instituciones) sirven como referentes a alguna cosa en particular, aunque existan variaciones como santos o ángeles, estos pueden formar parte del culto de una religión. Como hace mención Luhmann (2007), para analizar el fenómeno de lo sagrado hay que tener en cuenta todos los lados observables para así comprender el fenómeno de una forma lo más precisa posible, y al ser una proyección del hombre se trata de algo con una gran cantidad posibilidades y variables.

1.1.2. Espiritualidad, religiosidad y práctica religiosa

En el siguiente apartado veremos las diferencias entre los conceptos previamente mencionados, es necesario establecer sus diferencias para evitar que existan confusiones entre ellos, ya que en algunos casos puede existir una tendencia a pensar que se trata de la misma cosa e incluso pensar que se tratan de variantes del concepto de religión y hay que dejar lo más claro posible que existen diferencias entre religión, religiosidad y práctica religiosa, aunque hasta cierto punto si bien puede haber semejanzas entre estos conceptos, se trata de cosas distintas.

Según Paul Heelas y Linda Woodhead (2002), la espiritualidad trata de las vidas subjetivas de lo sagrado, que tienen énfasis en las fuentes interiores de significado, autoridad y la cultivación y sacralización de vidas subjetivas únicas. Esta contrasta con más concepciones religiosas cuyo énfasis es una fuente trascendente de autoridad y significado que los individuos deben conformar.

Lo espiritual está asociado con lo personal, lo íntimo, lo interior y lo experimental, en contraste con la religión que está asociada con lo oficial, lo externo y lo institucional.

La espiritualidad ha sido de esta manera para articular la falta de satisfacción con las principales tradiciones religiosas, como una señal y un intento para moverse más allá de las limitaciones. En el contexto actual se ha discutido ocasionalmente que lo espiritual está reemplazando a lo religioso como una forma de expresión más significativa de la identidad de la gente que vive en las avanzadas sociedades post-industriales.

Por su parte Varga (2007), afirma que Georg Simmel define la espiritualidad como una creencia de que existen fuerzas o un Dios o dioses más allá de la experiencia individual. Es también un sentimiento confuso de creencia en fuerzas trascendentales que pueden o no influenciar directamente en la vida de los individuos. La espiritualidad puede o no ser ligada a lo sagrado. Mientras que las religiones institucionales pueden incluir elementos espirituales, la espiritualidad es altamente individual y no depende de los dogmas ni cánones religiosos relacionados con la Iglesia.

El re-descubrimiento de la espiritualidad representa los esfuerzos individuales para hacer conciencia sobre el interior que equivale a hacer conciencia sobre la personalidad y las ideas morales de un individuo. En ese sentido, se trata de creencias muchas veces vagamente formuladas (usualmente conectadas a las creencias en un Dios o dioses, en una vida posterior, así como ideas sobre el bien y el mal) que no necesitan ser complementadas por una adherencia formal a alguna religión institucional o a la asistencia a sus rituales.

En cambio, la religiosidad, a diferencia de la espiritualidad, de acuerdo a Danièle Hervieu-Léger (2008), tiene que ver con el desconocimiento de la validación institucional de la creencia y el crecimiento de las reservas de referencias y símbolos puestos a disposición de los usos y re-empleos de los individuos. La religiosidad en consecuencia no indica

únicamente la fragmentación en pequeños sistemas de la creencia que éstos producen por cuenta propia, sino que es la fe la que ocupa aquí un lugar central como operadora del desarrollo individual.

En cuanto a las prácticas religiosas, son aquellas que han sido apropiadas de manera individual en función de una pertenencia comunitaria. Normalmente, lo que entendemos por práctica religiosa no necesariamente se encuentran ligadas a alguna religión institucional.

De estos tres conceptos podemos extraer la idea de que, para creer en un Dios, o cualquier entidad sobrenatural no se necesita de una religión, aunque esté relacionada a una, puesto que se trata de cosas totalmente individuales que no necesitan el sustento ni la validación de una institución religiosa.

1.2. Religiosidad y catolicismo en México

Para comprender el fenómeno de lo religioso en México, debemos de tener en cuenta que se encuentra conformado por un proceso histórico complejo, pues previamente a la conquista de los españoles, los distintos grupos indígenas tenían prácticas religiosas totalmente diversas entre sí y mayormente politeístas, por lo que previo a la evangelización católica por parte de los españoles a la que podríamos hasta cierto punto como una herramienta de dominio y conquista no existía ninguna institución religiosa que fuese homogénea, ni que abarcara lo que actualmente es el territorio mexicano, ni que conformara una identidad nacional como tal, es en este proceso en el que el catolicismo comienza a cobrar importancia, en la conformación de una identidad como pueblo.

De acuerdo a Renée de la Torre (2014), los estudios relacionados con la religiosidad y el catolicismo en México, han sido hasta cierto punto menospreciados por el estado y las universidades públicas, aun a pesar de la influencia que el fenómeno de lo religioso ha tenido en el desarrollo histórico y la identidad del país, poniendo como ejemplo el enfrentamiento entre católicos y militares conocido como la guerra cristera, de la Torre, en su artículo: “*El*

estudio de la religión en México enmarcado en el campo intelectual y el campo del poder”, hace referencia una gran cantidad de estudios relacionados con este tema en particular haciendo un recorrido histórico sobre los estudios relacionados con la religiosidad y prácticas religiosas en México, en el que se destaca que el catolicismo cuenta con un lugar privilegiado como religión mayoritaria, que “mantiene una hegemonía ideológica – cultural sobre los sistemas de representaciones de los mexicanos” (de la Torre, 2014, p. 68), la autora menciona también que a pesar de que nuestro país cuenta con una constitución secular, el temperamento de los mexicanos ha sido considerado frecuentemente como ritualista y festivo. “La religiosidad católica al ser mayoritaria y constituirse como patrimonio cultural de México, es el escenario de un sinnúmero de fiestas rituales, en las cuales se celebra a los santos patronos y a las vírgenes protectoras” (de la Torre, 2014, p. 72), en este estudio también se destaca la actual existencia de grupos minoritarios que tienen prácticas diversas ejemplificando cultos a personajes como el del niño artillero, la santa muerte, o malverde, es decir aunque el catolicismo es la religión más popular en el país, no se puede englobar al catolicismo con un sistema de prácticas únicas, pues puede variar de estado a estado o incluso entre pueblos vecinos, sin embargo para nuestro objeto de estudio, se tomarán en cuenta las prácticas o ideas más difundidas de esta religión.

Al igual que en el caso de la historia de la Virgen de Guadalupe, el catolicismo en México no es algo que se pueda tratar en una breve reseña, debido a que su difusión en el territorio que actualmente conocemos como México hasta la actualidad ha tenido un proceso de más de 400 años. Sobre el tema de la religiosidad y la religión católica en México nos centraremos en los tres siguientes apartados.

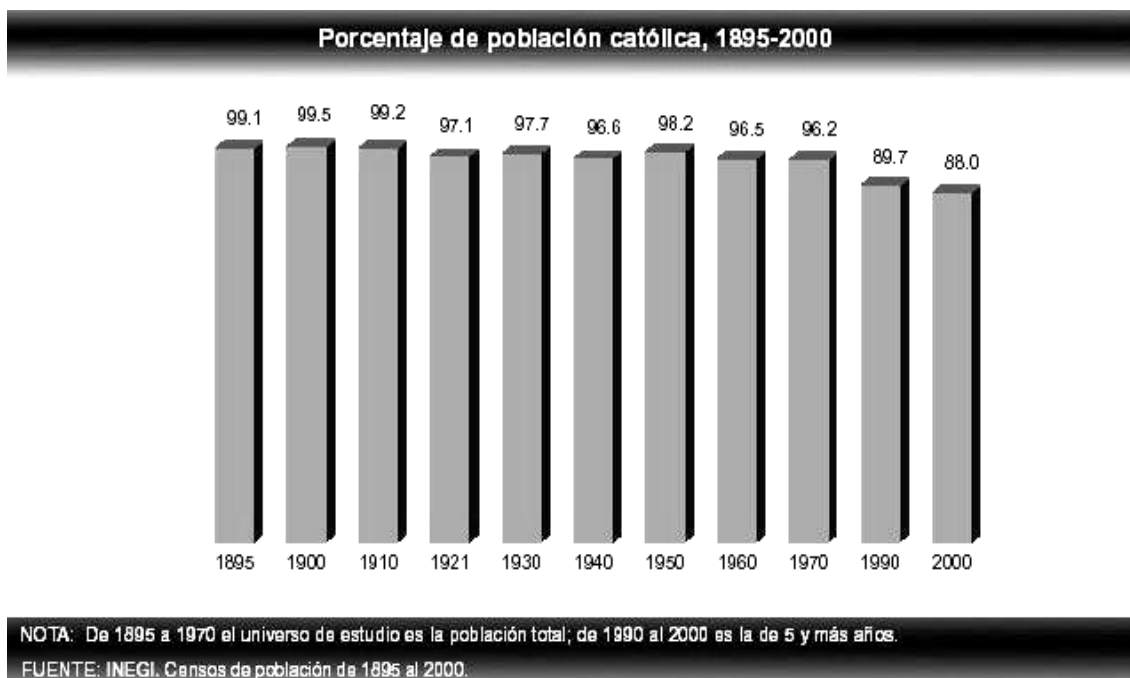
1.2.1. Diversidad religiosa en México

Para comenzar se expondrán datos estadísticos sobre la población católica en México y los índices de disminución que esta ha sufrido en los últimos cien años. De la misma manera,

también ofreceremos información del creciente número de nuevas prácticas religiosas en México.

Según el INEGI (2000), el número de población católica en el país se ha ido reduciendo gradualmente de tal manera que la diversidad religiosa ha ido en aumento. El crecimiento de esta población es desigual con respecto a décadas anteriores debido a la presencia de nuevas creencias, cómo son: protestante histórica, pentecostal, evangélica, adventista del séptimo día, mormona, testigos de Jehová, judaica, budista, islámica, nativista, espiritualista y sin religión.

En la siguiente gráfica, se puede observar que ha disminuido la densidad de la población católica en México desde 1895 hasta el 2000.



Como se puede observar en los últimos cien años, (1900-2000) el número de practicantes del catolicismo se ha reducido de un 99.5% a 88.0%, aunque los cambios en esta cifra son relativamente bajos, ya que la población católica sigue conformando una mayoría, la disminución parece ser constante, aunque de manera bastante gradual.

Las personas que conforman casi un 8% de la población, pertenecen a doctrinas derivadas

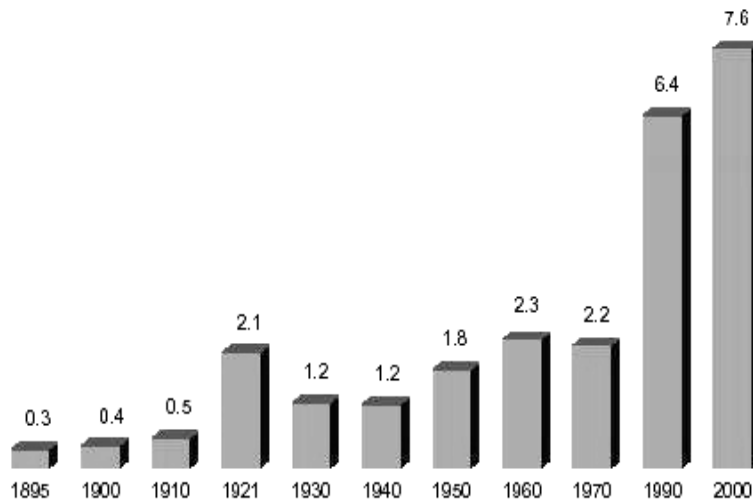
Distribución total de la población bíblica no evangélica en México, 2000			
Total	Testigos de Jehová	Adventistas del séptimo día	Iglesia de Jesucristo de los santos de los últimos días (mormones)
1,751,910	1,057,736	488,945	205,229

del cristianismo, a estas el INEGI las clasifica cómo “protestantes históricas” y “bílicas no evangélicas”. Existe también otra clasificación denominada cómo “otras religiones”, en las que se encuentran el budismo, el islamismo, el judaísmo, el espiritualismo, y el nativismo entre otras, que son profesadas por el 0.4% de los creyentes, para finalizar los datos del INEGI nos dicen que el 3.5% de la población declaró no tener ninguna religión.

En la siguiente gráfica se puede observar el crecimiento de la población con una religión diferente a la católica a partir de 1895 hasta el 2000.

Distribución total de la población con “otras religiones” según las principales iglesias en México, 2000					
Total	Budismo	Islamismo	Judaísmo	Espiritualismo	Nativismo
306,453	5,346	1,421	45,260	60,657	1,487

**Porcentaje de población con religión diferente a la católica,
1895-2000**



NOTA: De 1895 a 1970 el universo de estudio es la población total; de 1990 al 2000 es la de 5 y más años.
FUENTE: INEGI. Censos de población de 1895 al 2000.

Teniendo como base datos obtenidos del INEGI, se incluyen algunas tablas (elaboración propia a partir de información obtenida en datos del INEGI) que contienen la información del total de la población que forma parte de las religiones no católicas, para especificar de una manera más clara cuáles son, y las categorías en las que se encuentran divididas.

Distribución total de la población evangélica en México, 2000		
Total	Pentecostales	Evangélicas
3,808,284	1,442,637	2,365,674

Estas cifras y categorías forman parte del 7.6% del total de la población que profesa alguna religión ajena a la católica. Han sido incluidas para especificar de una manera más clara la distribución de estos porcentajes y cabe destacar que esto es sólo una breve reseña de los datos incluidos en el censo del INEGI 2000.

Como ya hemos comentado existe un sector de la población que no profesa ninguna creencia religiosa, y que ha ido aumentando su presencia de una manera progresiva. En las últimas tres décadas (1970-2000), el porcentaje de no creyentes se ha incrementado en ciertas

regiones del país o entre determinados grupos poblacionales, tal y como lo demuestra la gráfica siguiente:



Según algunos especialistas la categoría “sin religión”, puede incluir también a población que oculta su filiación religiosa cuando ésta es rechazada por la población mayoritaria de su entorno, o si hay implícito un conflicto con posibles referentes religiosos (INEGI: 2000; 9).

El INEGI clasifica las religiones distintas al catolicismo en las siguientes categorías: protestantismo, corriente del cristianismo, dentro de esta categoría se agrupan las iglesias cercanas a la reforma religiosa del siglo XVI. El censo del 2000 registró alrededor de 600 mil personas en alguna de estas sociedades protestantes, las principales le corresponden a la Iglesia presbiteriana y a la bautista, la primera agrupa a cerca de 324 mil creyentes, la segunda a casi 2000.

La designación de “cristiano”, “evangélico” o “pentecostal”, se refiere a una constelación de grupos identificados doctrinalmente entre sí, aunque no están adscritos a una misma organización.

Una corriente que se destaca cuantitativamente en el estudio es el espiritualismo, cuyas manifestaciones pueden estar ligadas o no al catolicismo. Esta doctrina se puede describir

cómo un movimiento religioso de carácter sincrético; se encuentra arraigada en los israelitas regenerados, o israelitas espirituales; algunas clasificaciones la ubican cómo nativista; el grupo más importante es el de los trinitarios marianos. El dato censal sobre esta corriente puede servir cómo marco de referencia para los interesados en el tema, ya que la información registrada no permite establecer una diferencia entre las sociedades que están ligadas al catolicismo, y aquellas espiritualistas que están vinculadas a fenómenos psíquicos y sociedades ocultistas. Se declararon más de 60 mil creyentes en México (INEGI, 2000, p. 23).

En el año 2000 se registró por primera vez el grupo denominado cómo “nativistas”, o “movimientos de mexicanidad” que está bastante ligado con la población de Nayarit y Jalisco, que registran cerca de 1500 casos el 82% es en estas entidades.

Además de estos agrupamientos, el censo de religión detectó las siguientes creencias y disciplinas que se pueden clasificar como:

- 1- Grandes corrientes del mundo: hinduismo (cerca de 700 personas), sintoísmo (casi 200 personas), taoísmo (menos de 100 registros)
- 2- Corrientes de origen oriental: hare Krishna (casi 400 personas), jainismo, comunidad del arco iris, y centro onkaranada (estas tres con menos de 100 declaraciones), bahaismo (declarado por más de 600 personas).
- 3- Movimientos espirituales de origen esotérico y del potencial humano: estas se caracterizan por aspirar a un equilibrio físico, mental y espiritual mediante preceptos filosóficos; en los que se destaca la declaración de sociedades del “New Age” con cerca de mil registros, la cienciología en más de 300 casos, la meditación trascendental, ágora, instituto arica, y la teosofía con menos de 100 registros.

- 4- Sociedades ocultistas: consideran varias líneas ligadas a la astronomía, la magia y el satanismo (cerca de 700 casos).
- 5- Movimientos de contacto angélico o extraterrestre: movimiento Raeliano y la misión de Rhama con una frecuencia menor a 100 registros.
- 6- La masonería también fue declarada cómo una práctica religiosa por cerca de 1500 personas (INEGI: 2000).

No obstante, lo anterior y haciendo referencia a la diversidad religiosa, es importante echar una mirada a las cifras empíricas que hablan de qué tanto se tolera a las personas que practican religiones distintas. Según resultados obtenidos por el ENCUP (SEGOB 2008) en México alrededor de 2 personas de cada 10 no estarían dispuestas a tener como vecinas o a vivir con gente de otra religión, cifra que demuestra que, a pesar de la diversidad, la tolerancia religiosa en México no es una característica general de la población, aunque la cantidad de personas intolerantes es mínima.

“Por otro lado, algunos reportes de investigación realizados en México han registrado la creciente presencia de imaginarios religiosos provenientes la cultura de la globalización, que incluyen a los vinculados a tradiciones orientales como la creencia en la reencarnación, o la conocida como *New Age*, cuyos integrantes perciben a Dios como una energía cósmica; esto es, los mexicanos en su mayoría católicos, están renovando sus creencias trascendentales. En muchas ocasiones, debido al arraigo que el catolicismo tiene en México, se manifiestan y cobran nuevos sentidos en el seno de las tradiciones populares, estrechamente ligadas al catolicismo popular” (De la Torre y Mora, 2003, p. 114).

“Los nuevos eclecticismos de los mexicanos se manifiestan como una síntesis de la memoria mitológica acumulada que se retroalimenta de conocimientos y rituales prehispánicos, de

símbolos católicos y de una cultura de los medios masivos, que pone a disposición del consumo cultural una cantidad de conocimientos mágico-esotéricos que se conectan con una red planetaria y cósmica que es denominada como movimiento *New Age*”, (De la Torre y Mora, 2003, p. 116) que se puede considerar como una expresión global de religiosidad, misma que se vincula con las tradiciones previas que se relacionan con la magia, al catolicismo popular y a la salud basada en conocimientos de herbolaria

Según estos datos contextuales concluimos que la población católica en México ha disminuido gradualmente en los últimos 100 años (1900-2000), también se puede observar cómo las distintas prácticas religiosas han cobrado importancia con el paso de los años, también aquellas de reciente surgimiento como lo son el *New Age* y el neoesoterismo, la gran diversidad de creencias y la tolerancia van en aumento. De manera que el catolicismo está siendo acompañado (con esto me refiero a que sus practicantes llevan a cabo distintas actividades que no necesariamente están ligadas a esta religión como por ejemplo el esoterismo), y en algunos casos (el 12%) ha sido reemplazado por otras corrientes y prácticas religiosas.

Para finalizar en lo referente a datos estadísticos del panorama religioso en México, un estudio más reciente publicado por el RIFREM (2016), que expone los resultados de una encuesta nacional cuyo tamaño muestral se compone de 3000 casos sobre creencias y prácticas religiosas. Ana Luisa Guerrero (2017), comenta que esta encuesta revela que el 57.1% de las personas encuestadas que ha cambiado de religión ha dejado el catolicismo, las principales razones son que no se sentían satisfechas (17%), que en su religión actual se apega a los fundamentos bíblicos, (16.8%) o que decidió buscar la verdad por sí mismo (13.2%).

En lo referente a la encuesta del RIFREM, en el apartado de prácticas religiosas nos parece interesante destacar que el 54.8% de los encuestados tiene un altar religioso en casa, de este

porcentaje de personas que responde afirmativamente el 36.4% son católicos de los cuales la mayoría lo dedica a la Virgen de Guadalupe (59.4%) y a la Virgen María (8.3%).

Cabe destacar que el estudio previamente mencionado sostiene con base a datos del INEGI (2010) que la población católica en México continúa siendo mayoría, aunque la tendencia continua a la baja pasando del 88.0% en el 2000 al 82.7% en el 2010.

1.2.2. La fe católica

La evangelización de la Nueva España comenzó con la llegada de los primeros misioneros franciscanos en 1524, “aunque es sabido que antes otros religiosos aislados habían esparcido en México la semilla de la palabra evangélica” (Ricard, 1986, p. 61). Uno de los principales propósitos de los colonizadores españoles fue el de llevar la palabra de Dios al nuevo mundo, de ahí que podamos observar la importancia y el arraigo que tiene el catolicismo en México. Las religiones de los pobladores originarios eran de carácter politeísta, en el caso particular de los aztecas se caracterizaba por tener una riqueza extraordinaria, “debido en parte a que tenían la costumbre de adoptar en su panteón a los dioses de las tribus subyugadas” (Ricard, 1986, p. 72). Quizá debido a esta costumbre no fue del todo difícil para los colonizadores imponer a los habitantes originarios un nuevo Dios y un nuevo culto que sustituiría al anterior, ya que aproximadamente dos siglos después de la conquista el culto a *Tonantzin* fue sustituido por el de la Virgen de Guadalupe. En relación a la sustitución de los Dioses, debido a que “los aztecas tenían día a día ceremonias religiosas interminables: los misioneros multiplicaron ceremonias, instituyeron representaciones edificantes, pero al obrar así, reemplazaban lo antiguo por lo nuevo: nunca amalgamaban ni continuaban ni desarrollaban lo antiguo” (Ricard, 1986, p. 78). Debido a que los misioneros no podían tolerar lo pagano sustituyeron los templos, los arrasaron por completo sustituyéndolos con edificaciones localizadas en los antiguos lugares de culto, como en el caso del cerro del Tepeyac en donde se sustituyó el lugar de culto de *Tonantzin* por el de la Virgen de Guadalupe.

Cuando imaginamos al México católico, tenemos en cuenta que se constituye de una gran cantidad de usos y costumbres tales como: la celebración el día de muertos, la semana santa acompañada por las tradicionales representaciones del vía crucis en el cerro de la estrella, el día de los inocentes, el sábado de gloria, o en el caso particular de la Ciudad de México incluso podemos considerar como un referente los días 28 de cada mes, una cantidad considerable de devotos acuden a la Iglesia de San Hipólito, con diversos propósitos en conmemoración a su fe en San Judas Tadeo.

Otro ejemplo particular que sirve como referencia de la importancia del culto de la Virgen de Guadalupe puede ser observado todos los años el día 12 de diciembre de cada año, fecha en la que cientos de miles de peregrinos acuden a la basílica de Guadalupe desde todas partes del país a celebrar el cumpleaños de “la morenita”, agradecerle sus milagros y su protección y demás beneficios otorgados. Existe una gran cantidad de ejemplos que pueden contextualizar la importancia del catolicismo en México, sin embargo, el antes mencionado nos parece más pertinente en referencia al tema en cuestión. esto no quiere decir que necesariamente sea el más significativo para los católicos mexicanos.

1.2.3. La devoción popular por la Virgen de Guadalupe. Sus orígenes históricos

En cuanto a los orígenes, nos centraremos en algunos antecedentes históricos de la devoción a la Virgen de Guadalupe, cabe aclarar que solo se trata de una breve reseña contextual en cuanto a su importancia para nuestra propuesta.

De acuerdo con Alicia Mayer (2001), el culto a la Virgen de Guadalupe en La Nueva España, se relaciona con una tradición indígena y criolla, que con el transcurso de los años se convirtió en un símbolo de identidad, asociado al nacionalismo criollo, como ya lo hemos mencionado, los misioneros se esforzaron en sustituir los cultos indígenas, en el caso particular de Tonantzin, se sustituyó por el de la madre de Dios. Las primeras referencias históricas datan de 1550, “cuando parece que se colocó en la vieja ermita la pintura que hoy se venera en el

santuario moderno” (Mayer, 2001, p. 23). De acuerdo a la autora a finales de la década de los 50 del siglo XVI, ya existía un culto formal tanto por españoles como por indígenas. Esta imagen fue dotada de sentido de acuerdo a las necesidades de una nueva sociedad resultante de la conquista por parte de la elite intelectual de la Nueva España, convirtiéndola en un símbolo que entrañaba muchos significados. “Se le otorgó un enorme poder para sintetizar mensajes; se le hizo un vehículo para transmitir el dogma cristiano, comunicar valores y educar la moral” (Mayer, 2001, p. 29).

Con base en lo anterior podemos afirmar que desde sus inicios el culto a la Virgen de Guadalupe, no solo ha cumplido con una función evangelizadora, sino que, al mismo tiempo, sirve para difundir ideales y virtudes en función a intereses y necesidades de la clase dominante.

En cuanto a los antecedentes históricos relacionados específicamente con la imagen de la Virgen de Guadalupe, resulta impórtate destacar el siguiente aporte: *Imágenes de la patria a través de los siglos*, de Enrique Florescano (2005), donde se resalta la importancia que tienen los referentes icónicos de esta imagen entre los mexicanos.

En los siglos XVII y XVIII los libros de viajes y crónicas eran reproducidos con las alegorías características de los cuatro continentes, con la forma de cuatro matronas con los atributos propios de su tierra de origen, en los casos de México y Perú a estas mujeres se les representaba desnudas entre la fauna y flora características de la región americana.

Con el paso del tiempo estas imágenes fueron cambiando y en su lugar comenzaron a mostrar a las familias indígenas entre animales monstruosos, e incluso cometiendo canibalismo, que era la manera en que los europeos los representaban (Florescano, 2005).

Sobra señalar que en el continente americano estas imágenes no fueron bien recibidas ni por los criollos ni por los habitantes originarios. Las rechazaban debido a que mostraba la imagen

de una América violenta y desnuda, además de las escenas de antropofagia y los rasgos de salvajismo, razón por la cual, “agraviados los criollos comenzaron a fabricar sus propias imágenes para reivindicar lo que consideraban los rasgos propios de su identidad” (Florescano, 2005, p. 71).

La transformación de la identidad americana puede ser percibida en sus imágenes, mientras que previamente se representaba a una matrona indígena desnuda en el siglo XVIII, los pintores de la Nueva España decidieron representar el reino con la imagen de una mujer indígena pero esta vez mostrándola vestida para así borrar la visión salvaje que era transmitida a través de su desnudez.

La antigua matrona indígena se transmutó en una mujer criolla o mestiza, tanto en los rasgos físicos como en la vestimenta, así como también cambió el paisaje que le rodeaba. Más aun los cambios en la imagen femenina de la alegoría de América siguen de cerca los procesos de mestizaje racial y cultural que ocurren en el virreinato. Y es así que surge la imagen de la Virgen de Guadalupe (Florescano, 2005), a la que además se le rendía culto en el mismo lugar que a la madre de los dioses “*Tonantzin*”, cuyo nombre quiere decir: “nuestra madre”. Al igual que a *Tonantzin*, a la Virgen de Guadalupe en sus inicios se le honraba a través de sacrificios.

Más adelante, producto de la asimilación que de esta imagen católica mexicanizada hicieran los mexicanos, en el siglo XVII la Guadalupana fue declarada patrona de la ciudad de México (1737) y más tarde protectora de la Nueva España (1746). A partir de esto podemos comprender un poco mejor a partir de cuándo esta imagen forma parte de la identidad nacional, ya que desde ese entonces la imagen se identificó con el reino y sus pobladores. “A finales del siglo XVIII la imagen de la virgen de Guadalupe se había convertido en un símbolo polisémico cuyas diversas representaciones afirmaban la identidad de los nacidos en

la Nueva España” (Florescano, 2005, p. 78). Es así como esta imagen ha formado parte de la identidad nacional a través de los años hasta la actualidad.

1.3. La presencia de la religión católica en los contenidos de los medios masivos de comunicación

Parafraseando a Buddenbaum, en un estudio realizado en (y sobre) EU tanto la religión como los *media* pueden proveer las narrativas que definen la distinción de la identidad de las personas como “distinguidas” y esto puede influenciar las opiniones y comportamientos individuales. Los líderes religiosos hablan regularmente sobre los *media*. “Si los miembros de su Iglesia ponen atención o no a sus consejos es una pregunta abierta” (Buddenbaum, 1999, p. 14).

En relación con el caso mexicano, podemos establecer una comparativa teniendo en cuenta que la aparición en la televisión, de miembros de alguna institución religiosa, principalmente la católica no resulta inusual, ya sea que alguno de sus representantes pronuncie su postura sobre alguna situación en particular, podemos tomar por ejemplo temas como el aborto, matrimonio entre personas del mismo sexo, etc. Desde nuestro punto de vista una de las principales razones por las que estas personas son tomadas en cuenta para dar su opinión en algunos temas es que además de ser considerados como figuras de autoridad dentro de su propia institución al mismo tiempo representan a una parte considerable de la población, mayoría que practica el catolicismo. Sustentamos esta afirmación con los datos presentados previamente e los que podemos comprobar que el 88% de los mexicanos son católicos.

En este caso, consideramos que al saber que un personaje es una figura representativa del catolicismo, sus posturas pueden representar a la de algunos de sus receptores, quizá pueda tener influencia sobre algunos sus receptores y sobre otros no, tal como lo menciona Buddenbaum (1999), esto se trata de una pregunta abierta. Con esto queremos decir que, aunque exista presencia de la religión en los medios, esto no es una garantía que sus

mensajes se interpreten y tengan los efectos deseados por él emisor ya que para poder afirmar algo como esto, sería necesario llevar a cabo un análisis de recepción sobre algún caso en particular y determinar en base a los resultados obtenidos las conclusiones correspondientes. En el caso del cine podríamos mencionar una gran cantidad de producciones cinematográficas que tienen como tema principal pasajes de la Biblia, o temas relacionados a ésta, tales como: “La última tentación de Cristo” por poner un ejemplo emblemático; sin embargo, dado que este estudio se enfoca a un producto para un formato televisivo no se hará una mención demasiado extensa sobre este tema.

Narváez Torregrosa en su estudio “*Reflexiones del hecho religioso a través del cine*”, 2008, menciona que, si bien en un principio el cine buscaba adaptar obras literarias para incluirlas en el repertorio temático del cine, en algunas ocasiones también se utilizó la figura de Jesús en esas primeras filmaciones. En lo general, menciona Narváez, el relato de la vida de Jesús forma parte del comienzo cinematográfico y la continuidad del séptimo arte.

En este texto del autor también podemos encontrar una cronología cinematográfica de temática religiosa de películas que combinan elementos bíblicos y cinematográficos, con los que se dio inicio y continúan formando parte de estas producciones, con lo que posiblemente podamos darnos cuenta de que no por incluir temas sobre religión las creaciones de los *media*, en este caso el cine no necesariamente busca la difusión de la fe sino más bien el éxito en las taquillas.

La presencia de la Iglesia católica en los medios no es algo nuevo: Radio Vaticano, fundada en 1931 tiene más de 77 años de transmisión en distintas lenguas. Pero “la verdadera revolución de los medios religiosos fue cuando los protestantes y los pentecostales y neopentecostales, encontraron en los medios una estrategia de evangelización y transformaron a las radios y luego a la televisión en un *pulpito electrónico*” (Masferrer, 2008,

p. 201). Con púlpito electrónico el autor se refiere a la combinación de un predicador y un comunicador que puede transmitir sus mensajes empleando como soporte los medios electrónicos. Masferrer menciona que esto genera una nueva relación entre los medios, las religiones, las iglesias y los creyentes.

Horsfield menciona que las iglesias tienen una fascinación particular por considerar a los medios como instrumentos que refuerzan su importancia como institución ante la sociedad, al mismo tiempo que encubre los intereses de aquellos que tienen el poder dentro de la institución (como se citó en Masferrer, 2008).

Masferrer también nos señala que la constitución mexicana prohíbe a las iglesias poseer medios de información de masas propios, y legalmente se requiere solicitar una autorización para cada transmisión, pero esto no evita la existencia de programas religiosos permanentes en la radio y la televisión. Como ejemplo de esto están las misas que se transmiten ocasionalmente en la televisión abierta, así como las misas transmitidas cuando se celebra el día de la Virgen de Guadalupe en directo desde la Basílica.

En resumen, para este autor en el caso mexicano si bien existen normas impuestas por el estado que limitan la participación de las instituciones religiosas en los medios, también existen normas por parte de la Iglesia católica que regulan el comportamiento de sus representantes para poder participar en los mismos. Es así que Masferrer comenta la existencia de un *cartel* establecido por las empresas mayoritariamente católicas que establecen presiones y censuras en los medios para el retiro de su publicidad, por ejemplo, en caso de que se toquen temas no les parezcan pertinentes. A propósito, menciona el caso de canal 40 que se fue a la quiebra por tocar el tema del pederasta Marcial Maciel Degollado y aunque en comparación con la televisión se toca muy poco el tema de la radio, este texto parece indicar que las circunstancias son muy semejantes entre ambos medios.

En cuanto a la prensa escrita basándonos en una investigación realizada por Eduardo García titulada “Religiosidad y prensa escrita en Oaxaca: apuntes para iniciar un estudio detallado” (2000) podemos argumentar que se encuentra atada a prácticamente las mismas limitantes que la radio y la televisión.

Este estudio no se llevó a cabo a nivel nacional sino sólo para el caso oaxaqueño, y arrojó que la mayor parte de las menciones que hacían los diarios elegidos para su análisis se concentraban en temas del catolicismo. Con esto no queremos decir que los medios del país se concentren única y exclusivamente a esta institución religiosa, pero sí se destaca que es a la que mayor importancia se le da, ya sea por cuestiones de estadística (al ser la religión con más adeptos en México) o intereses de particulares. Lo importante aquí es que más allá del hecho cuál religión tenga más presencia en los medios lo realmente relevante es la presencia que manifiesta en sus contenidos.

1.3.1. El caso de las telenovelas

Antes de adentrarnos en las características principales de las telenovelas, nos parece importante resaltar que la telenovela es un producto cultural de entretenimiento, Ana B. Uribe (2009), sostiene que como objeto de estudio es un fenómeno de reciente aparición en las ciencias sociales, esto a causa de que previamente fue necesario superar algunos prejuicios intelectuales que limitaban su interés, tras ser ignorada por los investigadores de la comunicación de masas, a lo largo de dos décadas emergieron redes de investigación y grupos de estudio principalmente en países latinoamericanos como México, Brasil, Colombia, Argentina, Perú y Venezuela con la intención de comprender su trascendencia social y cultural inicialmente (década de los setenta), las preguntas de análisis que guiaban su interés se centraban en el impacto ideológico y las formas de dominación de este género sobre las audiencias, en la década de los ochenta comenzó a tomarse como tema de análisis singular

desde las ciencias sociales, particularmente en estudios culturales, comunicación sociología, semiología, lingüística, historia y antropología.

Aunque de acuerdo a Uribe (2009), el estudio de las telenovelas se trata de un fenómeno relativamente reciente, a nuestro parecer esto es una cuestión de perspectivas si consideramos que la telenovela como producto comunicativo se origina en 1958 con la telenovela Senda Prohibida y los estudios relacionados a este género inician en los años setenta en realidad la diferencia entre su origen y los estudios relacionados con el mismo difieren tan solo de alrededor de doce años. En cuanto a los prejuicios en relación a su estudio nos parece que vale la pena destacar la anécdota mencionada por Rebeca Padilla de la Torre (2004), en la que destaca que al inicio de su investigación relatos de telenovela. Vida conflictos e identidades, “parecía incomodo presentar a la academia un proyecto sobre las telenovelas debido a su falta de legitimación en algunos ámbitos como objeto de estudio serio” (Padilla, 2004, p. 26).

En relación a la telenovela, la autora menciona que tiene varias líneas de estudio, una de ellas (la que resulta de nuestro interés para este trabajo), es la semiótica, ya que permite distinguir su capacidad expresiva y de mediación entre la realidad y la reconstrucción de representaciones culturales. Sostiene que se trata de un género fundamental del discurso televisivo ya que, a pesar de sus transformaciones a lo largo de su historia, conserva características que resultan inmutables en cuanto a su organización y estructura mismas que la distinguen de otros géneros de la televisión, destaca que estos programas no tienen la intención de ser un reflejo fiel de la realidad. “Su carácter es de ficción y su propósito es de actuación sobre la realidad” (Padilla, 2004, p. 28).

La autora destaca que el melodrama posee características que le permiten ser un espacio mediador entre la industria y sus audiencias, así como entre la tradición y el cambio,

menciona también que la telenovela ha sido documentada como el producto comunicacional más eficaz en América Latina.

La convención del género mantiene los significados, las normas y los valores, y a la vez esta hegemonía es cuestionada y negociada en tres instancias: en la industria de la producción y distribución, que se refiere a sus fuentes de financiamiento; en las empresas televisoras, los productores, la censura, los guionistas, los directores, los actores, los festivales de premiación, la publicidad, la prensa y revistas; el trabajo semiótico del texto, los géneros y convenciones, las estructuras narrativas, el lenguaje televisivo, los estilos, la iconografía, la actuación, así como la recepción de la audiencia (Padilla, 2004, .p. 29)

Padilla sostiene que los cambios propiciados en los géneros se propician desde la producción de sus contenidos debido a la necesidad de las televisoras por competir y generar propuestas que resulten más atractivas para sus audiencias.

En la relación a los estudios sobre la telenovela la autora comenta que en Latinoamérica históricamente se ha estudiado la producción de sus textos, y “mientras inicialmente la denunciaban como un producto cultural alienante y antiestético, ahora se refuerza su definición como un *hecho social* que se transforma dialécticamente entre la modernización de los procesos de su producción y patrocinadores insertos en intereses económicos, y amplios sectores sociales” (Padilla, 2004, p. 30). Teniendo en cuenta lo anterior no es del todo extraño que la telenovela como genero se adapte de acuerdo a intereses, temas horarios y segmentos de la audiencia ala que se encuentra dirigida.

Como podremos observar en el próximo apartado los contenidos de carácter religioso o centrados de alguna manera a la religiosidad y prácticas religiosas relacionados principalmente con el catolicismo y particularmente con el guadalupanismo, son parte clave

de las tramas principales de las telenovelas, en el caso particular de México podemos destacar como precedente dos casos en particular; el primero es “La Rosa de Guadalupe”, producida por Televisa y el segundo “A cada quien su santo”, producida por Televisión Azteca, cabe destacar que esta segunda producción solía ser su competencia directa (2009 - 2013) en cuanto a franja horaria y temática aunque esta no se centra en el culto a la Virgen de Guadalupe.

En el caso particular de Televisa podemos notar temas relacionados de alguna manera con la religiosidad y sus prácticas, en gran parte o probablemente en todas sus telenovelas, aunque no se aborde de forma tan recurrente, como en nuestro objeto de estudio (La Rosa de Guadalupe). Para verificar lo anterior, no es necesario enlistar cada una de estas producciones, esto principalmente a causa de que el uso de temáticas religiosas suele formar a parte de la estructura (formula) base de las temáticas de las telenovelas mexicanas, aunque esto se desarrollara con mayor detalle posteriormente, esta afirmación es fácilmente comprobable al prestar atención a los contenidos de alguno de estos programas, al observar la escenografía; no es inusual que parte de su decoración se componga con el uso de símbolos religiosos tales como crucifijos, altares, imágenes de la Virgen de Guadalupe, ángeles, biblias, etc. De igual forma la aparición de personajes representando a sacerdotes, cuya locación suele ser en sets que representen iglesias o específicamente que se utilicen dichos espacios para la grabación de alguna escena.

En el caso de los sacerdotes en algunos casos tienen papeles secundarios, pero de alguna importancia específica para la trama, la inclusión de este tipo de elementos y personajes secundarios suele ser común en las telenovelas mexicanas.

En cuanto a México, se pueden destacar dos producciones cuya trama se encontraba estrechamente ligada a temáticas relacionadas con la religiosidad y las prácticas religiosas,

ambas fueron producidas por Televisa y fueron dirigidas por Ernesto Alonso, cabe destacar que el hecho de que estas telenovelas centren sus tramas principales en temáticas religiosas, esto no cambia el hecho de que este tipo de contenidos forman parte de la estructura básica de la telenovela mexicana, aunado a esto dicha televisora es pionera no solo en la producción de este formato, sino que es pionera en la creación, producción, transmisión y distribución de telenovelas en México, a continuación los dos casos en cuestión:

Telenovela	Televisora	Emisión	Año	Productor	Dirección
El manantial del milagro	Televisa	Canal de las estrellas	1974	Ernesto Alonso	Julio Castillo
Barrera de amor	Televisa	Canal de las estrellas	2005	Ernesto Alonso	Raúl Araiza

(Tabla de elaboración propia a partir de información obtenida de IMDb, 2017)

Debemos de tomar en cuenta que pesar de la evolución de este género.

La mayoría de las telenovelas de Televisa, siguen manteniendo como parte de su modelo un modo de contar la historia que ha sido fortalecido y apoyado por elementos siempre recurrentes, por ejemplo, la presencia de la familia nuclear como ideal de sociedad y la identidad católica (enfaticado en la virgen de Guadalupe) como única ideología religiosa (Uribe, 2009, p. 68).

La brecha temporal de las dos producciones antes mencionadas sustenta y ejemplifica lo ya mencionado, más allá de la época en la que se crearon estas telenovelas, el contenido religioso, es una característica esencial que forma parte de la estructura general y tradicional de este género televisivo.

1.3.2. Características generales de las telenovelas

En América Latina, las telenovelas se realizan desde los comienzos de la actividad televisiva, se incluyen en el género de ficción que se produce y exporta en mayor número en el

continente americano; se producen en Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, Chile, México, Perú, Puerto Rico y Venezuela por parte de América Latina y en Los Ángeles y en Miami para el público hispano de EU, mientras que Ecuador y Paraguay las producen con mucha dificultad (Mazzioti, 1996: 23).

México comenzó a exportar sus telenovelas inmediatamente después de la incorporación del videotape, a fines de los 50; de acuerdo a la autora la primera fue “Gutierritos”. En ese entonces, la empresa *Telesistema Mexicano* era la que se encargaba de producir y comercializar novelas. Hoy en día, cabe destacar que la principal producción televisiva de ficción en México es la telenovela y el Prime Time (horario estelar) nacional se destina fundamentalmente a la exhibición de este tipo de programas.

Las telenovelas se incluyen en el género de ficción que se produce y exporta en mayor número en el continente americano por eso se puede afirmar que es, hasta el momento, el producto televisivo de origen latinoamericano que más se ha internacionalizado. Sin embargo, los requisitos para ingresar a los mercados globales muchas veces obligan a reasignar o reformular algunos rasgos característicos.

Se trata sin dudas de un fenómeno transnacional, cada producción cuenta con el sello cultural propio del país en el que se produce, debido a su especificidad cultural, pueden ser colocadas en distintos marcos de percepción, entendimiento y apreciación, aunque se puede destacar que se han conformado diversos estilos en los distintos países productores de este formato. No obstante, se pueden considerar como objetos que comparten ciertos rasgos, que les otorgan características singulares; tales como la fuerte circulación que excede las fronteras del país productor, y del continente que, desde sus inicios ya sea en forma de libretos o de tapes, ha tenido el género.

Según Mazziotti (1996), la telenovela atraviesa constantemente por estas tres instancias:

- 1- La nacional: la producción y exhibición en los diferentes países productores.
- 2- La continental, incluye la circulación de títulos que desde etapas iniciales tiene a lo largo del continente.
- 3- La tercera, es la transnacional, que corresponde a su circulación más allá de América Latina

Estas etapas no se escalonan de acuerdo a una sucesión temporal, sino que se entrecruzan y superponen. La industria de la telenovela constituye la zona más dinámica de la producción televisiva en Latinoamérica, e incluso en algunos casos genera los mayores réditos económicos. En algunos países del continente como: Argentina, Chile, Brasil, Cuba, Venezuela y México ha desplazado notablemente a las producciones norteamericanas (Mazziotti, 1996).

Mazziotti también menciona que la telenovela además de favorecer a la industria audiovisual, beneficia a la expansión de industrias como la de la publicidad directa e indirecta; la fonográfica a través de la presencia de cantantes y de sus grabaciones; la periodística, con el periodismo de espectáculos en gráfica, televisión o radio; contribuye también de manera decisiva en la conformación de un *starsystem* latinoamericano (podemos comprender como *starsystem* a aquel sistema que se encarga de hacer que los protagonistas de una telenovela hagan aparición en otros programas, tales como noticieros, magazines, que conformen una banda de rock, entre otras estrategias más), y también sustenta, a partir de su traslado a otros soportes, a industrias como la del libro, la fotonovela y el cine.

Por otra parte, el papel de las telenovelas no sólo en México, sino en gran parte de América Latina es bastante importante por incluir una gran diversidad de características representativas del país en que tienen origen. Es por ello que, aunque la telenovela es, hasta el momento, el producto televisivo de origen latinoamericano que más se ha

internacionalizado, los requisitos para ingresar a los mercados globales muchas veces obligan a los productores a reasignar o reformular algunos rasgos característicos.

Según Vargas, en las telenovelas se trata de no usar localismos ni palabras en inglés, y los protagonistas no beben ni fuman en escena (como se citó en Mazziotti, 1996). Cabe destacar que posiblemente este autor se refiera a estas características basado en las telenovelas producidas de 1991 o años anteriores, ya que personalmente he observado que sucede lo contrario en algunas producciones que se transmiten o retransmiten actualmente (si se utilizan localismos, palabras en inglés y si se bebe y fuma en escena), para comprobar esta afirmación basta con sintonizar en la televisión o mirar en línea alguna de las telenovelas disponibles, aunque cabe aclarar que esto no implica que todas las telenovelas o episodios contengan necesariamente estos elementos.

Para Herval Rossano, director de telenovelas de origen brasileño, la razón del éxito de las telenovelas mexicanas en América Latina, radica en que en ella “se muestran grandes dramas, que se venden por lotes, a precios muy bajos, por la similitud del lenguaje en Latinoamérica” (como se citó en Mazziotti, 1996).

De acuerdo a la autora, la presencia acumulativa de las telenovelas ha servido como una forma de documentar la historia cultural de México, al igual que de otras culturas de Latinoamérica. Obtiene su materia prima de la memoria cultural colectiva a través de su narrativa, recontextualizando el romance y la nostalgia del pasado en el romance y la incertidumbre del presente imaginado.

Es así que la telenovela latinoamericana refleja la coherencia de las culturas en las que vivimos ya que es reflejada y producida por las historias que contamos sobre nosotros mismos. La historia del melodrama, refleja algo más que los cambios en los modos en que

las historias son contadas, sus formas narrativas cambian junto con la evolución de tecnológica de los medios (Mazziotti, 1996).

Castro afirma que las telenovelas representan el “modelo esencialmente melodramático, con toda la carga sentimentalista, maniqueísta y moralista que ello implica” (como se citó en Mazziotti, 1994). López por su parte indica que se ajustan a un esquema en que la única historia es relatada de manera lineal, y son “notorias por sus llantos, su visión del mundo extraordinariamente maniquea y la carencia de referentes históricos específicos” (como se citó en Mazziotti, 1996).

Antes de proceder con el apartado referente a la producción de telenovelas en México, es necesario destacar algunas de las características estructurales de las telenovelas, esto para facilitar la selección de categorías útiles para el posterior análisis de nuestro objeto de estudio. Marcia Trejo (2011), destaca que se trata de un melodrama, hay discontinuidad en su recepción, se encuentra vinculada a la cotidianidad, se crea para el entretenimiento, esta característica debe de ser tomada muy en cuenta a la hora de realizar cualquier análisis pues más allá de cualquier intencionalidad con la que estos productos son creados su función principal es entretener al público, recupera valores tradicionales y arraigados en la sociedad y adquiere las particularidades del lenguaje televisivo, la autora pide tomar en cuenta que no es posible pedir que una telenovela aporte más de lo que puede como género.

Parte de las características de este género destaca el acentuar las emociones encontradas, estas suelen magnificarse con la intención de involucrar emocionalmente al espectador, el guion de la telenovela debe presentar equilibrio en los valores esto con la finalidad de presentar equilibrio, para cada valor debe de existir su contraparte.

Marcia Trejo indica que los cuatro pilares del libreto de la telenovela son los siguientes:

Trama principal:

Hace referencia a la anécdota principal cuya función es ser el hilo conductor a la historia y se conforma con la actuación de los personajes protagónicos y antagonicos. Puede constituirse de uno o varios conflictos, mismos que serán resueltos al final de la historia, “las diversas vicisitudes y situaciones que conforman la trama principal llevaran a un final en el que el bien triunfe sobre el mal” (Trejo, 2011, p. 104).

La estructura principal suele ser compuesta por una gran variedad de temas, de los cuales Trejo cita los siguientes como principales: venganza, amor entre pobres y ricos, hijos perdidos, dados por muertos, ignorados recuperados u ocultos, protagonistas separados por el odio entre sus familias, suplantación de personalidades, personajes despojados de su prestigio, familia o pertenencias, personaje obligado a casarse con alguien a quien no ama, personaje que abusa del amor de una persona para luego casarse con otra, personaje que regresa a recuperar su amor perdido, disputa por herencias o bienes, posibilidad de incesto entre protagonistas (cuando no saben que son hermanos o familia), enfrentamiento generacional, conflictos familiares, mentira o secretos, etc. Los temas mencionados no necesariamente son presentados de manera aislada, pueden ser combinados con la finalidad de dar variedad y crear suspenso.

En las telenovelas mexicanas es común la aparición de protagonistas masculinos con relaciones estrechas con madres que son posesivas y dominantes, cuyo papel termina siendo antagonico con la protagonista al considerar amenazada la relación con su hijo, otra característica es que al final de las telenovelas los villanos suelen castigados y los principales suelen salir victoriosos, la autora destaca que esto es una exigencia del melodrama (triumfo del bien sobre el mal), igualmente destaca que.

El triunfo de los protagonistas al ser una encarnación de las virtudes, resulta ser un refuerzo de la escala de valores valorativa y aspiracional que pone en rasgos tales

como la bondad, la honestidad, la lealtad, la capacidad de amor y perdón, los medios deseables para la persecución de fines (Trejo, 2011, p. 106).

Subtramas:

Son anécdotas que se relacionan con la trama principal, y que suelen tener repercusión sobre la misma, se relaciona estrechamente con la historia central y sus temáticas recuperan conflictos como los mencionados en la estructura principal, al igual que en la principal existe la confrontación de valores las principales funciones de las subtramas dentro de la narrativa de acuerdo a Marcia Trejo son:

- a) Servir de relevo cuando la trama principal está teniendo u desarrollo más lento.
- b) Representar focos alternos de atención del espectador
- c) Guardar relación con la trama principal y ser una fuente complementaria de conflictos
- d) Dar elementos clave para la resolución de problemas de la trama principal
- e) Hacer viable la observación de facetas y actividades diversas de los protagonistas, facilitando la identificación con el público
- f) No cuentan con una duración obligatoria, esto posibilita que se alarguen o acorten de acuerdo a las necesidades de la historia o de alguna subtrama en particular.

De acuerdo a Marcia Trajo, debido a la complejidad que representa que la trama principal sea la única fuente que genera conflictos, las subtramas son un elemento fundamental. Estas en su relación con la principal se erigen en una serie de apoyos hacia la estructura cultural mexicana y por tanto hacia su permanencia; en suma, son funcionales a ésta.

Al recuperar diversas ideologías y formar parte de ellas cumplen la función de decir al individuo lo que es la realidad, los límites de lo posible y lo imposible, así como lo que es bueno, bello, deseable y sus correspondientes contrapartes (Trejo, 2011, p. 111).

Psicología de los personajes:

Hace referencia al comportamiento del personaje en el transcurso de la historia, usualmente el autor define una personalidad que corresponde a algún núcleo de valor, en la estructura melodramática puede haber personajes simples y complejos, los primeros manejan un solo valor y lo mantienen, mientras que los complejos oscilan entre valores contrapuestos y constantemente luchan internamente por elegir el más adecuado.

De acuerdo a su psicología y el papel que desempeñan en la historia, los personajes pueden ser clasificados en al menos cuatro categorías: protagónicos, villanos o antagonicos, secundarios e incidentales, estos últimos suelen tener una escasa presencia en el teledrama razón por la cual la autora no profundiza en su descripción, en cuanto a los tres primeros la autora propone lo siguiente:

Protagonicos: sostienen la trama principal y la mayor parte de la acción y encarnan las cualidades y virtudes, sus defectos no suelen ser suficientes para opacar su virtud.

La protagonista suele poseer virtudes como, nobleza, optimismo, sinceridad, sacrificio, sumisión (puede variar el grado), humildad, ser buena madre, amiga, esposa etc. Suele ser solidaria, ingenua, tradicionalista, valerosa, honesta, bella, bondadosa, solidaria, preocupada por los demás, religiosa, con valores firmes, trabajadora, con inclinación limitada al erotismo, fértil, paciente posee una combinación de fragilidad y fortaleza, poco inclinada a la defensa y a la ofensa, flexible a los valores de su pareja, inteligente, ágil, tenaz, digna, etc. Las características que posee la protagonista, pueden variar en número y cantidad de acuerdo a cada personaje y a la necesidad de darle verosimilitud.

Trejo (2011), destaca que la tipificación de personajes remite a estereotipos, la telenovela suele recurrir a su uso debido a que estos permiten proyectar con facilidad los conflictos, así como para justificar el rechazo de determinados grupos, sin necesidad de una reflexión

profunda. Estereotipar situaciones y personajes se relaciona con un sistema de atribución y calificación (refranes, clichés, lugares comunes, etc.).

La telenovela adquiere sentido al recuperar y alimentarse de valores, creencias e ideologías, se articula con un deber ser, respecto a géneros (hombre / mujer), la autora menciona que le habla al espectador en su idioma, de lo que conoce, considera posible, cree y espera. Los finales felices refrendan creencias, valores y estereotipos.

Debido a la correspondencia en cuanto a la relación e interés particular del objeto de estudio de esta investigación se dará énfasis en la descripción de la siguiente rasgo característico de los protagonistas, pues resulta esencial tomar en cuenta para nuestro análisis, Marcia Trejo, destaca que uno de los rasgos característicos de los protagonistas suele ser la religiosidad, con una referencia clara al catolicismo, especialmente al guadalupanismo, e indica que ésta, resulta ser una característica esencial, pues permite la explotación de uno de los principales recursos del melodrama: la acción de la divinidad. Esta intervención divina resulta esencial para la solución mágica e inesperada de situaciones desesperadas, la tardanza de su aparición suele posibilitar en los personajes la exaltación de los rasgos de personalidad, como la fe, esperanza, resignación o el espíritu de lucha.

En el caso de los personajes principales es un recurso frecuente el solicitar ayuda, protección o consejo de Dios, preferentemente de la Virgen de Guadalupe, que se convierte por antonomasia en “la Virgen” o “la madre”. Generalmente en los protagónicos sin importar cuales sean las circunstancias la fe no flaquea, y de llegar a hacerlo, el debilitamiento es solo temporal y no espiritual y sirve para representar nudos dramáticos de historia. Finalmente, en cuanto a esta característica la autora resalta que el mexicano se ve reflejado en la pantalla y a través de la presencia solucionadora de la Virgen, su fe en ella se ve robustecida y finaliza mencionando que cuando se habla de la recepción de este tipo de mensaje televisivo, el

telespectador asume el compromiso tácito de “creer” lo que sucede en la pantalla, mientras se maneje con coherencia.

La audiencia al saberse participe de esta actividad lúdica de la que conoce las reglas y a la que puede sustraerse en el momento que desee se “deja llevar y en consecuencia, su sentido crítico es disminuido (Trejo, 2011, p. 118).

Villanos o antagonicos:

Su presencia hace viable la confrontación de valores característicos del melodrama, permite su acción continua y su derrota concreta el triunfo de la virtud. Los personajes antagonicos son la encarnación de lo negativo, pueden ser hipócritas, maquiavélicos, delincuentes, superficiales, inescrupulosos, mentirosos, egoístas, con marcada inclinación al erotismo, dictatoriales, dominantes, celosos, violentos, astutos (usan al prójimo), religiosos malentendidos, chantajistas, de moral dudosa, no aceptan la derrota, testarudos, ambiciosos, seductores, cínicos, etc.

Al igual que en el caso de los protagónicos, los villanos no suelen poseer todas las características mencionadas, la autora destaca que las características de los antagonicos pueden destacar simultáneamente aspectos negativos y positivos y que esto repercute en la creación de personajes más humanos, cuya personalidad se encuentra ligada más que al origen natural a las circunstancias.

En cuanto a las características físicas a diferencia de los protagonistas puede ser más variable, y suele destacarse algún rasgo que le permita al espectador identificar el papel que desempeñan en el melodrama. Tanto protagónicos como villanos facilitan la proyección e identificación con el televidente en cuanto a ser social.

Las características de los personajes tratan de ajustarse a la cotidianeidad, esto busca minimizar las discordancias del discurso televisivo con la realidad, pues al nutrirse de esta

no se divorcia por completo del mundo cotidiano, aun a pesar de aceptar su elemento de ficción. Esta propuesta destaca la relevancia de que los villanos, al final de las telenovelas mueran, se arrepientan, queden marcados (estigmatizados), parálíticos o en la ruina, locos, o terminen en la cárcel. Socialmente, el castigo a los villanos, justifica una escala valorativa y aspiraciones, el deber ser y las ideologías tradicionales.

Personajes secundarios:

Estos personajes de importancia menor sirven de apoyo vital tanto para las subramas como para el desarrollo de la trama principal, sirven como focos de atención eventual y funcionan como una caja de resonancia de sentimientos, pensamientos y acciones para protagónicos y villanos. Entre estos personajes se pueden destacar las figuras de padres sustitutos, estos por medio de su educación pueden resaltar alguna característica ya sea positiva o negativa de los personajes principales. Los amigos también ocupan el lugar de personaje secundario relevante y cumplen varias funciones en la estructura dramática, pueden hacer eco en las preocupaciones y acciones de los protagónicos, sirven a su vez como conciencia y para encaminarlos al camino correcto, por medio de estos personajes se posibilita conocer más las emociones, sentimientos, pensamientos y planes de los principales.

Los personajes secundarios pueden ser: ancianos, profesores, millonarios, sabios etc. Su aparición suele ser clave para ayudar y para dar nuevos giros al desarrollo dramático.

Línea amorosa:

Los conflictos de la línea amorosa regularmente obedecen a dos causas principales: los malentendidos y la acción del destino o la naturaleza, estas pueden separar a los personajes a causa de catástrofes, accidentes, complicaciones, entre otros. Por otro lado, la intervención de un tercero puede generar un triángulo amoroso. La propuesta destaca que sólo existe una línea amorosa cuando ambos involucrados sienten amor, en el caso de que alguno de los

protagonistas esté constantemente asediado por personajes enamorados de ellos no constituye una línea afectiva pues solo una de las partes ama.

La línea amorosa suele ser fundamental en la telenovela mexicana, al constituir una parte importante de su trama, las confusiones, infidelidades y demás complicaciones son empleados por el melodrama para confrontar valores, exaltar sentimientos y para generar el movimiento continuo característico de este género.

El melodrama al estar estrechamente ligado al concepto de amor romántico ve en la unión (boda) uno de los anhelos básicos del hombre, la boda en las telenovelas suele representarse principalmente al final y de forma religiosa. Marcia Trejo destaca que independientemente de su fe, el mexicano establece una relación continua con la Iglesia, a través del conocimiento de su doctrina y con el cumplimiento de sus sacramentos, e indica que aún existe un número significativo de mexicanos que consideran la ceremonia religiosa como el vínculo de unión efectivo.

Las relaciones sexuales suelen ser más que representadas sugeridas, esto a razón del horario de transmisión de las telenovelas, suelen darse en tres circunstancias: placer, violación o como demostración de amor, en el primer caso se lleva a cabo por los antagonistas y los personajes secundarios y ocasionalmente por el protagonista masculino en cuyo caso suele provocar consecuencias negativas, reforzando así indirectamente la idea de que el sexo se debe vincular más a sentimientos que a impulsos, conservando así una concepción limitada y estrecha del erotismo.

1.3.3. La producción de telenovelas en México. El caso TELEVISIA

En el caso particular de México, a lo largo de la historia, la telenovela se ha visto influenciada por géneros melodramáticos como la radionovela, el cine y los teleteatros, de acuerdo a Ana B. Uribe (2009), el primer intento de melodrama seriado en México fue “Ángeles de la calle” que transmitía un capítulo por semana, posteriormente en 1958 se inició la transmisión de la

primer telenovela titulada “Senda prohibida”, misma que fue patrocinada y producida por Colgate Palmolive y transmitida por Telesistema Mexicanos, posterior a esta producción llego Gutierritos cuyo formato fluctuó entre 40 y 60 capítulos de media hora, “el formato de la telenovela poco a poco evoluciono hasta estandarizarse y definir su serialidad con alrededor de 160 capítulos” (Uribe, 2009, p. 62), de acuerdo a la autora la mayoría de las telenovelas de televisa mantienen un elemento que ha permanecido a lo largo del tiempo: el énfasis en el melodrama, e indica que éste es evidente en los nudos climáticos, el suspenso, las relaciones sentimentales, la actuación, los discursos redundantes, la estructura seriada, la justicia moral, etc.

La telenovela mexicana, al ser engendrada y llevada a la gloria por Televisa, es el modelo tradicional, cuyos temas y narrativas se sustentan fuertemente en el teatro y en la radio de la década de 1940, este género se encuentra permeado por una especie de moral cristiana, en la que no solo se cuenta una historia de amor, sino también de justicia.

La telenovela a la Televisa cuenta historias que remiten a pasados conformados con esencias de clase, género o valores universales que perduran aun en el presente, como la virginidad, el esfuerzo como estrategia del pobre para progresar legítimamente en la vida y la astucia como herramienta del rico para sobrevivir a la desgracia y reencontrar su destino (Orozco, 2011, p. 205).

En 1972 se funda Televisa, la mayor empresa productora televisiva de habla hispana, misma que tiene la mayor parte del control de la televisión comercial mexicana. Es propietaria del 50% del satélite Panamsat y dueña de varias estaciones de radio, de empresas discográficas, productoras y distribuidoras cinematográficas y videográficas.

En el rubro periodístico, Televisa es propietaria del periódico Ovaciones, y del 80% del mercado de revistas, entre las que podemos destacar: TV y Novelas, National Geographic en

español, Cosmopolitan, Caras, Tú, Esquire, Men's Health, Muy interesante, Vanidades y el periódico Ovaciones.

Televisa a través de su programación produce informativos (noticieros, ediciones especiales, de opinión, entre otros) y ficciones tales como: telenovelas, series, miniseries, cine y magazines. En el caso del cine las principales filiales de esta televisora son Televisa misma que está integrada por: Videocine-distribución, Videocine-producción y Coyoacán Film.

Televisa lidera la televisión en español de Estados Unidos y en asociación con Venevisión de Venezuela, conforman Univisión, que llega al 90% de los hogares latinos a través de 9 estaciones de televisión y sus repetidoras. Tiene empresas comercializadoras en Los Ángeles (Protele), en Inglaterra y en España (Mazziotti, 1996, p. 48).

González (como se citó en Mazziotti, 1994), menciona que esta casa productora en la década de los ochenta, produjo 103 telenovelas y que todas fueron exportadas a países como: España, Italia, Francia, Bélgica, Brasil, China, Inglaterra, Corea, Líbano, Singapur, Turquía, Túnez, norte de África, toda América latina, Estados Unidos y Canadá.

Para el año 2007, "Televisa anuncio que contaba en su fondo documental con más de 720 títulos de telenovela dicho dato fue mencionado en el marco de la celebración anticipada de los 50 años de la telenovela mexicana" (Soto, 2011, p. 228), Soto indica además que estas producciones son comercializadas en más de 120 países, cabe destacar que aunque como lo menciona Mazziotti, la primer telenovela mexicana en exportarse fue "Gutierritos", Silvano Soto (2011), indica que la primera telenovela en ser transmitida en México fue: "Senda Prohibida", destacando a su vez que el dato exacto de su fecha de arranque es impreciso.

De acuerdo al autor la causa de la imprecisión de datos se debe a que la posibilidad de corroborar la información exacta resulta compleja ya que gran parte del material original se

encuentra ubicada en archivos privados, y debido a esto algunas de las citas que se obtienen son de carácter anecdótico (Soto, 2011).

La principal producción televisiva de ficción en México es la telenovela y generalmente el Prime Time (horario estelar) nacional suele destinarse fundamentalmente a la exhibición de este tipo de programas, hasta octubre de 2017 de acuerdo a la página oficial de Televisa este horario se encontraba asignado a asignado a la telenovela: “Caer en la tentación” (TELEVISA, 2017).

Como se ha podido observar con el desarrollo de este apartado, Televisa no es solamente la principal productora y exportadora de telenovelas mexicanas, sino que es al mismo tiempo resulta ser pionera del formato, los contenidos y estructura de la telenovela mexicana, su *star system*, es una maquinaria mercantil que engendra y hace obsoletas a la vez a todas las figuras que transitan por su pantalla.

La moralidad, redención y culpa narrativa inculcadas a través de sus estrellas, se usan continuamente para incidir narrativa y emocionalmente en la discusión social de problemáticas que se anteponen a los valores morales y religiosos que por más de 50 años ha pregonado la telenovela (Orozco, 2011, p. 206).

1.3.4. La telenovela compactada “La Rosa de Guadalupe”

Como se ha ido mencionando a lo largo del desarrollo de esta investigación, Televisa aprovechando el simbolismo que representa la Virgen de Guadalupe, utiliza este símbolo como base para la producción de una telenovela en la que se difunden valores éticos y morales, a través de los relatos que son transmitidos de lunes a viernes por televisión abierta, los mensajes transmitidos a través de esta ficción suelen incluir historias de amor, desamor, esperanza, lucha e intriga y abordan temas como la prostitución, la violencia intrafamiliar, drogadicción, entre otros más (ESMAS, Televisa, 2008). Cabe destacar que esta producción hasta el momento (2018), no ha dejado de producir nuevos episodios y, con el transcurso de

los años ha expandido sus espacios de emisión sus capítulos suelen estar disponibles para ver en línea en cualquier momento a través de la web en diversas plataformas, por ejemplo en el sitio de televisa e inclusive en las redes sociales (TELEVISA, 2014).

Si bien en la página web de Televisa, la ficha técnica sobre La Rosa de Guadalupe, clasifica a esta producción como una telenovela compactada (TELEVISA, 2014), en el texto de Guillermo Orozco, Francisco Hernández y Alejandro Huizar titulado: *México: El creciente mercadeo de la ficción y sus estrellas*, 2009, se clasifica a este programa como un dramatizado. En el análisis de estos autores se menciona que los temas dominantes de esta producción son: fe, solidaridad, valores religiosos y moral, aunque por cuestiones prácticas haremos referencia a este como telenovela, la justificación para esto es que a pesar de que este programa no es serializado como suele hacerse con la telenovela tradicional, la fórmula que lo compone conserva en su mayoría las mismas características que caracterizan a las telenovelas y a los melodramas.

A continuación, incluimos tanto la ficha técnica y la sinopsis desarrollada dentro del texto mencionado, ya que la que previamente se encontraba disponible en la página web oficial, no se encontraba detallada de esta forma

Título	La rosa de Guadalupe
Año de producción	2008
Formato	Dramatizado
Número de capítulos	114 en su primera temporada
Duración de los capítulos	60 minutos
Fecha de la primera emisión	5 de febrero de 2008
Audiencia promedio	5,84%
Canal	2
Franja de transmisión	Tarde
Productora	Televisa
Productor	Miguel Ángel Herros
Guionistas	Carlos Mercado Osuna, Julián Aguilar y Mauricio Aridjis
Género	Melodrama

Elenco	María Rubio, Luis Gatica, Patricia Reyes Spíndola, Andrea Torre, Abraham Ramos, Maru Dueñas, Alfonso Iturralde, Fabián Robles, Yolanda Mérida, entre otros.
Sinopsis	¿Quién no tiene un milagro que contar? ¿Cuántos mexicanos han pedido ayuda a la virgen de Guadalupe en momentos difíciles? Aquí se da testimonio de los milagros que la “morenita” ha cumplido a quienes tienen fe porque no importa que tan oscuro este nuestro camino, la virgen siempre nos ayudará (Orozco, Hernández y Huizar, 2009, p. 273).

Tabla generada a partir de información de “México: El creciente mercadeo de la ficción y sus estrellas (Orozco, Hernández y Huizar 2009).

Tras realizar una revisión tanto a la sinopsis, como a la postura de Televisa con respecto a esta telenovela, inicialmente se podría considerar que su posición es contradictoria, pues por una parte toman a un referente cultural y religioso como lo es la Virgen de Guadalupe, como una especie de personaje omnipresente e invisible o místico e inclusive como un personaje constante, aun a pesar de la diversidad de temas abordados en sus diversos episodios, todos los problemas presentados suelen resolverse gracias a su intervención divina, esto junto con el título de este programa parecen ser factores que remite automáticamente al imaginario a cuestiones relacionadas no solamente con la fe, sino que al mismo tiempo con parte de la identidad de los mexicanos, tanto la ficha técnica disponible en la página oficial en el 2014 y un artículo de reciente publicación publicado en la página web del periódico milenio (Rivera, 2017) se menciona que este melodrama no busca difundir ninguna fe, ni religión, en la sinopsis del programa que se todavía se encuentra disponible en UNIVISION (UNIVISION, 2016), mencionan no solo que se trata de historias basadas en hechos reales (no se indica hasta qué punto), la fe hace que permanezcamos firmes, como se puede observar en la sinopsis de la ficha técnica obtenida de: *México: El creciente mercadeo de la ficción y sus estrellas*, ha tenido modificaciones con el paso del tiempo, más adelante tras realizar el análisis correspondiente, se tratara de confirmar que a pesar de estos cambios los contenidos

si se relacionan estrechamente con la religiosidad o si simplemente forma parte de la fórmula habitual con la que se estructuran regularmente las telenovelas.

Capítulo II: Algunos acercamientos teóricos al fenómeno de la religiosidad y su difusión a través de los medios masivos de comunicación

2.1. Relación histórica entre el catolicismo y los medios masivos de comunicación

En este apartado destacaremos algunas investigaciones que permiten un acercamiento teórico y contextual al fenómeno de la religiosidad y los medios masivos de comunicación, cabe destacar que, aunque las primeras menciones están enfocadas al caso particular de México, permiten contextualizar brevemente el estudio en un nivel macro, para finalmente adentrarnos a los análisis realizados en el país.

Antes de adentrarnos en las investigaciones cuyo objeto de estudio se centra específicamente en productos comunicativos y religiosidad en México, nos parece pertinente destacar el artículo de Roberto J. Blancarte, titulado *“religión medios masivos de comunicación y poder”* (1999), esta publicación resulta útil para comprender no solo el papel de los medios en la difusión de la religión, en este caso del catolicismo, el autor habla sobre las relaciones de poder existentes entre la religión y los medios masivos de comunicación.

Haciendo referencia a Niklas Luhmann, (como se cita en Blancarte, 1999) sustenta que los sistemas sociales consisten en comunicaciones, es decir “situaciones en que un ego transmite información con sentido a otro que a su vez entiende su sentido, en base a esto dos implicaciones resultan importantes: la primera es que los elementos de sistemas sociales no son las personas, sino la comunicación que generan. La segunda es que “la religión es, por lo tanto, sociológicamente hablando una cierta variedad de comunicación” (Blancarte, 1999, p. 184). Es decir, la religión, aunque no sea un medio como tal, es un sistema de comunicación, el autor contextualiza su artículo que en sondeos realizados en la época de

esta publicación, demostraban que el público europeo mostraba cierta desconfianza hacia los medios de comunicación particularmente hacia la prensa escrita debido a que consideraban que los periodistas carecían de independencia además de no ser capaces de resistirse a presiones políticas, de poder o al dinero, en este contexto nos mencionan que se buscaba establecer un control sobre la actuación de los profesionales de los medios, dichas propuestas solían ser apoyadas por agrupaciones e intelectuales católicos, considerando que la televisión y los medios en general tienen tendencia a dividir por ser “demagogos”.

En cuanto a la relación entre medios e instituciones religiosas el autor destaca que las iglesias cristianas tienen como meta principal la salvación de los hombres, es decir la evangelización, aunque aclara que (en ese entonces), no todas las religiones tienen esa pretensión y que por lo tanto no todas las religiones buscaban el uso de los medios para la difusión de su mensaje. En cuanto a esta información, considerando el transcurso del tiempo en el que fue publicada originalmente, consideramos que sería aventurado argumentar que esta afirmación siga siendo una base sólida para sustentarla en el contexto global actual.

Retomando el asunto en cuestión, el artículo hace mención que la relación histórica entre la Iglesia católica y la televisión es historia antigua destacando que la primera “telemisa” transmitida en Italia fue la misa de Navidad desde la iglesia de San Gottardo al Corso, en Milán en 1952. Blancarte destaca que aunque la Iglesia considera que los medios son ajenos a su estructura interna, considera que su uso es esencial, el autor considera que en general en los países donde existen restricciones legales para poseer medios propios desarrolla una acción pastoral a través de los medios existentes, en el caso de México la ley de asociaciones religiosas y culto público impide la posesión o administración de cualquier medio de comunicación masiva por esta razón las iglesias optan por la participación en medios existentes principalmente en los privados. A pesar del laicismo y las restricciones legales la

presencia de la Iglesia católica en los medios no solo es grande, sino que además es mayor al del resto de instituciones religiosas.

Roberto J. Blancarte finaliza concluyendo que la relación entre la Iglesia y medios de comunicación se trata de una cuestión de poder que construye una fuente y un instrumento de legitimación muy poderosos y destaca que, “aunque la disputa por el control de los medios puede ser áspera depende bastante de la situación religiosa de cada país. Allí donde existe un mercado de bienes de salvación monopólico y controlado los conflictos son escasos” (Blancarte, 1999, p. 196).

Blancarte finaliza su artículo mencionando que tanto en la sociología política como en la religiosa existe una categoría que se adecua a la realidad mediática: el profeta, que en este caso resulta ser el comunicador, pues no solo posee una vida emocional y sensibilidad intensa, sino que sabe transmitirla y convertirla en autoridad.

Dentro del contexto internacional vale la pena destacar la propuesta sustentada por Luis Ignacio Sierra Gutiérrez titulada “*la tele-fe: religión mediatizada*” (2007), ofrece una perspectiva analítica para el reconocimiento de sentidos religiosos en la televisión, dicho análisis se concentra en el fenómeno de la religión mediatizada en la televisión católica brasileña. Su objeto de estudio se concentra en las relaciones mediáticas entre comunicación religión y cultura, comienza por contextualizar que el fenómeno de la mediatización televisiva de la religión se remonta a al menos cuarenta años y, ha tenido alcance hasta américa latina, particularmente a Brasil, aunque esta investigación no está centrada en el mismo contexto que este trabajo, es pertinente destacar algunas de las propuestas sustentadas por este autor ya que independientemente del lugar y el objeto de análisis principal, el tema se encuentra estrechamente vinculado con el fenómeno de nuestro interés.

Sierra argumenta que la mediatización televisiva se desarrolla adquiriendo características propias de la cultura regional y de la pluralidad de expresiones religiosas existentes. Atribuye el surgimiento del fenómeno a tres factores: el desarrollo tardío de la modernidad en América Latina, al surgimiento de nuevas expresiones y prácticas de religiosidad-espiritualidad en diversas culturas y finalmente al papel determinante del campo mediático audiovisual y de las nuevas tecnologías de información y comunicación electrónicas en la construcción y divulgación de otras formas y estrategias de religiosidad, así como a las apropiaciones e inversiones por diversas comunidades e iglesias en dispositivos electrónicos, como la radio, la televisión y el internet (Sierra, 2007).

Un factor destacable de esta propuesta es el denominado catolicismo mediático, mismo que cumple con una función misionera, a través de una creciente presencia y visibilidad mediática, el catolicismo ha pasado del dominio restringido y privado del templo, como espacio sagrado asilado y tradicional, hacia el ámbito competitivo, en el espacio público de los medios, particularmente de la televisión, Sierra menciona que la mediatización televisiva de la religión, contribuye con su puesta al día al presentar a las sociedades posmodernas una “fe telegénica” consiguiendo que la fe y la tecnología vayan de la mano. La televisión al constituirse como epicentro de la producción social de sentido, le brinda un espacio privilegiado a la visibilidad social de lo religioso, teniendo en cuenta que el sentido de una emisión no se detiene al finalizar sino que el sentido continúa en circulación y apropiación en los comentarios, repercusiones, interacciones y prácticas simbólicas de sus públicos el autor justifica la búsqueda analítica de su investigación al considerar que la presencia de la religión en los medios es un modo más de hacer religión.

Dado que esta publicación se enfoca específicamente al caso de la televisión brasileña, y al estudio de efectos en la audiencia, solo se han destacado parte de los aspectos más relevantes y coincidentes con esta investigación.

2.2. Algunos estudios sobre el fenómeno de la religiosidad y los medios en México

Para continuar con este apartado y enfocándonos específicamente al fenómeno de la religiosidad y los medios masivos nos enfocaremos al contexto nacional destacando el artículo titulado: “*Itinerarios creyentes del consumo neoesotérico*” por Renée de la Torre y José Manuel Mora (2003). Cuyo texto trata sobre el incremento de la presencia de imaginarios religiosos globales, mismos que pueden manifestar y cobrar nuevos sentidos en las tradiciones ligadas con el catolicismo popular. Este artículo está basado en un estudio realizado en Guadalajara y busca demostrar de qué manera el fenómeno global de la mercantilización neoesotérica está atravesando y trastocando las prácticas religiosas relacionadas con el catolicismo popular.

Este artículo menciona que las elecciones religiosas de los mexicanos son una síntesis de conocimientos rituales y prehispánicos, símbolos católicos y de una cultura de los *mass-media*.

De la Torre y Mora en su artículo desarrollan el concepto de: la “Nebulosa Esotérica” y se trata de un rasgo contemporáneo de religiosidad popular, configurado por el bricolaje de elementos que provienen de tradiciones y saberes heterogéneos.

Gutiérrez (como se citó en de la Torre y Mora, 2003) menciona que: son religiosidades que toman prestados distintos elementos de religiones y culturas ancestrales, combinándolas con retazos de las condiciones gnósticas, tales como el esoterismo, la magia y el espiritismo; también pueden estar ligados con movimientos

de orientación psicoterapéutica o de potencial humano, contacto con extraterrestres, grupos ecologistas, indígenas y de salud alternativa que pueden proporcionar caminos de experiencias sagradas y trascendentes.

En este trabajo se menciona que la “nueva nebulosa esotérica” abre nuevas posibilidades de aproximación a la experiencia religiosa. En el caso de México, una de las características principales de su riqueza cultural se debe a su carácter sincrético (esto se puede comprender cómo una conciliación entre doctrinas distintas), entre culturas autóctonas y europeas.

De acuerdo a Parker (como se citó en de la Torre y Mora, 2003), el catolicismo oficial intentó desvirtuar las prácticas religiosas de las sociedades indígenas, denominando sus cultos cómo idolatría, reduciendo sus conocimientos a supersticiones y prácticas de hechicería.

A manera de conclusión este estudio hace referencia al gran apego cultural que existe al catolicismo en México y en América Latina, ya que a pesar del surgimiento de nuevas prácticas religiosas vinculadas a una gran diversidad de creencias la mayor parte de sus practicantes son católicos, y aunque le restan cierta importancia a ciertas costumbres ligadas con su fe, no están dispuestos a abandonarla ni a sustituirla por completo, sino que prefieren enriquecer sus doctrinas complementándolas con las nuevas.

Por otra parte, Danièle Hervieu-Léger ha colaborado en los estudios sobre la religiosidad y los medios masivos de comunicación con su investigación titulada: “*Algunas paradojas de la modernidad religiosa. Crisis de la universalidad, globalización cultural y reforzamiento comunitario*”, en la que menciona cómo es que la creencia en las religiones institucionales se encuentra en disminución, por lo que las personas se apoyan en sistemas de creencia propios, correspondientes a sus propias experiencias y aspiraciones, menciona que los creyentes de distintas afiliaciones reivindican sus identidades religiosas, se trata de un

“movimiento dual de individualización y de subjetivación de las creencias por una parte, y la desregulación de los sistemas organizados de la creencia religiosa por la otra” (Hervieu-Léger, 2008, p. 16).

También se aborda el tema de la expansión del individualismo, existiendo una tendencia a considerar que en materia religiosa y espiritual no hay más verdad que la personal, la que se apropia individualmente descalificando de esta forma a las instituciones religiosas que tienen el monopolio de la fe.

Las personas conforman su creencia personal utilizando recursos simbólicos, que forman parte de la reutilización de elementos tomados de diversas fuentes, éstas se encuentran orientadas hasta cierto punto al entorno social y de sus tradiciones.

La reserva de recursos simbólicos a la que recurren los individuos para fabricar su propio sistema de creencia personal, registra una ampliación considerable. Ésta se encuentra ligada a la elevación general del nivel cultural asociado a la escolarización, al desarrollo de las comunicaciones, a la movilidad profesional y geográfica que pone a los individuos en contacto con un abanico diversificado de mundos culturales a lo largo de su existencia (Hervieu-Léger, 2008, p. 19).

La autora argumenta que la disminución de la fe en las instituciones religiosas se debe en parte al debilitamiento de las estructuras familiares, ya que en muchos casos la religión se adquiere de manera hereditaria, y al mismo tiempo que se debilitan los anclajes culturales y simbólicos las posibilidades de acceso a un código simbólico sin requerir de un código de acceso particular en las reservas simbólicas se han ampliado bastante.

La aceleración de la circulación de creencias a través de los medios masivos lleva a su límite la dislocación de la creencia y la pertenencia. “La individualización disuelve las identidades

culturales heredadas produciendo la constitución, la activación y aun la invención de minúsculas identidades comunitarias, compactas, sustanciales y compensatorias” (Hervieu-Léger, 2008, p. 29).

En conclusión, la propuesta de Hervieu-Léger aborda la manera en la que la individualización va en aumento, restándole credibilidad a las instituciones religiosas, además de esto gracias a los *media* cada persona se puede ir apropiando de elementos que considere útiles para sus creencias, dependiendo de sus necesidades y de su capital cultural dejando de lado la necesidad de una institución que legitime su sistema de creencias.

Por su parte, Miguel J. Hernández Madrid (2008) llevó a cabo un análisis sobre el impacto de la película “La Pasión de Cristo” en una sociedad católica tradicional del noroeste de Michoacán, en el que tomó en cuenta las mediaciones sociales y culturales que los sujetos hacen de los símbolos contenidos en ella, para producir mensajes ideológicos.

El título de su investigación es ***“El cine de tema religioso y su apropiación ideológica en una sociedad católica”***. Por medio de su análisis se presentan algunas aproximaciones para entender por qué la película “La Pasión de Cristo”, fue considerada como un símbolo importante para pensar la identidad religiosa de la población católica de Zamora Michoacán en la cuaresma del 2004, debido a la divulgación, al apoyo de las autoridades eclesiásticas que brindaban comentarios positivos sobre esta producción. “El papel retroalimentador de la creencia que algunos católicos tienen sobre su identidad, cómo sujetos de redención por el pecado y que se expresa en una dimensión subjetiva de culpa por la pasión de Cristo” (Hernández, 2008, p. 120) esta investigación se trata de un avance de un proyecto que tendrá una mayor amplitud.

En el marco teórico de esta investigación se incluye la propuesta de Thompson en la que se destaca la importancia de los mensajes y símbolos de los medios. “El contexto lejos de entenderse cómo un escenario, es sugerente de valorarse en la dimensión sociológica que Pierre Bourdieu (1991) definió con el concepto de *habitus*, para analizar en perspectiva histórica las relaciones sociales entramadas en significados culturales” (Hernández, 2008, p. 104).

En conclusión el análisis realizado a la audiencia por Miguel J. Hernández (2008) está enfocado a observar desde la perspectiva de varios autores cómo Thompson, cómo a través de la construcción de símbolos y significados se mantienen las relaciones de dominación en este caso la dominación es ejercida a través de una película que difunde cómo fue la vida de Cristo, que transmite valores del cristianismo de tal forma que la comunidad analizada se ideologiza con la filosofía de un personaje que forma una parte muy importante para el catolicismo, en este caso su vida reafirma la fe en esta doctrina.

Daniel Narváez Torregrosa en su artículo “*Reflexiones del hecho religioso a través del cine*” (2008) analiza al cine como una manifestación artística buscó legitimarse en sus inicios recurriendo a la adaptación de temas de carácter moral y religioso convirtiendo este modelo temático en uno de los de mayor éxito dentro del cine.

El hecho religioso es de un sentimiento netamente humano, que trata de explicar a base de categorías del pensamiento aquello que trasciende lo mundano o cotidiano y entra a formar parte de lo trascendente o inexplicable (Narváez, 2008). La religión forma parte de la relación de un conjunto de creencias que le dan forma a la relación entre el hombre y lo trascendente, generando un conjunto de cultos que conforman una serie de normas y comportamientos que forman una ética o moral determinada.

Las creencias y los ritos se sistematizan cómo una muestra de lo religioso, el hombre se vale de diversas manifestaciones para la propagación de estas ideas. Éstas se encuentran relacionadas con las artes plásticas y visuales. El cine cómo una fuente reciente de manifestación artística intenta cumplir la función de presentar el hecho religioso desde diversos puntos de vista. Utiliza la experiencia colectiva de lo religioso cómo un factor comercial que le asegure beneficios a la producción realizada, también existe un cine teológico que plantea reflexiones sobre la divinidad y el sentido del ser humano.

Narváez concluye que, en el cine bíblico, sólo se pueden encontrar obras que se aprovechan de la predisposición del público, para conectarse con un mensaje que ya conoce de antemano, solo por formar parte del colectivo de lo religioso en el que vive, la crisis del cristianismo tradicional, así como el auge de las nuevas filosofías espiritistas, han propiciado la producción de films que toman parte de la carga ideológica y tratan de venderla a través de la imagen cinematográfica.

Lo anterior resulta útil para considerar que entre las producciones de ficción tanto del cine como de la televisión existen muchas semejanzas, a pesar de que cada uno posee sus propios géneros y formatos en ambos casos los temas religiosos, sirven como un elemento útil para legitimar alguna forma de pensamiento, en ambos casos la producción de sus mensajes se conforma por una serie de mensajes, símbolos, iconos y demás contenidos audiovisuales, que al estar relacionados con la cotidianidad, producen y legitiman sus propios significados tomando como apoyo tramas relacionadas con valores morales relacionados con la religión y la religiosidad.

Continuando con los aportes referentes a los medios masivos, continuamos con la tesis de Juan Carlos Henríquez Mendoza (2006), titulada: “*Sistema operativo de creencias y*

consumo mediático, ¿en el consumo global (Un estudio fenomenológico sobre la recepción de la película “What the bleep do we (k)now!?”). En esta investigación se realiza un estudio sobre la recepción y el efecto obtenido de esta película sobre la audiencia, se menciona que fue ampliamente discutida, no sólo entre la gente, también en conferencias, y seminarios en los que fue analizada. Se mantuvo por más de cinco meses en las salas de cine aún a pesar de su poca difusión. El autor menciona que se trata de una producción mediática del pop-cultural, que retoma temas tratados por el esoterismo, por lo que la considera cómo un producto pop-esotérico, su consumo apela a una colección organizada de proposiciones conocida cómo sistema operativo de creencias, que se involucra con nuestros procesos de producción de sentido.

Menciona que tradicionalmente los productos relacionados con el esoterismo son expendidos por mercados especializados, pero en los últimos tiempos, de manera gradual y creciente, estos productos se han trasladado del mercado especializado al global, actualmente se les puede encontrar en cualquier librería o tienda y pareciera que han irrumpido correctamente dentro de la estantería global, además de que el mundo masivo audiovisual, así como otras ventanas de la industria cultural los ha acogido.

Henríquez Mendoza define cómo producto pop-esotérico a todo aquel producto mediático o todo aquel pop-cultural, producido y distribuido a través de la industria cultural, al cual su audiencia le atribuye el sentido de esoterismo y lo utiliza como tal, y destaca que estos artículos no son productos pop-esotéricos per se; la audiencia los construye cómo tales.

A lo largo de su investigación, el autor concluye que la producción del sentido incluye la articulación de novedosos discursos sobre la ciencia, la religión, la espiritualidad, y los procesos de legitimación.

La “pop-esotérica” es una narración racionalizante, que puede ser expuesta bajo géneros de drama y ficción, interpela al nivel racional de su audiencia, misma que no puede profundizar en la comprensión de los productos expuestos. Entre otras conclusiones más relacionadas con el sistema operativo de creencias.

Me parece que este trabajo es bastante interesante por el hecho de tomar cómo objeto de análisis las prácticas religiosas y cómo es que las audiencias perciben los productos que la industria cultural se ha apropiado a través de los mercados globales, al igual me parece importante cómo es que los receptores legitiman el sentido a través de estos productos.

Se puede concluir que los mercados globales y la industria cultural, se benefician a través de la creación de productos relacionados con las prácticas diarias ligadas con los sistemas de creencia de los individuos.

2.3. Algunos acercamientos al estudio de las telenovelas

En lo referente a investigaciones relacionadas con los análisis a las telenovelas es importante destacar la compilación de Jorge A. González 1998 titulada: “*La Cofradía de las emociones (in)terminables*” compuesta por la propuesta de diversos autores. González describe este libro como simbólico debido a que trabaja el tópico de las telenovelas, manifiesta que los mexicanos tenemos una experiencia cultural bastante rica, esta incluye narraciones, cuentos, películas y fotonovelas, radionovelas entre otras.

La televisión y la narrativa forman parte de las telenovelas, estas han pasado de ser “un sistema abierto, casi dialógico y sensible a lecturas y sugerencias de su público, a un sistema industrial cerrado” (González, 1998, p. 25). El autor menciona que sólo se busca entretener al espectador sin tomar en cuenta la calidad ni la veracidad de la producción, dentro del

mundo de las formas simbólicas, han construido un público fiel ya sea a un canal, a una actriz y a un horario haciendo de las telenovelas un producto significativo en sus vidas.

En palabras del autor, este texto está conformado por miradas plurales, y menciona que el tema no es la telenovela en sí misma, sino las formas en que la sociedad se relaciona con estos melodramas televisivos. Por lo que el libro se encuentra dividido en secciones en las que se le presta una mayor atención a la producción organizacional, y a la lectura social de las telenovelas.

Por último, González menciona que busca comprender las dinámicas de los universos simbólicos de nuestro país.

Este libro toca los siguientes temas: puntos de inflexión, producción, composición textual, procesos de interpretación y puntos de fuga.

Esta investigación me parece bastante importante debido a que busca identificar la significación de las telenovelas por parte de su audiencia, además de llevar a cabo análisis detallados sobre las mismas, a partir de la mirada del espectador, y de cómo es que van conformándose como un parte de sus vidas. En este caso, puede servir como una guía bastante útil para aquellos interesados en realizar análisis de este género televisivo.

Por su parte Rebeca Padilla de la Torre en su libro titulado “*Relatos de telenovelas. Vida, conflictos e identidades*”, ofrece un estudio centrado en las audiencias, aunque nuestra investigación no se centra en los efectos de las telenovelas sobre el público, consideramos que los estudios sobre las audiencias son el complemento ideal para una comprensión más amplia sobre los estudios relacionados con estas producciones televisivas. Padilla (2004), considera que lo que se ve en la televisión tiene relación con lo que somos, su propuesta busca dar cuenta de la interpretación y los usos que da el público a las telenovelas. Así mismo

la autora considera que las telenovelas se relacionan con la construcción de la identidad, pues su recepción se relaciona íntimamente a nuestros procesos de producción de significados. La inclusión de esta propuesta nos parece importante ya que parte de los propósitos de la autora es comprender la manera en que las experiencias de la vida social que es recreada a través de las telenovelas, posibilitan la construcción de significados por parte de sus receptores.

Es importante señalar que el estudio cualitativo de las audiencias no significa no admitir el poder y la capacidad de los medios para construir una versión parcial de la realidad, significa indagar cómo son interpretados los referentes mediáticos de manera diversa entre las audiencias en consonancia con sus situaciones de vida igualmente diversificadas (Padilla, 2004, p. 12).

Teniendo en cuenta lo anterior nos parece importante considerar como un complemento importante aquellos estudios que se centran sobre las audiencias en caso de que se busque comprender con mayor profundidad la parte de los efectos que tiene la telenovela o en el caso particular La Rosa de Guadalupe sobre sus audiencias.

Continuando con los análisis recientes en relación con las telenovelas vale la pena hacer mención del libro: “*Telenovelas en México, nuestras intimas extrañas*”, al igual que la mención anterior esta es una recopilación compuesta por varios autores como; Álvaro Cueva, Carla Estrada, Alejandro Garnica, Rubén Jara, Heriberto López, Guillermo Orozco y Silvano Soto, a través de esta publicación es posible comprender la importancia de estas producciones, destacando que se trata del género más privilegiado en términos de sintonía, al ser un fenómeno capaz de “congregar” a millones de mexicanos. Este trabajo busca responder a interrogantes como el ¿por qué las telenovelas son las consentidas del hogar?, ¿qué factores contribuyen para obtener su éxito?, ¿cómo han cambiado los contenidos y

tramas de acuerdo a la época y sus valores? Entre otras. La importancia de este trabajo radica principalmente en cuanto al acercamiento histórico de este formato, busca facilitar la comprensión de la manera en que se relacionan los hábitos y las relaciones sociales de los televidentes en torno a los personajes, historias y anécdotas de los melodramas, en cuestiones de rating, Heriberto López (2011), destaca que este formato, es igualmente popular entre hombres, mujeres adultos y niños, comenta que una telenovela con frecuencia alcanza 30 puntos de rating y que esto se traduce en que al menos uno de cada tres hogares sintoniza las telenovelas todos los días. Las telenovelas resultan ser un negocio integral que genera cientos de artículos y franquicias dirigidos a todos los públicos y segmentos locales, nacionales y globales.

El autor también destaca que las telenovelas son el espacio de entretenimiento por excelencia de las sociedades latinoamericanas y el género que proporciona mayores recompensas a las audiencias menos favorecidas, sustentando este argumento comenta que a lo largo de los años realizando estudios sobre recepción ha tenido oportunidad de escuchar múltiples historias relacionadas con la recompensa y distracción que tienen para diversos públicos, destaca que a través de la observación cotidiana y los estudios de recepción ha sido capaz de demostrar que la audiencia vive, introyecta y eventualmente reproduce los modelos de las telenovelas a través de procesos emocionales.

López asegura que las telenovelas fomentan un marco de interacción familiar y grupal, acompañan comidas, conversaciones, “reproducen y reflejan los conflictos universales de todas las etapas de la vida y por lo tanto constituyen un espejo de construcciones sociales propias y ajenas” (López, 2011, p. 177). El esquema moral de la telenovela influye en su aceptación o rechazo, generan modelos de aceptación o repulsión. Ya sea de manera

consiente o no, son promotoras de valores, su reflexión moral a través de la confrontación de valores permite que la audiencia aprenda y asimile actitudes y conductas.

Como se mencionó al inicio de esta reseña este trabajo incluye diversas propuestas, la razón por la que no se han considerado referir a todas responde a que en el apartado correspondiente específicamente a las telenovelas ya se cuenta con una descripción debidamente detallada sobre estas producciones, por lo que solo ha destacado una breve referencia a cuestiones de rating y audiencia.

2.4. La religiosidad como parte de la telenovela

Para finalizar se hará mención de un par de investigaciones cuyo objeto de estudio específico se centra en esta producción, comenzando por la propuesta de Ana Paula González, que ofrece un estudio titulado: “*El melodrama en la televisión: estudio de caso La Rosa de Guadalupe*”, destaca las características principales de la telenovela y ofrece un acercamiento histórico al género de las telenovelas, en esta investigación se menciona que se busca comprender, cómo se cuentan las telenovelas y de qué manera enganchan a su público, esta investigación puede ser útil como referente a la hora de comprender como ha ido evolucionando este género televisivo con el paso de los años así como el papel Televisa a ocupado tanto a escala nacional como internacional en cuanto a la producción y exportación de telenovelas, uno de los elementos que vale la pena destacar dentro de las características del melodrama ofrecido por González, es que en el melodrama suele destacarse el triunfo del bien sobre el mal, las representaciones de comportamientos y actitudes morales representadas en el melodrama suelen relacionarse estrechamente con la época en la que se producen.

En cuanto al fenómeno religioso la autora destaca al sufrimiento como un valor fundamental para el cristianismo pues es en base a esto que la liberación y purificación del alma se vuelve posible.

La estructura básica del melodrama se relaciona estrechamente con el sufrimiento y la felicidad, aunque la trama pueda variar entre cada episodio o producción suele conservarse un modelo básico y los conflictos fundamentales pueden ser previsibles y repetitivos. En el trabajo en cuestión se menciona que el melodrama adquiere carácter de mercancía al momento en que el escritor deja su libertad de creación para sujetarse a los parámetros capitalistas.

En cuanto al estudio específico del programa “La Rosa de Guadalupe”, esta propuesta destaca que debido a la aceptación que ha tenido este programa a lo largo de los años, se han creado productos alternos para su comercialización entre los que destacan DVDS con sus mejores programas, así como un libro titulado “La Rosa de Guadalupe. Testimonio de fe y gratitud” producido por editorial televisa mismo que incluye una serie de pensamientos dedicados a “la morenita del Tepeyac”, de igual manera se incluye una entrevista realizada por Ana Paula González a Carlos Mercado (2012), de la cual se destaca un fragmento en el que el guionista menciona que invento este programa en un contexto en el que era necesario, pues percibía una polarización política posterior a la elección del 2006, “Detecte la falta de esperanza y la falta de tranquilidad y paz que hemos tenido como nación” (como se citó en González, 2012), tomando este fragmento como contexto podemos aventurarnos en concluir que el discurso de esta producción efectivamente se encuentra relacionado con valores morales y ciertamente se busca difundir cierto modelo de comportamiento entre sus televidentes.

Finalmente, este estudio concluye destacando la televisión como un medio omnipresente, capaz de relacionarse directamente con el espectador, utilizando la telenovela como un instrumento para difundir los valores de la clase dominante, cabe destacar que esta característica no solo se destaca en este estudio, a lo largo de esta investigación se verá con más detalle que este es un elemento constante en la televisión, y ciertamente es una

característica estructural de las telenovelas. La Rosa de Guadalupe, comparte el esquema de la telenovela, se maneja de acuerdo a fórmulas preestablecidas, con el uso de personajes y temas estereotipados. Dicha formula funciona para la televisora que de acuerdo a González (2012), desde su primera telenovela, ha instruido como debe de ser la familia mexicana, la moral defendida por el melodrama responde a valores patriarcales y judeocristianos, sus contenidos funcionan como reafirmación del mundo conocido por el espectador, factor que facilita la familiaridad con el producto. Para finalizar, la autora propone que la audiencia debería de ser más crítica y mantener su distancia de la televisión, así como dar un giro a la manera en que interactúa con sus contenidos.

Por último, vale la pena destacar el trabajo de Saúl Lázaro Altamirano en su propuesta "*La Representación Social del Guadalupanismo en el programa de televisión La Rosa de Guadalupe*", ofrece un análisis que permite comprender la manera en que este programa adapta a su trama historias relacionadas con el contexto social mexicano, el autor enumera algunas de las problemáticas representadas: bullying, discriminación, violencia, drogadicción, narcotráfico, etc. De igual forma comenta que estas historias se nutren de los noticieros, tomando en cuenta este comentario podemos considerar que el abanico de tramas en realidad podría ser mucho más extenso, en este análisis el autor destaca que La Rosa de Guadalupe, propone guías de orientación y acción que establecen un modelo guadalupano.

El autor argumenta que en este programa es posible encontrar representaciones sociales hegemónicas que perpetúan la dimensión religiosa como culto específico hacia la Virgen de Guadalupe. También propone que este programa es una "parábola audiovisual", es decir el intertexto religioso y el campo semántico del deber ser la parábola es una forma de conocimiento destinada a orientar acciones (Altamirano, 2012).

Debido a la cercanía teórica y temática de este trabajo con la del autor; destacaremos algunos elementos de esta propuesta que además de servir como precedente pueden ser un sustento teórico para este trabajo.

Retomando el concepto de parábola, los elementos identificados como constituyentes de parábolas de acuerdo a Leñero, Kerbs y Kristevá (como se citó en Altamirano, 2012), se describen como narraciones que hacen referencia a experiencias externas situadas en la realidad social. Como forma de comunicación contiene una estructura sígnica, usos y funciones cuya estructura contiene los siguientes elementos:

- 1) Narraciones enmarcadas en un universo binario (propio del orden religioso)
- 2) Uso del mal para explicar el bien: función metafórica
- 3) Una trama o intriga que le da sentido a la historia
- 4) Son historias mundanas que hablan de la vida cotidiana
- 5) El final es sorpresivo o paradójico
- 6) Tiene un desenlace interpretado por el narrador
- 7) Son orientadores de la acción
- 8) El sentido reside en la praxis
- 9) La narración remite a experiencias fuera del texto
- 10) Uso del lenguaje religioso
- 11) Inclusión del lenguaje religioso en la vida cotidiana

De acuerdo a esta propuesta la trama debe ser interpretada como componente que da sentido a la narración como parábola y es en ella donde reside el conflicto que desata la historia, dentro de la trama, este elemento sería la vuelta de tuerca, la historia corta que ocurre o puede

ocurrir, cuya lógica es lo extraordinario dentro de lo ordinario, esta propuesta destaca que la paradoja dentro de La Rosa de Guadalupe se presenta en el milagro.

Un aspecto que vale la pena resaltar es el de la moraleja, este es un elemento que se incluye en todas las historias presentadas por este programa y cumple con una función muy importante: dicta los sentidos que deben de ser significados y al mismo tiempo niegan la posibilidad de extraer una interpretación subjetiva, Altamirano sostiene que tanto las parábolas como las moralejas cumplen con la función de orientar acciones, esto reforzaría la noción de que el discurso no puede interpretarse más allá de los límites del texto, y serviría para argumentar que el discurso de este programa si tiene una intencionalidad construida por el autor.

Para concluir con la síntesis del trabajo de Saúl Altamirano, el autor destaca que existe una especie de integración entre lo sagrado y lo profano mediada por este melodrama, teniendo en cuenta lo sagrado como algo estrechamente relacionado con la representación de la Virgen de Guadalupe como imagen institucional y oficial del catolicismo, y profano en términos de reconfiguración es decir el uso, representación y adaptación de esta imagen como un producto mercantil. La Rosa de Guadalupe muestra su capital cultural desde los usos de la imagen de la Virgen y sus nuevas formas de ser representada, y su capital económico al venderla como un producto (Altamirano, 2012).

En lo referente a este trabajo en particular, en esta mención no se han incluido todas las propuestas del autor, sino que se ha hecho lo posible por destacar algunos de los elementos más relevantes e importantes para este apartado, sin embargo, de considerarlo necesario para los propósitos e intereses de esta investigación, se retomaran más ideas de esta publicación en apartados posteriores.

A lo largo de este capítulo se ha buscado contextualizar el estudio de la difusión de lo religioso a través de los medios masivos de comunicación pasando por los inicios de este fenómeno hasta enfocarnos específicamente al tema de las telenovelas, como se ha podido observar las relaciones entre las instituciones religiosas, particularmente del catolicismo y los medios, no son una extrañas, aunque no necesariamente sirvan a los mismos intereses, al parecer se ha desarrollado una especie de simbiosis en la que tanto las instituciones religiosas como los medios obtienen beneficios, si consideramos a ambas como mecanismos de control ideológico, y social incluso podríamos argumentar que esta asociación produce una gran cantidad de beneficios, en el caso mexicano el catolicismo puede mantenerse como religión hegemónica convirtiendo su doctrina y su moral en un producto mercantil que beneficia a diversos sectores.

Capítulo III. El análisis del discurso de los medios desde un enfoque crítico

3.1. Los enfoques críticos para el análisis de la influencia social de los medios

José Carlos Lozano (1996), menciona que, para el estudio de la comunicación de masas, nos enfrentamos a la dificultad de definir si puede ser abordado desde una perspectiva científica concreta, o si es que se necesita una perspectiva interdisciplinaria. Debido a esto los teóricos de la comunicación se dividen en dos grupos: 1) el de aquellos que afirman que la construcción de una ciencia de la comunicación es factible y deseable, y 2) el de quienes aseguran que la comunicación es un proceso social tan amplio y complejo que requiere un abordaje interdisciplinario (Lozano, 1996, p. 20). El primer grupo se identifica principalmente con el de los enfoques teóricos positivistas, y el segundo con el de los enfoques críticos.

El autor también destaca que es importante aclarar que las etiquetas de *positivistas* y *críticos*, resultan cada vez menos útiles para caracterizar a los nuevos enfoques teóricos en ambos

campos. Pues por distintas vías, los positivistas han reconsiderado la influencia de los medios, percibiendo algunas de sus insuficiencias y por otro lado “los enfoques críticos de mayor auge se han distanciado del pesimismo de las tradiciones críticas previas y han roto con la concepción de las audiencias pasivas y manipulables” (Lozano, 1996, p. 25).

Moragas, (como se citó en Lozano, 1981) menciona que debido a que la investigación de la comunicación no se encuentra separada de la evolución de las ciencias sociales en general (sociología, psicología, economía, antropología social, etc.), la comunicación más que una ciencia, se trata de un proceso tanto en los niveles cognoscitivos del individuo como en su acción social.

Tomando en cuenta esta definición, se puede afirmar que todo mensaje comunicativo, incluido el que se transmite a través de los medios, puede tener un impacto en la forma y el contenido de lo que la gente aprende, así como en la acción social e individual. Basados en esta premisa es que nos interesa abordar el análisis del discurso de la serie televisiva La Rosa de Guadalupe ya que ello permite poner al descubierto las maneras en que se transmiten los mensajes relacionados a la religiosidad, y el contenido ideológico subyacente en él.

En los sub-apartados que se incluyen a continuación, haremos un resumen del origen de los enfoques críticos en comunicación, así como de la propuesta teórica y los diversos enfoques que la componen, con el objetivo de explicar para qué y cómo sirven para estudiar el discurso de la serie televisiva La Rosa de Guadalupe.

3.1.1. Orígenes, contextualización y propuesta de los enfoques críticos en comunicación

Como se mencionó previamente, las diferencias conceptuales de las ciencias sociales contemporáneas, se ven reflejadas en los estudios de comunicación de masas. Tienden a dividirse en dos bandos, que son: los enfoques: positivista y empirista.

El enfoque positivista se identifica con el método general de las ciencias naturales, considerando que los fenómenos sociales responden a leyes universales incambiables ante los cuales el científico social debe de adoptar una posición de plena neutralidad. Esta corriente considera que el científico no es un agente de cambio social, sino un observador objetivo que analiza externamente las causas y leyes que rigen los fenómenos sociales, y en su caso los comunicacionales. Esta estrategia metodológica se basa en el empirismo, es decir “el estudio sistemático solamente de aquello que es detectable a través de los sentidos y que se diferencia de la subjetividad de los sentimientos, los principios filosóficos o éticos y el compromiso social” (Lozano, 1996, p. 22).

Los teóricos de la comunicación de masas identificados con esta perspectiva tienden a enfatizar la utilidad de los sistemas y fenómenos comunicacionales para la estabilidad y la preservación de las sociedades actuales, y acostumbran evitar cualquier cuestionamiento sobre el rol de la comunicación en la distribución desigual del poder y el poder de los grupos sociales” (Lozano, 1996, p. 22).

Esta corriente se ha desarrollado principalmente en los Estados Unidos, sus principales exponentes provienen de ese país, Lozano destaca como sus principales teóricos a: Lazarsfield, Schramm, Berlo, Lasswell, Katz, McQuail y McCombs.

En contraposición a los enfoques positivistas en la investigación de la comunicación de masas, en lo que respecta a los enfoques críticos, Lozano (1996), menciona que sus teóricos adoptan una postura radicalmente distinta a la de los positivistas, previo a estudiar la comunicación analizan las características de las sociedades actuales y cuestionan las desigualdades económicas, educacionales, de control y de poder en los diferentes sistemas contemporáneos. Se preguntan cuál es el papel que juega la comunicación en la preservación

de los sistemas tan injustos e inadecuados como los actuales. “Los teóricos críticos plantean interrogantes sobre el apoyo que prestan los medios de comunicación y sus mensajes a la difusión de la ideología dominante de las élites económicas y políticas, así como a la obstaculización del necesario cambio social” (Lozano, 1996, p. 24).

Durante mucho tiempo el marxismo y la teoría crítica se consideraban un sinónimo, sin embargo, actualmente existe una diversidad de enfoques conceptuales que “parten de una posición que cuestiona claramente a los medios y a las desigualdades sociales, sin caer en los “esquemas maniqueos del marxismo vulgar” (Lozano, 1996, p. 24). El autor también menciona que en estos nuevos enfoques se encuentran los investigadores que consideran que su rol como científicos incluye el convertirse en activistas sociales junto con el compromiso con el cambio de los sistemas actuales. Se caracterizan por situar el estudio de los medios masivos dentro del más amplio concepto social sin analizarlos de manera aislada sino en sus relaciones con otras organizaciones e instituciones sociales. Consideran que el proceso de la comunicación es un proceso social y visualizan a los medios como organizaciones dedicadas a la producción y distribución de significados sociales. Estos enfoques tienen su origen principalmente en Europa. Primero el marxismo y luego sus derivaciones en enfoques denominados *neomarxistas*, basados en las aportaciones de la escuela de Frankfurt, Althusser, Gramsci, Barthes, Williams y Hall, etc.

América Latina ha hecho aportaciones importantes al campo de los enfoques críticos, con los aportes conceptuales de la escuela *culturista* latinoamericana, representada por autores como: Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini, Guillermo Orozco y Jorge A. González.

En resumen, los enfoques críticos estudian la comunicación dentro del amplio contexto social, cuestionan el rol de la comunicación en la desigualdad económica y el poder político,

sus partidarios no son neutrales, se comprometen con el cambio social, y cuestionan el rol de los medios en el reforzamiento de la ideología dominante (Lozano, 1996).

Si se toma como base la posición de los enfoques críticos, se podría considerar que “La Rosa de Guadalupe” es un producto televisivo que puede ser utilizado para difundir y/o reforzar la ideología dominante, pues más allá de sus contenidos ligados a la religiosidad, en su discurso se pueden observar sin realizar un análisis a profundidad, temas de índole moral, social, política y religiosa, (drogadicción, alcoholismo, aborto, por mencionar algunas), de igual manera el discurso de este programa suele tener una posición determinada respecto a las temáticas que se aborda en cada episodio, respecto a esto, se llevara a cabo un análisis más adecuado y detallado con las muestras seleccionadas para el desarrollo de esta investigación, aunque se puede adelantar que independientemente del tema que se toque en sus episodios, se ha observado que en los desenlaces suele ofrecerse una con la solución o moraleja a todos sus problemas, tras elegir el “camino correcto”.

Lozano (1996) nos indica que, dentro de cada línea, tanto en la de los enfoques positivistas y la de los críticos, existen numerosas subdivisiones y énfasis. Entre los positivistas hay quienes adoptan una postura analítica macro, como los funcionalistas, y quienes prefieren ubicar sus estudios a nivel micro, como los de usos y gratificaciones. Entre los críticos hay autores que privilegian el estudio de los condicionantes económico-políticos que obligan a los medios a servir a los poderosos, y otros que prefieren centrarse en el análisis de los mensajes o en la capacidad de las audiencias populares para resistir a la manipulación ideológica de los medios, como los culturistas europeos y latinoamericanos. En esta última tendencia se halla inscrito este trabajo, aunque debemos dejar en claro que esta investigación sólo se enfocara en el análisis del mensaje televisivo de la serie La Rosa de Guadalupe,

dejando abierta la posibilidad de posteriores investigaciones relacionadas con el estudio de la recepción de sus audiencias.

3.1.2. Caracterización de los principales enfoques críticos

Según Denis McQuail (1983) los enfoques críticos tienen como origen la teoría marxista de los medios de comunicación y procede de la afirmación de Marx de que “*las ideas de la clase dominante son en todas las épocas las ideas dominantes*”. McQuail destaca que esta frase se presta a más de una interpretación, especialmente cuando hay que aplicarla a instituciones que sólo existían de una manera limitada en la época de Marx. Sin embargo, aclara que:

Manifiesta una clara predicción sobre el proceso de comunicación de masas, partiendo del supuesto de una fundamental unidad de clase en la “*cumbre*” de la sociedad y una subordinación de todos los poderes sociales de importancia para los intereses de la clase dominante (McQuail, 1983, p. 70).

Los medios masivos de comunicación al ser una institución de la forma predominante de la sociedad de clases transmitirán una visión del mundo de acuerdo con los intereses de la clase dominante y más o menos coherente con el saber que producen y difunden otras instituciones. Partiendo de esta premisa, el estudio de la comunicación de masas consiste en desenmascarar y poner al descubierto los mecanismos mediante los que, en la sociedad capitalista, se maneja la producción, distribución y el consumo del contenido ideológico sin la necesidad de recurrir a la fuerza del estado. Mc Quail también menciona que esta vasta empresa ha dado lugar a variantes en el pensamiento y análisis marxista de las cuáles tres tienen especial importancia:

1) la teoría político-económica de los medios de comunicación

Este enfoque se encuentra centrado en los medios de comunicación como actividad económica que produce una mercancía (contenido). Afirma que la ideología depende de un

fundamento económico y orienta su investigación hacia el análisis empírico de la estructura de la propiedad y hacia el estudio de cómo es que operan las fuerzas del mercado en los medios de comunicación (McQuail, 1983). Desde esta perspectiva la institución de los medios de comunicación se debe de considerar como parte del sistema económico, estrechamente vinculada con el sistema político. Garnham (citado en McQuail, 1983), sostiene que las distintas clases de contenido poseen un valor de cambio, bajo condiciones de presión para expandir los mercados y por intereses económicos de fondo de los propietarios y de los que toman o adoptan las decisiones. Estos intereses remiten a la necesidad de que las actividades de los medios de comunicación rindan beneficios (según las tendencias y procesos monopolistas) a la rentabilidad de otras ramas del comercio. Las consecuencias de esto pueden observarse en la reducción de fuentes independientes de comunicación, concentración en los mercados de mayor amplitud y en el olvido de los sectores minoritarios de la potencial audiencia. Estos efectos de las fuerzas económicas no son al azar, Murdock y Goldwing (como se cita en McQuail, 1983), mencionan que la lógica del fondo opera de forma sistemática, consolida la situación de los grupos establecidos en los principales mercados de los medios masivos, excluyendo a los grupos que carecen del capital necesario para introducirse con éxito. Provocando que las voces sobrevivientes pertenezcan a quienes es menos probable que critiquen la distribución prevaleciente de la riqueza y del poder. Y contrariamente, quienes más probablemente pongan en duda estas reparticiones no pueden hacer pública su oposición pues no disponen de los recursos necesarios para comunicarse con una gran audiencia.

La fuerza principal de este planteamiento radica en que permite plantear hipótesis verificables de manera empírica acerca de las determinaciones del mercado, aunque el autor subraya que son tan numerosas y complejas que su demostración empírica no resulta fácil.

Una debilidad de este enfoque es que los medios de comunicación que están bajo control público no son fáciles de explicar en función del desenvolvimiento del mercado libre.

Para finalizar con la explicación de este enfoque Smythe (citado en McQuail, 1983) habla sobre una variante que propone que lo que en realidad producen los MMC son audiencias, en el sentido de que crean audiencias que le prestan atención a los anunciantes y moldean en formas especiales el comportamiento de los públicos de los medios de comunicación. En resumen, podemos argumentar que la teoría político económica considera que los medios forman parte de una maquinaria de producción al servicio de las clases dominantes, y tienen la función de justificar, sustentar y mantener su poder, ideas y status, al mismo tiempo mantienen la estructura social negándole al resto de las clases la posibilidad de manifestarse de una manera eficaz en su contra debido a su carencia de suficientes medios económicos. Creando contenidos para audiencias específicas o en su caso creando audiencias y comportamientos.

2) La teoría de la hegemonía de los medios de comunicación

Mc Quail utiliza el término de ideología dominante designado por Gramsci (1971), que más que centrarse en los determinantes económicos y estructurales de la ideología clasista, se enfoca en la ideología, sus formas de expresión, sus sistemas de significación, y los mecanismos mediante los cuales sobrevive y florece con la aparente conformidad de sus víctimas, cuyas conciencias consigue invadir y moldear. Esta teoría a diferencia del enfoque marxista clásico y el enfoque político-económico, le reconoce una mayor independencia a la ideología con respecto al fundamento económico. La ideología en forma de definición distorsionada de la realidad y de la descripción de las relaciones entre las clases o bien en palabras de Althusser (1971), de “las relaciones imaginarias de los individuos con sus verdaderas condiciones de vida” (McQuail, 1983, p. 73). El autor menciona que no es

dominante en un sentido de imposición a la fuerza por las clases dominantes, sino que se trata de una influencia cultural omnipresente e intencionada que sirve para interpretar la experiencia de la realidad de manera encubierta pero coherente.

Hall (como se cita en McQuail, 1983), menciona que el concepto de predominio que implicaba la imposición de un sistema, por la fuerza abierta o por medio de la compulsión ideológica, a la clase subordinada, no se encontraba lo suficientemente desarrollado como para enfrentar las dificultades del caso. También había que considerar que el predominio se realizaba en los planos consciente e inconsciente: más bien hay que considerarlo como distorsiones manifiestas e intencionadas de los individuos.

Según McQuail (1983), la obra teórica de algunos pensadores marxistas, principalmente Poulantzas y Althusser, ha contribuido a cimentar este planteamiento, llamando la atención sobre los procedimientos mediante los que se reproducen y legitiman las relaciones capitalistas, con el consentimiento más o menos voluntario de la clase obrera. Los instrumentos necesarios para llevar a cabo esta tarea proceden en gran parte de los progresos del análisis semiológico y estructural, pues ofrecen métodos para descubrir el significado oculto y las estructuras en las que radica el significado. Este cambio de interés teórico, de los motivos económicos a los ideológicos que permiten la supervivencia del capitalismo, ha planteado la prioridad de los medios de comunicación de masas entre los demás “aparatos ideológicos del estado” expresión de Althusser, (citado en McQuail, 1983) y ha conducido a cierta disensión, en la tradición marxista entre quienes prefieren subrayar las determinantes estructurales y económicas.

En conclusión, la teoría de la hegemonía de los medios de comunicación más que centrarse en los factores económicos y estructurales como una herramienta de subordinación de las

clases dominadas, se encuentra más centrada descifrar la manera en la que las clases dominantes ejercen su dominio cimentándolo con la ideología, misma que transmiten de tal manera que pueda propagarse e imponerse de manera consciente e inconsciente dentro del imaginario colectivo.

3) Teoría crítica de la escuela de Frankfurt

Los críticos teóricos de hoy siguen algo que se podría denominar como enfoque “culturalista” y le deben mucho a la obra de los miembros de esta escuela principalmente a Adorno, Horkheimer y a Marcuse. Los teóricos de Frankfurt se ocuparon del aparente fracaso del cambio social revolucionario vaticinado por Marx y al explicar este fracaso señalaron la capacidad de la superestructura, en especial bajo la forma de los medios masivos de comunicación, de trastocar el proceso histórico del cambio económico. De cierto modo “la historia parece haber “salido mal” debido a que las ideologías de la clase dominante han llegado a condicionar a la base económica mediante un proceso de trastocamiento y asimilación de la clase obrera” (McQuail, 1983, p. 74).

La cultura de masas, universal y comercializada sería el medio principal gracias al cual habría alcanzado tal éxito el capital monopolista. Consideran que el sistema de producción masivo de bienes, servicios e ideas es el responsable de la aceptación de manera más o menos integral del sistema capitalista, aunado con la devoción a la racionalidad tecnológica, el consumismo, la satisfacción a corto plazo y el mito de la “inexistencia de las clases”. La mercancía se considera como el principal instrumento ideológico de este proceso, pues al parecer el arte e incluso la cultura crítica y de oposición pueden ser comercializadas en busca del beneficio teniendo como costo el perder su fuerza crítica.

La teoría frankfurtiana de Adorno y Horkheimer, afirma la subordinación de la persona y de la clase a la determinación de las imágenes y los planteamientos comunes al conjunto del sistema. Marcuse, por su parte le dio el nombre de “unidimensional” a la sociedad que ha sido creada con ayuda de la “industria de la cultura”. El énfasis puesto en esta escuela en los medios de comunicación, en cuanto a considerarlos como un poderoso mecanismo para contener el cambio, ha sobrevivido y la vincula al enfoque “hegemónico”. Sin embargo, el “negativismo” de este enfoque, y quizá su elitismo cultural ha sido objeto de una crítica posterior por parte de la izquierda. McQuail señala que también debe de tomarse en cuenta la coincidencia temporal de orientación general con la teoría de la sociedad de masas.

El autor, menciona también la existencia de varios enfoques críticos que no necesitan, o no resulta útil etiquetarlos de marxistas. Y nos dice que los marxistas no son los únicos que perciben a las sociedades como desiguales, que “la desigualdad esta incrustada en la estructura de clases y que las clases más beneficiadas tratan de perpetuar su poder económico y social” (McQuail, 1983, p. 71).

De los enfoques previamente mencionados posiblemente el más acorde para el planteamiento de esta investigación sea el de la escuela de Frankfurt, esto en base al hecho de que La Rosa de Guadalupe además de ser un producto televisivo, se encuentra conformado por un catálogo de contenidos y discursos que en conjunto pueden ser considerados como un medio eficaz para difundir mensajes cuyo propósito es mantener valores e ideas dominantes, al crear una estrecha relación entre prácticas religiosas e ideas acordes a valores morales paradigmáticos de nuestra sociedad, sin embargo aunque al finalizar el análisis de esta investigación se determine que el discurso de las muestras seleccionadas pueda considerarse como hegemónico, o dominante, no se pretende argumentar en la presente hasta qué punto puede o no influir en las audiencias.

3.2. El análisis del discurso como herramienta útil en el análisis crítico de los contenidos mediáticos

Las telenovelas al ser productos televisivos de gran popularidad, sirven como medios de entretenimiento, como una manera de distracción, diversión e incluso como tema de conversación al igual que cualquier otra producción transmitida por los medios de comunicación, sus temáticas suelen ser variadas, a pesar de que suelen basarse en las fórmulas básicas del melodrama, la chica pobre y virtuosa que sufre constantes problemas de diversos tipos y suele ser salvada por su príncipe azul por mencionar algunos, en el caso particular de “La rosa de Guadalupe”, no suele guiarse necesariamente por las características principales de la telenovela, ya que no se trata de un programa seriado, no es necesario ver un episodio tras otro para comprender su trama ya que no los episodios no tienen continuidad y cada episodio cuenta una historia hasta cierto punto diferente, aunque la característica en común suele ser la intervención divina como punto clave para la resolución de las problemáticas presentadas en cada emisión. Sin embargo, al parecer este programa cuenta con un alto contenido ideológico solo relacionado con la religiosidad y la fe, sino también de carácter social y en cierta forma refuerza el statu quo.

El motivo por el que se ha decidido optar por el análisis del discurso como metodología para llevar a cabo esta investigación es debido a que resulta útil como herramienta para poder explicar y comprender de manera crítica y clara los mensajes que forman parte del discurso televisivo, para evitar llevar a cabo un análisis aberrante, ya que aunque como veremos en apartados posteriores el mensaje se encuentra influido esta por los propósitos, intenciones, intereses e incluso la ideología de su productor, como lo sugiere Umberto Eco (1992), es importante no violar las fronteras del texto, ni poner en boca del texto ni del autor, algo que no dice en realidad, así mismo es importante respetar la intención y los límites del texto por lo que, en este trabajo, se evitara caer en interpretaciones ilimitadas que vayan más allá de lo

que el texto en sí permita analizar dentro del discurso audiovisual que conforme de las muestras seleccionadas.

3.2.1. Sobre el discurso

Teun A. Van Dijk (1997) menciona que sería ideal si pudiéramos condensar todo lo que sabemos acerca del discurso en una definición única y práctica; sin embargo, como ocurre con otros conceptos afines al lenguaje la noción de discurso es esencialmente difusa. Según el autor, una de las definiciones sobre este concepto proviene del sentido común (del lenguaje cotidiano y del diccionario). Esta se aplica a una forma de utilización del lenguaje, a discursos públicos o, más en general al lenguaje oral, por ejemplo, cuando hablamos del discurso de algún presidente. Un ejemplo más puede hallarse en los medios de comunicación e incluso en algunas ciencias sociales, cuando se habla del “discurso del neoliberalismo”. En este caso “el término discurso no se refiere al uso del lenguaje de los pensadores o políticos neoliberales, sino también a las ideas y filosofías que ellos divulgan” (Van Dijk, 1997, p. 22).

Por otro lado, Van Dijk menciona que los analistas del discurso tratan de ir más allá de las definiciones del sentido común y aunque admiten que se trata de una forma del uso del lenguaje, al considerar esto una definición imprecisa y no siempre conveniente introducen un concepto más teórico, específico y amplio en sus aplicaciones. Pretenden incluir otros componentes esenciales para este concepto: a saber, quién utiliza el lenguaje, cómo lo utiliza, por qué y cuándo lo hace.

Decir que el discurso es un suceso de comunicación es una caracterización que incorpora algunos aspectos funcionales. Es decir, las personas utilizan el lenguaje para comunicar ideas o creencias (o para expresar emociones) y lo hacen como parte de sucesos sociales más complejos, por ejemplo, en situaciones tan específicas como un encuentro con amigos, una llamada telefónica, una lección en el aula, una entrevista de trabajo, una consulta con el

médico, o cuando leen o escriben una nota periodística (Van Dijk, 1997). Los participantes hacen algo más que usar el lenguaje o comunicar ideas: interactúan. Con la finalidad de destacar este aspecto suele decirse que el discurso se trata de una interacción verbal.

En esta aproximación del concepto de discurso Van Dijk identifica tres dimensiones principales: 1) el uso del lenguaje, 2) la comunicación de creencias o cognición y 3) la interacción en situaciones de índole social.

Una tarea característica del estudio del discurso consiste en proporcionar descripciones integradas en las tres dimensiones: “¿Cómo influye el uso del lenguaje en las creencias y en la interacción, o viceversa?, ¿cómo influyen algunos aspectos de la interacción en una manera de hablar?, o ¿cómo controlan las creencias el uso del lenguaje y la interacción?” (Van Dijk, 1997, p. 23). Además de esperar que nos brinde descripciones sistemáticas se puede esperar que el estudio del discurso formule teorías que sean capaces de explicar tales relaciones entre el uso del lenguaje, las creencias y la interacción social.

En esta última perspectiva se encuentra la propuesta de Julieta Haidar, quien indica que el análisis del discurso es esencialmente interdisciplinario, pues su objeto de estudio pertenece a esa modalidad que se genera cuando el objeto de estudio se constituye desde varias disciplinas.

A propósito de ello, Tanius Karam menciona que hay que tener clara la diferencia de matiz entre la teoría del discurso y los estudios del discurso, ya que aunque al parecer se trate de la misma cuestión la primera resume los aspectos conceptuales que lo caracterizan como práctica social, así como las operaciones que se realizan y los procesos generales en los que se inscribe, dando cuenta del conjunto de juicios, propiedades, rasgos y eventuales usos del discurso; mientras que los estudios del discurso son un trabajo realizado que puede ser tanto

documental como conceptual, sin la aplicación de conceptos en un corpus delimitado (Karam, 2005).

Esa es la razón por la cual podemos afirmar que la diferencia principal entre la teoría y los estudios del discurso consiste en que la primera se ocupa del abordaje del discurso desde el punto de vista conceptual, mientras que los estudios sobre el discurso tratan de un grado de aplicación sobre alguna realidad, sin que necesariamente medie el análisis del discurso como metodología de análisis sobre cuerpos de textos y prácticas discursivas.

Sin embargo, como el mismo autor refiere es un hecho que existe una gran variedad de fuentes que pueden ser utilizadas para llevar a cabo este tipo de estudios, lo que implica en la práctica que para hacer un análisis apropiado de un discurso no se requiere (y quizá no sea posible) tener conocimiento sobre todas las áreas y disciplinas que están relacionadas con este tipo de análisis, sino que se debe de delimitar teórica y metodológicamente con base en la necesidad que exija el objeto de estudio. Por lo que tomando como apoyo lo anterior, se tratará de elegir las bases teóricas más apropiadas para esta investigación con las técnicas y teorías que se consideren más adecuadas para este trabajo.

Tanius Karam (2005), indica también que el discurso es un término que traspasa fronteras disciplinarias, por lo que no se puede reducir a un solo ámbito específico; en consecuencia, insiste, que existe una gran pluralidad de definiciones desde distintas perspectivas teóricas que a veces difieren y otras veces coinciden.

Debido a que discurso es un concepto polisémico para facilitar la operacionalización del término, el autor hace una reducción en cuanto a su referencia y en base a textos sobre el análisis del discurso, identifica tres grandes tendencias para su contextualización.

Una primera aproximación ve al discurso como fuente de sí mismo, sea que se trate de frases o enunciados, o de relatos o macro-estructuras. De acuerdo a Harris (Karam, 2005), para comprender el texto hay que ir al marco interpretativo del mismo y en tal aproximación el estudio se puede basar meramente en lo sintáctico o en lo narrativo, en cuanto a construcción de relato (Greimas en Karam, 2005). Aquí se mira al discurso como una unidad lingüística de dimensión superior a la oración, o sea, como un enunciado.

Una segunda perspectiva es la enunciativa Benveniste y Jakobson (Karam, 2005) que lo consideran como una parte del modelo de comunicación; aquí se define al discurso como una determinada circunstancia de lugar y tiempo en que un sujeto de enunciación organiza su lenguaje en función de un determinado destinatario. Karam menciona que tanto Benveniste como Jakobson buscaban desentrañar el cómo se inscribe el sujeto hablante en el enunciado y cómo el usuario de la lengua se apropia y vincula a ella de una manera específica, dejando constancia de ello por medio de índices específicos.

Para finalizar el autor incluye la perspectiva materialista del discurso de Pecheux y Robin, en la que se entiende al discurso como una práctica social vinculada a sus condiciones sociales de producción y a su marco de producción institucional, ideológica cultural, e histórico-coyuntural. Pecheux piensa que el sujeto-emitente no está en el origen del significado del discurso, sino que está determinado por las posiciones ideológicas puestas en juego en los procesos sociales en los que se producen las palabras (Karam, 2005).

En el apartado posterior desarrollaremos con más detalle las perspectivas mencionadas, así como de sus criterios metodológicos.

3.2.2. Los principios normativos del análisis del discurso, según Van Dijk

Para desarrollar con este apartado nos interesa rescatar los 12 principios normativos para el análisis del discurso que según Van Dijk (1997) los investigadores deben de atender para que sus trabajos sean apropiados:

1. **Texto y conversación naturales.** Aquí se evitan los ejemplos inventados o contruidos, preferentemente se utilizarán ejemplos de “datos reales”, como grabaciones de video, o audio de conversaciones o textos extraídos de los medios masivos de comunicación o del ámbito educativo. Los datos no deben de corregirse, deben de estudiarse “como son”, es decir en estrecha relación con su apariencia o uso concreto en los contextos originales.
2. **Contextos.** El discurso debería de estudiarse como una parte constitutiva de sus contextos: local y global, social y cultural porque tanto en la conversación como en los textos hay indicaciones de su pertinencia contextual. Esto nos obliga a observar y analizar detalladamente las estructuras del contexto como posibles consecuencias del discurso: las situaciones, los participantes y sus papeles comunicativos y sociales, sus metas, el conocimiento social pertinente, las normas y valores, las estructuras institucionales u organizativas, etc.
3. **El discurso como conversación.** Debido a que la mayor parte de los estudios tempranos del discurso centraba su atención en los textos escritos, ahora la mayor parte de los estudios contemporáneos se enfoca hacia el análisis de la interacción verbal que a menudo se encuentra en las conversaciones informales, y en otros diálogos formales e institucionales. Debido a esto frecuentemente se considera que la conversación es la forma básica o primordial del discurso, esto es debido al olvido en que quedó la conversación cotidiana y mundana, esto no nos debe conducir a un abandono similar al vasto dominio de los textos escritos.

4. **El discurso como práctica social de los integrantes de un grupo.** Tanto el discurso hablado como el escrito son formas de la práctica social en un contexto sociocultural. Los usuarios del lenguaje no sólo participan en el discurso como individuos, sino también como miembros de diversos grupos, instituciones o culturas. Es a través del discurso que pueden realizar, confirmar o desafiar estructuras e instituciones políticas y sociales.
5. **Las categorías de los miembros de un grupo.** Una de las prácticas más difundidas, especialmente en el análisis de la conversación, es la de no “imponer” nociones ni categorías preconcebidas propias del analista sino respetar las maneras en que los mismos miembros de un grupo interpretan, orientan y categorizan las propiedades del mundo social y su conducta dentro del mismo, incluido el discurso.
6. **Secuencialidad.** Tanto en la producción como en la comprensión de la conversación y el texto, la práctica del discurso es fundamentalmente lineal y secuencial. Lo que implica que en todos los niveles las unidades estructurales (oraciones, proposiciones y actos) deben ser descritas e interpretadas en relación con las precedentes. Esta relatividad del discurso supone además *funcionalidad*: los elementos que aparecen más tarde pueden cumplir funciones especiales con respecto a los que aparecen primero, lo que nos conduce a atender al hecho de que, tanto en los planos mental como interaccional, los usuarios del lenguaje operan de un modo lineal o permanente, es decir de una manera tentativa y posiblemente errónea pero siempre con la posibilidad de reinterpretar las actividades e interpretaciones previas.
7. **Constructivismo.** Además de secuencial el discurso es constructivo en el sentido de que sus unidades constitutivas pueden ser utilizadas, comprendidas o analizadas funcionalmente como elementos de unidades superiores y más amplias este proceso

da origen a estructuras jerárquicas. Esto vale para las formas el sentido y la interacción.

8. **Niveles y dimensiones.** Los analistas del discurso suelen analizarlo en diversas capas, dimensiones o niveles y relacionarlos entre sí. Estos niveles representan distintos tipos de fenómenos como los sonidos, las formas, los sentidos o la acción. Mientras que los usuarios del lenguaje operan estratégicamente con varios niveles o dimensiones del discurso al mismo tiempo.
9. **Sentido y función.** Los analistas y los usuarios del lenguaje persiguen el sentido. En sus procesos de comprensión se formulan preguntas como: ¿Qué quiso decir? o ¿Qué sentido tiene tal cosa en determinado contexto? Este principio tiene implicaciones funcionales y explicativas: ¿Por qué se dice o qué significa tal cosa en este momento?
10. **Reglas.** El lenguaje, la comunicación y el discurso están regidos por reglas. La conversación y el texto son analizadas como manifestaciones o implementaciones de reglas gramaticales, textuales, comunicativas o interaccionales. Sin embargo, el estudio concreto del discurso se concreta en saber cómo pueden ser violadas, pasadas por alto, o modificadas y cuáles son las funciones discursivas o contextuales que se cumplen con estas transgresiones aparentes o reales.
11. **Estrategias.** Los usuarios de lenguaje además de aplicar reglas, conocen y emplean estrategias mentales e interaccionales expeditivas en el proceso de comprensión o producción del discurso y en el proceso de consecución de sus metas comunicativas o sociales. Van Dijk compara esto con un juego de ajedrez mencionando que para poder jugar los ajedrecistas deben de conocer las reglas en primer lugar, pero al mismo tiempo recurren a estrategias, tácticas y movidas dentro de una estrategia global para poder avanzar.

12. **Cognición social.** Menos reconocido, pero no menos importante es el papel que desempeña en la producción y comprensión del texto y la conversación la cognición, es decir, los procesos y representaciones mentales. Son muy pocos los aspectos del discurso (coherencia, acción, etc.) que pueden ser comprendidos y explicados apropiadamente sin remitirnos a la mente de los usuarios del lenguaje. Además de los recuerdos, y experiencias personales de sucesos (modelos) las representaciones socioculturales compartidas (conocimientos, actitudes, ideologías, normas, valores) de los usuarios del lenguaje como miembros de un grupo, desempeñan un papel fundamental en el discurso, así como en su descripción y explicación.

3.2.3. Aproximaciones teóricas al análisis del discurso

Julietta Haidar (1998) llega a una definición del discurso en la que integra varias propuestas, en la que se considera al discurso como práctica discursiva y al cual considera como:

- 1) Un conjunto transaccional, que presenta reglas sintácticas, semánticas y pragmáticas.
- 2) Un conjunto transaccional, que presenta reglas de cohesión y coherencia.
- 3) El discurso siempre se relaciona con las condiciones de producción, circulación y recepción.
- 4) El discurso está constituido por varias materialidades con funcionamientos diferentes.
- 5) El discurso es una práctica social peculiar.

Para analizar las condiciones de **producción, circulación y recepción**, existen al menos ocho propuestas, pero su uso y articulación dependen de los objetos de estudio de las investigaciones, de los tipos de discurso y de las preguntas de investigación, aunque Haidar menciona que no es posible considerar todas en su globalidad porque haría que el modelo fuera técnicamente inmanejable.

Sin embargo, la autora comenta que de entre las tres condiciones anteriormente mencionadas es más común realizar un análisis del discurso desde la producción, debido a que es más fácil la construcción del dato en comparación con las condiciones de recepción además de que en la dialéctica de la interdiscursividad, toda producción supone una recepción.

Para dejar esto último más claro la autora indica que una relación interdiscursiva no tiene principio ni fin, que todas las condiciones de producción suponen condiciones de recepción y éstas se transforman dialécticamente en otras por lo tanto desde este punto de vista al hacer un análisis de las condiciones de producción se está realizando simultáneamente una de las condiciones de recepción (Haidar, 1998).

En función de lo anterior Haidar, propone el concepto de materialidades discursivas propuesto por Foucault, para dar cuenta de las dimensiones que participan dentro de las construcciones discursivas, concebidas como monumentos. Se trata de un proceso analítico en el que podemos observar las múltiples materialidades que constituyen los diversos discursos, también menciona que a pesar de su importancia no son consideradas por muchos modelos y que esto representa un problema analítico e indica que la categoría fue propuesta oficialmente por la Escuela Francesa de Análisis del Discurso, misma que la relacionaba principalmente con la ideología y el poder.

La autora plantea las siguientes materialidades discursivas: **lingüística, comunicativo-pragmática, ideológica, del poder, cultural, histórica, social, cognoscitiva, del simulacro, psicológica, psicoanalítica, estético-retórica y lógico-filosófica.** (Haidar, 1998, p. 132). También indica, que esta propuesta puede parecer muy abstracta y compleja y su enumeración puede ser motivo de debate debido a que toca bastantes problemáticas y funcionamientos porque se puede cuestionar su operatividad en modelos de análisis

concretos. Sin embargo, insiste en su posición debido a que en ella sintetiza los aportes más significativos del campo del análisis del discurso ya que menciona que si lo hiciera ignoraría los avances necesarios para su mejoramiento.

No obstante, propone concentrar el abordaje del análisis del discurso en ocho propuestas, expuestas brevemente a continuación:

1) **Las condiciones de posibilidad de emergencia de discursos** (Foucault).

Esta condición parte de la hipótesis de que:

“En toda sociedad, la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por determinado número de procedimientos que tienen la función de conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad”. (como se cita en Haidar, 1998, p. 122),

y se analiza por medio de tres grupos de procedimientos de control y selección: los procedimientos de exclusión, los de control interno y los de control de las condiciones de utilización.

En los procedimientos de exclusión se manifiestan tres tipos de prohibición: el tabú del objeto, el ritual de circunstancia y el derecho exclusivo del sujeto que habla; en los de control interno la separación de la razón y la locura lo que implica el rechazo a la palabra del loco (a quien se le reconoce a través de la palabra); y en los últimos, la voluntad de la verdad, la de saber que se erige como un sistema de exclusión histórico. Cada procedimiento tiene sus características específicas, mismas que tratan de determinar las condiciones de su uso.

2) **La relación entre formación social, formación ideológica y formación discursiva**
(Pecheux, Haroche, Henry).

Estas tres categorías son de carácter general y “se ubican en un nivel macro, hay una relación de implicación entre ellas pues, toda formación social genera formaciones ideológicas, que a su vez generan formaciones discursivas” (Haidar, 2006, p. 104).

La formación social se constituye por la articulación de diversos modos de producción, de los que uno es el dominante. A este se incorporan los elementos que provienen de otros medios de producción mismos que se transforman y reestructuran.

Para el análisis de cualquier formación social se debe tener en cuenta la estructura de las clases sociales y la lucha de clases (establecer las bases de las formas del Estado y la configuración de la estructura de sus aparatos). La formación social “se define en la manera en la que se articulan sus modos de producción, por la estructura de las clases sociales antagónicas, por la superestructura existente y la forma del estado” (Haidar, 1998, p. 125).

Para comprender la formación ideológica e institucional hay que tener en cuenta el concepto de ideología, mismo que tiene dos significados en los textos clásicos: el de falsa conciencia o distorsión de la realidad, y el segundo lo define como conciencia verdadera, por la cual los hombres se dan cuenta de los conflictos sociales en un sentido amplio.

La autora considera que lo más prudente es definir lo ideológico como un fenómeno complejo en el cual existen dos polos que van desde la falsa conciencia hasta la verdadera conciencia, abarcando así ambos opuestos. Existen diversas posiciones respecto a este término, los principales responsables de estas tendencias son Gramsci y Althusser. La primera se relaciona con la lucha de clases y adquiere diversos aspectos como la vinculación con la hegemonía. Mientras que, en la althusseriana, la ideología se genera en el mismo proceso de producción capitalista y tiene como función convertir a los individuos en sujetos para reproducir las relaciones de explotación dominantes.

Haidar sintetiza que la eficacia social de la ideología produce dos tipos de efectos: el de reconocimiento y/o convencimiento de los destinatarios, y menciona que cuando se plantea la eficacia en términos de los efectos ideológicos es necesario remitirse al tema de los efectos discursivos, pues las prácticas discursivas son materia prima de lo ideológico (Haidar 1998).

La formación ideológica puede ser analizada en varias dimensiones incluidas la capacidad hegemónica, (la que tiene y la que se desarrolla) por tipos de aparatos ideológicos que estructura, definiendo sus relaciones con el Estado, determinando los recursos y vectores para la difusión de la ideología que en ellos produce y por las formas que adquieren las redes ideológicas que constituyen una forma concreta del funcionamiento ideológico. Los aparatos ideológicos se encuentran atravesados por la lucha de clases al menos desde tres aspectos: por su composición objetiva, por su composición subjetiva y todo apartado ideológico debe de oponerse a otros para extender su propio discurso y conformar su público.

Para concluir con la cuestión de la ideología debemos mencionar que toda formación discursiva se define por la relación interna que se establece con su exterior específico, que son los aparatos de hegemonía, que se refieren a las posiciones ideológicas de clase y a la base lingüística constitutiva de la reproducción/transformación de una vida social. Pero no es pertinente considerar la formación discursiva dominante como homogénea y sin contradicciones, pues en una sociedad clasista definida por la lucha de clases, es imposible no considerar la contradicción como un principio analítico.

Finalmente la categoría de formación discursiva tiene origen en la propuesta de Foucault en *Arqueología del Saber*, retomada por Pecheaux, permite redefinir las condiciones de producción relacionadas con un análisis histórico de las contradicciones ideológicas, es decir “la categoría de formación discursiva” permite superar las ineficiencias de la de condiciones

de producción y destacar el efecto de las contradicciones ideológicas de clase en la materialidad de los discursos (Haidar, 2006, p. 130).

Una formación discursiva es lo que, en una formación ideológica dada, a partir de una posición dada en una coyuntura determinada por el estado de lucha de clases, determina lo que se puede y debe ser dicho, la noción de esta categoría sería que una misma expresión y una misma proposición, pueden recibir distintos sentidos ya sea que hagan referencia a una determinada formación discursiva.

Haidar sintetiza la descripción de esta categoría indicando que la formación discursiva se determina por una formación ideológica con la que establece una relación que puede ser compleja o contradictoria, una formación discursiva puede tener relación con otra y ser analizada desde la dimensión de interdiscurso, y el intradiscurso.

De acuerdo a Ana Soledad Montero (2014), Pecheux sostiene que el primer concepto se asocia con el de memoria discursiva, que hace referencia a un conjunto complejo, preexistente y anterior, que se constituye por series de tejidos de indicios legibles, que constituyen un cuerpo socio-histórico de huellas, “el termino interdiscurso caracteriza a esas huellas como materialidad discursiva exterior y anterior a la existencia de una secuencia dada en la medida en que esa materialidad interviene para constituirarla” (como se cita en Montero, 2014, p. 251).

en cuanto a la segunda dimensión, hace referencia “al sistema de relaciones de substitución, paráfrasis, sinónimos que funcionan entre los elementos lingüísticos de un texto” (Haidar, 2006, p. 231).

3) **Las formaciones imaginarias** (Pecheux).

Dependen directamente de las formaciones discursivas, y estas a su vez, de las formaciones ideológicas. Esta propuesta se relaciona con la anterior pues trata sobre las relaciones imaginarias que operan en cualquier discurso. Los sujetos del discurso (emisor y receptor) están representados en los discursos, pero transformados por relaciones imaginarias de varios tipos que se pueden ejemplificar con el siguiente recuadro:

Formaciones imaginarias	Significado de la expresión	Pregunta implícita cuya respuesta subyace a la formación imaginaria correspondiente
A [Ia (a) [Ia (b)	Imagen del lugar de A para el sujeto colocado en A <hr/> Imagen del lugar de B para el sujeto colocado en A	¿Quién soy yo para hablarle así? <hr/> ¿Quién es él para que yo le hable así?
B [Ib (b) [Ib (a)	Imagen del lugar de B para el sujeto colocado en B <hr/> Imagen del lugar de A para el sujeto colocado en B	¿Quién soy yo para que él me hable así? <hr/> ¿Quién es él para que me hable así?
A – Ia (r) B – Ib (r)	Punto de vista de A sobre R (referencia) <hr/> Punto de vista de B sobre R (referencia)	¿De qué hablo así? <hr/> ¿De qué me habla así?

(Elaborado a partir de un ejemplo de Pecheaux en Aguilera, (2003) y Pecheux en Haidar, 1998).

De acuerdo a Pecheux (citado en González, 2002, p. 15) Las formaciones imaginarias pueden ser comprendidas como las imágenes que hace un sujeto de su propio lugar, y del lugar del otro. Jakobson afirma que (como se cita en González, 2002, p. 15) Pecheux (1978) establece la existencia de las relaciones imaginarias en los procesos discursivos a partir de los factores

constitutivos de todo acontecimiento del habla cada uno de los sujetos protagonistas de un discurso (emisor – receptor) “construye relaciones imaginarias de sí mismo, del interlocutor y del tema al que se le hace referencia” (González, 2002, p. 15). Podemos interpretar lo anterior como una predisposición a determinada respuesta al discurso por parte del enunciante al sujeto receptor o esperando que el último reaccione de la misma manera que él lo haría, es decir, se vislumbra a sí mismo en el receptor.

4) **Relación discurso - coyuntura** (Regine Robin).

La coyuntura es la condición de producción y recepción de un discurso más trabajada y difundida. Haidar (1998) menciona que esto quizá se deba a que se origina de la sociología política y de historia aunado a que casi todas las propuestas utilizan de algún modo la dimensión coyuntural. Para Robin (como se cita en Haidar, 1998) Esta relación no puede ser establecida directamente, sino que pasa por la reflexión sobre la formación ideológica y discursiva y por lo tanto tiene que ver con los aparatos hegemónicos.

La huella de la coyuntura puede ser encontrada en los discursos a partir de ciertos efectos: el efecto de lo real, el de identificación con base a lo léxico y el efecto de desconocimiento / reconocimiento.

Haidar (1998), menciona que Regine Robin define los discursos como prácticas sociales reglamentadas e institucionalizadas, que son los dos componentes fundamentales de los aparatos hegemónicos. El efecto de coyuntura se manifiesta de las siguientes maneras:

- a) A través de la imposición de censuras, tabúes, empleos obligatorios de palabras, sintagmas o enunciados, como pueden ser ejemplos, las palabras democracia, revolución, etc.

- b) Mediante estrategias discursivas, entre las cuales se pueden destacar las argumentativas.

Además, menciona que en toda producción discursiva operan las siguientes restricciones:

- 1) Restricciones provenientes de la formación ideológica, la discursiva y la imaginaria.
- 2) De poder: procedimientos de control del discurso (Foucault).
- 3) Restricciones lingüísticas: reglas de competencia lingüística, que implican los niveles, fonológico, morfosintáctico y léxico-semántico.
- 4) Restricciones pragmático-comunicativas: reglas de interacción verbal
- 5) Restricciones discursivas o textuales: tipos de discurso, estilos discursivos, códigos retóricos. (Haidar, 1998).

De acuerdo a Haidar (1998) es necesario hacer consideraciones de orden metodológico: la relación adquiere mayor o menor posibilidad de acuerdo con los tipos de discurso, por ejemplo, el discurso político es más articulado a la coyuntura, por lo que es más censurado y restringido, mientras que en los discursos literarios y míticos la aplicación de esta categoría no es pertinente.

El discurso también hace parte de la coyuntura pues forma parte de la misma, pero su separación tiene pertinencia analítica pues los discursos son prácticas fundamentales de la misma.

Para llevar a cabo un análisis más completo se deben de considerar no sólo los efectos que tiene la coyuntura sobre los discursos, también hay que tener en cuenta el efecto del discurso sobre la coyuntura.

- 5) **Las gramáticas de producción y recepción** (Verón).

Todo discurso social lleva las huellas de sus condiciones de producción, pero esta atribución a veces se vuelve opaca ya que algunos culpan a la ideología, otros al inconsciente, e incluso a la mala intención. Bitonte (2005) retomando a Verón y Escudero, responsabiliza al reconocimiento, divulgado por este autor, que lo vincula a la actividad de la lectura.

El reconocimiento supone advertir cierta jurisdicción ajena al propio discurso y cierta profesión de respeto que puede llegar incluso al agradecimiento. (Bitonte, 2005, p. 31).

El proyecto teórico de Verón (como se cita en Bitonte, 2005) es opuesto al modelo positivista, encarnado sobre todo por Saussure y prolongado en los desarrollos de la teoría comunicacional.

Por lo tanto, en la concepción del sujeto propuesta por la teoría de los discursos sociales la unidad de análisis, no es el sujeto hablante sino el actor social. El sujeto hablante no es la fuente del sentido, sino más bien el punto de pasaje en la circulación del sentido, relevador en el interior de un tejido de prácticas discursivas. Verón indica que: “La unidad de análisis no puede ser otra que la interdiscursividad, es decir, aquella del intercambio” (como se citó en Bitonte, 2005).

El concepto de desfasaje supone un doble matiz: temporal e ideológico que, para algunos autores como Eco, Hall, y Bettetini, supone una cuestión cultural. Bitonte (2005), sostiene que, de acuerdo a Verón, este problema se resuelve en función de la lógica de las azarosas trayectorias entre espacios mentales, que determinan universos de contextualización y recontextualización de los discursos.

La teoría de la discursividad de Verón propone comprender al sistema productivo de discursos como “la articulación entre la producción y el reconocimiento de los discursos, gestados a través de la interrelación entre tipos, géneros y estrategias discursivas” (Romeu,

2011, p. 117). Esta tesis sostiene que no puede haber producción de un discurso sin un reconocimiento previo que asegure la recepción del mismo; por lo que en palabras de Verón la producción se relaciona íntimamente con la recepción y la regulación que ejerce sobre la producción y viceversa. (Romeu, 2011).

Esta teoría da cuenta de la forma en que el discurso logra garantizar sus efectos a nivel social, “en términos de comprender lo discursivo como formas de institucionalización del sentido, en las que el discurso deviene como punto de partida para la comprensión del mundo” (Romeu, 2011, p. 118). El “pragmatismo radical” del autor se articula con dos dimensiones propias del análisis del discurso: la sincrónica y la diacrónica, en ambas los discursos sociales refieren a su condición de ser reconocidos para poder ser producidos y viceversa. Esto permite pensar los procesos de producción y reconocimiento de la producción simbólica como procesos de interrelación entre lo nuevo y lo viejo, es decir, entre la producción de sentidos culturales nuevos a partir de los existentes (viejos), que en opinión de Romeu (2011) es lo que finca la continuidad y el dinamismo de la cultura.

6) La aceptabilidad del discurso (Faye).

La categoría de aceptabilidad del discurso planteada por Faye, tienen que ver con la eficacia y el carácter performativo del discurso, como practicas socio-histórico-cultural-política. La categoría de aceptabilidad puede ser homologada con la de consenso, con la eficacia del discurso. Sin embargo, Haidar menciona que, aunque estas categorías se refieran a problemáticas semejantes tienen construcciones teóricas distintas por lo que las homologaciones deben de realizarse con cuidado (Haidar, 2006). Faye (como se citó en Haidar, 2006), privilegia la dimensión discursiva de la lucha de clases afirmando que la lucha de clases está completamente entrelazada en y por lenguajes.

El efecto de la narración en la historia está vinculado estrechamente al problema de la aceptabilidad del discurso, este tiene que ver con el proceso de producción y de distribución de los lenguajes, de las narraciones ideológicas, pero este proceso no simplemente lo que enuncia es la acción referida, sino también lo que produce la acción que se está formulando, problema del carácter performativo del discurso, llevado a sus máximas consecuencias (Haidar, 2006, p. 224).

La autora toma como ejemplo el movimiento hitleriano que pasa por un proceso en el que cambia de secta racista a un movimiento extremista con motivos nacionales.

(Haidar, 2006), menciona que el lenguaje nazista contiene una prosodia oscilante entre con relación a los sentidos, que le permiten actuar como un oscilador semántico, que sirve como estrategia para la profunda estructura de sus enunciados. Este lenguaje se presenta con un alto grado de moderación, estrategia reiterativa en los discursos que explica la topografía de los argumentos.

La topografía es una estructura implícita en las narraciones, por medio de la cual los narradores se definen a sí mismos, a sus amigos y a sus enemigos (Haidar, 2006). Thompson (como se citó en Haidar,2006) menciona que el análisis de Faye sobre la aceptabilidad de la acción y del lenguaje de Hitler no es totalmente convincente, al no poder responder con claridad un par de preguntas: 1) ¿para quienes el lenguaje y la acción de Hitler se volvió aceptable? y 2) ¿por qué, y más precisamente, en qué sentido fue aceptada? En la primera debido a que Faye define la aceptabilidad en términos del pueblo alemán en abstracto, y no se define claramente para quien fue aceptable este discurso. La segunda debido a que Faye privilegia a un factor como fundamental “las características del lenguaje totalitario construido”. Para Thompson este factor es importante pero no el único ya que también existen

otros como los intereses de clase. Por lo que la categoría de aceptabilidad se debilita al no considerar los otros factores socio-culturales y privilegiar enfáticamente la dimensión de lenguajes (Haidar, 2006). La autora menciona, en concordancia con Thompson que la aceptabilidad del discurso puede ser explicada por distintos factores tales como: económicos, sociales, culturales y políticos.

7) **Los procesos de interdiscursividad** (propuesta de varios autores).

Esta propuesta analiza las condiciones de producción y de recepción del discurso, suponiendo que ningún discurso está aislado, sino que se encuentra en una cadena de interdiscursividad.

Para Pecheux (1978), la categoría que da cuenta de este problema es la de *relaciones de sentido*. Por medio de estas, todo discurso nos remite a otro, con el que establece una relación de alianza, de antagonismo, de respuesta directa o indirecta, es decir; todo discurso tiene como base algo que es previamente discursivo, que sirve como materia prima.

Para Maingueneau (como se citó en Haidar, 1998) toda producción discursiva tiene que ver con la intertextualidad o interdiscursividad, que establece el conjunto de relaciones que los textos tienen entre sí, en forma de parodias, paráfrasis, negación, etc. El discurso referido es un discurso dentro de otro discurso, y puede aparecer de forma implícita o explícita: como discurso directo, indirecto, o indirecto libre.

Para el análisis del interdiscurso, Courtine (como se citó en Haidar, 1998) introduce la categoría de *memoria discursiva*, que homologa con la de memoria histórica. Toda producción discursiva en determinada coyuntura, hace circular formulaciones anteriores, ya dichas y enunciadas, mismas que repite, refuta, transforma o deniega. Haidar menciona que en base a esto se producen efectos de memoria específicos. Esta categoría “no tiene nada que ver con la memorización psicológica sino con la existencia histórica del enunciado en el seno

de las prácticas discursivas reglamentadas por los aparatos ideológicos” (Haidar, 1998, p. 131).

Por todo lo anterior podemos afirmar junto a Courtine (como se citó en Haidar 1998), que todo proceso discursivo implica una dimensión interdiscursiva en tres dominios: memoria, actualidad y anticipación.

8) **La situación o competencia comunicativa** (propuesta de Dell Hymes y Gumperz).

En esta propuesta ofrece un enfoque cuya función es la de investigar las reglas de uso de la lengua en su medio ambiente, “es decir en los diversos contextos sociosituacionales en que se realiza la comunicación verbal de una comunidad” (Pilleux, 2001, p. 145).

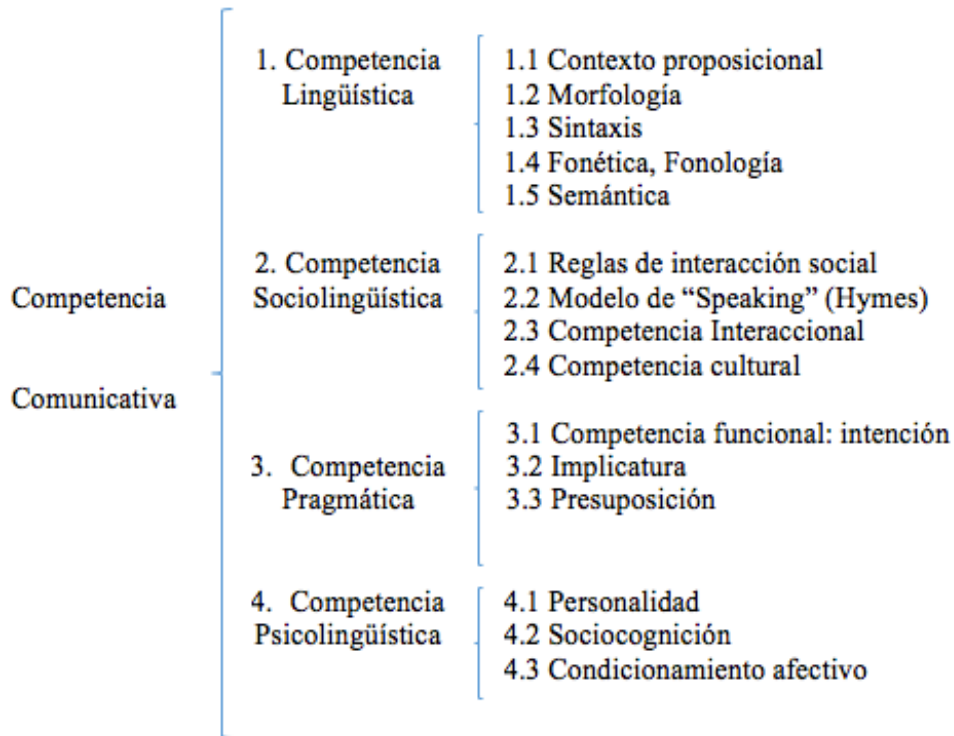
La competencia lingüística se refiere al conocimiento implícito de la lengua de un hablante-oyente, que posee un grupo de reglas limitado para producir un número de oraciones infinito en dicha lengua. Mientras que la actuación lingüística, se trata de su uso real en situaciones específicas, puede ser influida por factores psicológicos, fisiológicos, ambientales, etc. Pilleux (2001), menciona que Hymes, sostiene que la adquisición de la competencia se puede formular en los mismos términos que la adquisición de la gramática; en la matriz social en la que el niño aprende un sistema gramatical y al mismo tiempo adquiere un sistema para su uso, incluye personas, lugares, propósitos junto con actitudes y creencias vinculadas a ellos, además de aprender pautas de uso secuencial del lenguaje en la conversación, formas de tratamiento, rutinas, estándares, etc. Es en este proceso de adquisición en donde reside la competencia comunicativa, la habilidad para participar en la sociedad no solamente como un miembro parlante sino también como comunicante. Por lo tanto, un modelo de lengua además de reflejar los aspectos de competencia lingüística debe incluir los factores sociales y culturales que circunscriben al hablante-oyente en su vida social y en su comunicación.

La competencia comunicativa se comprende como un conjunto de habilidades y conocimientos que permiten que los hablantes de una comunidad lingüística se comprendan entre sí. Se trata de la capacidad de interpretar y usar apropiadamente el significado social de las variedades lingüísticas, a partir de cualquier circunstancia en relación con las funciones y variedades de la lengua y con las suposiciones culturales en la situación de la comunicación. En opinión de Pilleux (2001) Fishman es quien más se acerca a un concepto de competencia comunicativa, cuando menciona que:

Todo acto comunicativo entre dos o más personas en cualquier situación de intercambio está regido por reglas de interacción social, las que define como “quien habla a quien (interlocutores), que lengua (variedad regional, variedad de edad, sexo o estrato social), donde (escenario), cuándo (tiempo), acerca de que (tópico), con que intenciones (propósito) y consecuencias (resultados)” (como se citó en Pilleux, 2001, p. 146).

Según el autor esta definición reconoce los elementos paralingüísticos y psicológicos involucrados en la comunicación interpersonal, misma que nos permite aproximarnos a una comprensión de lo que es la competencia comunicativa.

La competencia comunicativa es una suma de competencias, incluye la competencia lingüística, la sociolingüística, la pragmática y la psicolingüística y a su vez cada una de estas está compuesta por “subcompetencias”.



Esquema disponible en (Pilleux, 2001 p. 147),

En el esquema anterior, se resumen e incluyen elementos lingüísticos, sociolingüísticos, pragmáticos y psicolingüísticos de lo que se comprende como competencia comunicativa (Pilleux, 2001, p. 147). La competencia lingüística, es lo que se conoce como gramática tradicional, con sus planos del lenguaje: morfología, sintaxis, fonética, y fonología, y semántica, y la competencia sociolingüística, incluye las reglas de interacción social, el modelo de “*speaking*” de Hymes, la competencia interaccional y la competencia cultural.

Dentro de las reglas de interacción social contamos con lo que Hymes llama la competencia o etnografía del habla que es una descripción en términos culturales de los usos pautados de la lengua y el habla. Son las reglas de interacción social de un grupo, institución, comunidad o sociedad particular, y para comprenderla debemos de ocuparnos de las siguientes cuestiones:

- a) Los recursos sociolingüísticos de una comunidad particular, incluyendo potenciales lingüísticos para su uso y significado social.
- b) Las interrelaciones y organizaciones pautadas de los diversos tipos de discurso e interacción social en la comunidad.
- c) Las relaciones de estas pautas de habla con aspectos culturales de la comunidad como: organización social, religión política, ente otros.
- d) El uso y explotación de los recursos del discurso: situación de habla, evento de habla y acto de habla

Es así que la competencia interaccional involucra al conocimiento y al uso de reglas no escritas relacionadas con la interacción en diversas situaciones comunicativas en una comunidad sociocultural-lingüística dada. Puede incluir cosas cómo el saber iniciar y continuar las conversaciones y negociar su significado con otras personas como el lenguaje corporal, el contacto visual, la proximidad de los hablantes y actuar según las reglas, mismas que varían según el contexto y la cultura.

Aquí lo que debe preocuparnos es la manera en que los individuos manejan la interacción y tratar de comprender cuales son los procesos discursivos que pueden favorecer o dificultar su producción y el dominio; cómo se resuelve el uso y defensa de los turnos entre los hablantes, cuáles son los tipos de interacción que se distinguen, cuál es comportamiento sociolingüístico empleado para ejercer el rol de autoridad en un intercambio y cuáles son las estrategias utilizadas para desafiarlo.

En cuanto a la competencia cultural, se refiere a la capacidad para comprender las normas de comportamiento a partir del punto de vista de los miembros de una cultura, así como la manera de actuar para ser comprendido en un contexto determinado esperando ser entendido.

Involucra la comprensión de todos los aspectos culturales tales como la estructura, valores y creencias y su modo de asumir como se hacen o deben de hacerse las cosas.

Es en este contexto donde adquiere pertinencia el modelo *speaking* de Hymes, que pone como relieve el concepto de la situación social, en donde cada letra representa un concepto de análisis, incluye ocho elementos que corresponden a reglas de interacción social que responden a los siguientes cuestionamientos: ¿dónde y cuándo?, ¿quién y para qué?, ¿qué?, ¿cómo?, ¿de qué manera?, ¿creencias?, ¿qué tipo de discurso?

De lo anterior se deduce la importancia de la competencia pragmática que representa un avance importante para el análisis del discurso, por las contribuciones de Austin, Searle y Grice con la distribución de los actos de habla (Pilleux, 2001). A diferencia de la sociolingüística que le daba énfasis al rol de la variación de la lengua y al contexto social, esta visión a partir de la filosofía considera a los enunciados verbales como formas específicas de acción social y no como oraciones. Pilleux (2001) incluye tres aspectos: la competencia funcional (incluyendo actos del habla), la implicación y la presuposición.

La competencia funcional es la capacidad para lograr los propósitos comunicativos en una lengua. Estos propósitos pueden ser usados para: especular, rechazar, retractarse, negar, clasificar, perdonar, felicitar, saludar, agradecer, etc. Todos estos son actos del habla y pueden tener variaciones según la cultura porque son el reflejo de diferentes sistemas de valores.

La implicatura se trata de un tipo especial de inferencia pragmática que no puede ser considerada como una inferencia semántica pues no tiene que ver con los significados provenientes de un diccionario (palabras, frases u oraciones), sino con situaciones contextuales que se vinculan con la cooperación de los participantes en una conversación. La

noción de implicatura de Grice, está basada en la distinción entre lo que se dice y lo que se implica al decir o no decir algo. Grice (como se citó en Pilleux, 2001), distingue dos tipos de implicaturas: las convencionales y las conversacionales, y aclara que la diferencia no siempre es clara.

La teoría de la implicatura de Grice esencialmente está sustentada en la manera en que la gente usa la lengua. Grice identifica cuatro máximas de conversación en las que según él son los principios subyacentes sobre los cuales se basa el uso cooperativo eficiente de la lengua, mismas que expresan el principio cooperativo basado en las máximas de calidad, cantidad, relevancia y modo. (Pilleux, 2001, p. 7)

La primera aparentemente “depende de algo adicional al significado normal de las palabras, mientras que de acuerdo a Levinson la segunda se deriva de condiciones más generales que determinan la conducta adecuada en la conversación” (como se citó en Pilleux, 2001).

Por último, la presuposición es otro tipo de inferencia pragmática, al parecer está más estrechamente unida con la estructura lingüística de las oraciones. Las presuposiciones no se pueden considerar como semánticas en un sentido literal. Son sensibles a factores contextuales, y sus significados están implícitos en ciertas expresiones además sirven para evaluar la verdad de una oración. La presuposición se soporta en la competencia psicolingüística, la personalidad de los interlocutores y el despliegue de las habilidades sociocognitivas y afectivas de los mismos.

Por todo lo anterior, Pilleux (2001) resume la competencia comunicativa como un conjunto de habilidades y conocimientos que poseen los hablantes de una lengua, mismos que les permiten comunicarse dentro de ella, dándoles la capacidad de utilizarla en situaciones, eventos y actos de habla. Todo lo que decimos y hacemos tiene un significado dentro de un

marco de conocimiento cultural. El modo en que utilizamos la lengua está arraigado en la sociocognición colectiva y es a través de ella que le damos sentido a nuestra experiencia. Por lo tanto, la competencia o situación comunicativa se conforma por las competencias: lingüística, sociolingüística, pragmática y psicolingüística, cada una con sus estructuras y funciones y es el dominio de estas estructuras y funciones lo que constituye nuestro conocimiento de la lengua.

3.3. El discurso televisivo. Rasgos principales

La televisión, es al mismo tiempo tanto un artefacto tecnológico como un sistema expresivo, capaz de transmitir, una gran diversidad de programas cuyos contenidos y formatos no suelen ser idénticos u homogéneos entre sí, dichas producciones además de obedecer a intereses económicos debido a que suelen ser pagadas con el dinero de sus anuncios publicitarios, las producciones televisivas suelen ser creadas de acuerdo a sus necesidades (contexto / país / región), cada una suele tener su propio lenguaje, discurso, público, franja horaria, etc. Parte de las principales características del discurso televisivo es que se transmite continua y directamente, debido a la diversidad de géneros (magazine, noticieros, series, telenovelas, etc.) que lo componen es necesario comprenderlo como un “macro-discurso”, que se actualiza constantemente, los géneros televisivos al contar con estructuras propias y discursos característicos, hacen de este macro un discurso autorreferente.

José Ignacio Aguaded (2000), destaca las siguientes características del lenguaje televisivo: su alcance es global, al ser una mezcla de diversos medios y lenguajes resulta en una semiótica heterogénea y compleja generando así nuevos modos de percepción y hábitos cognoscitivos, altera la separación entre lo público y lo privado y consolida una sintaxis cultural compuesta de ritmos acelerados, discursos fragmentarios, conectivos, vagos y difusos; estructuras provisionales, móviles y poco organizadas (Aguaded, 2000).

Para finalizar con este apartado se hará un breve acercamiento a algunas propuestas provenientes de diversos autores, incluidas en el texto de José Ignacio Aguaded Gómez (2000), no sin antes aclarar que, debido a su amplitud y diversidad, solo se mencionaran las que parezcan más adecuadas para los propósitos de esta investigación.

Tipos de discurso televisivo:

Hipertrófico: acumulación anárquica de información caracterizada por su redundancia, insistencia y ruido. La mediación simbólica ofrece una realidad seleccionada.

Autocontextualizado: todos los discursos que conforman la programación, “pasan a formar parte de un solo discurso autónomo y contextualizado, en función de los demás discursos, más que por la realidad externa”.

Intertextual: los actores, personajes, motivos, temas, esquemas de programación, elementos estéticos, etc. Se entrecruzan, imitan y pasan de unos a otros provocando que, aunque se disponga de muchos canales en realidad no exista diversidad.

Narrativo: tanto el cine como la televisión cuentan historias, la programación de la TV está basada en la narración, suele optar por estructuras cognitivas, literarias, y de acción y sus esquemas suelen ser simples, repetitivos, fáticos y conativos.

Autorreferencial: Hace referencia a sí mismo, a su programación, a sus personajes, historias, programas, anuncios. Dando como resultado una suplantación de la realidad a través de la imagen modificándola utilizándola como su propio autorreferente.

Manipulador: convierte la realidad en un producto.

Incesante: La multiplicidad de canales (televisión, abierta, y de paga), aumenta el poder de penetración y sintonización del medio con las necesidades del público, haciendo de la televisión un torrente constante de todo tipo de contenidos audiovisuales.

Paradigmático: la televisión se conforma de todos los públicos, clases sociales, escenarios, del mundo real y de los mundos posibles constituyendo una articulación de todos los lenguajes y de todos los discursos (Aguaded, 2000).

En el próximo apartado, se abordará con más profundidad los detalles concernientes a la parte textual y lingüística del discurso televisivo.

3.3.1 Propiedades lingüísticas

En razón del sesgo de la lingüística tradicional hacia el enfoque hablado, el aspecto visual del discurso a menudo fue omitido en los estudios del discurso (Van Dijk, 1997). Sin embargo, se hace hincapié en que un análisis de las dimensiones visuales del discurso es indispensable principalmente en estos tiempos a los que Van Dijk nombra como “tiempos de comunicación multimedial. “El estudio de la publicidad de los programas de televisión exige el uso de un enfoque multimedial o *multimodal*” (Van Dijk, 1997, p. 28).

En el discurso hablado los discursos no ocurren aislados, habitualmente estos se encuentran acompañados por diversas actividades no verbales, como lo son los gestos, las expresiones faciales, la posición del cuerpo la proximidad, los aplausos y las risas, estas acciones que acompañan a las conversaciones requieren un análisis del papel que juegan en el suceso de la comunicación como una totalidad. La actividad no verbal desempeña un papel importante en la interpretación del sentido y de las funciones del discurso en la interacción cara a cara y en la comprensión del discurso en las películas o en nuestro caso en la televisión ya que el estado de ánimo del interlocutor se manifiesta en la elección particular de sus palabras, en el

volumen, altura o entonación de los sonidos que emite y también en la expresión de su cara y en su gesticulación.

Hablar de los aspectos auditivos, visuales y corporales del discurso presupone una diferenciación bien conocida por los usuarios del lenguaje y por los analistas del discurso, misma que establece un par de modalidades distintas del discurso: la conversación y el texto. La primera comprende las conversaciones cotidianas y otros tipos de diálogo, como los debates parlamentarios, las reuniones de cuerpos de colegiados o la interacción entre un médico y su paciente. El texto o discurso escrito, define un conjunto grande de tipos de discurso que puede comprender: las noticias de los diarios, los artículos académicos las novelas, los libros de texto y la publicidad, por ejemplo.

De esta manera, podemos afirmar que las imágenes y conversaciones contenidas en un programa televisivo son también un discurso.

La narración es una estrategia para sobrevivir imaginar y resistir la vida, se trata de una estrategia de seducción para mantenerse con vida. De acuerdo a Omar Rincón (2006), ahí radica la importancia cultural y comunicativa de la narración ya que le mundo deviene de ella, se trata de un minimalismo encantador pues la vida de un sujeto resume el destino de todos los hombres; el todo social adquiere un sentido en una historia particular.

La narración es una forma de pensar, comprender y explicar a través de las estructuras dramáticas; cuentos contados (o en nuestro caso melodramas), que tienen un comienzo, nudo y desenlace, historias de un sujeto que busca una meta, pero se encuentra con diversos conflictos que le impiden llegar al objetivo, al final se supera el objetivo y la suerte cambia (Rincón, 2006, p. 89).

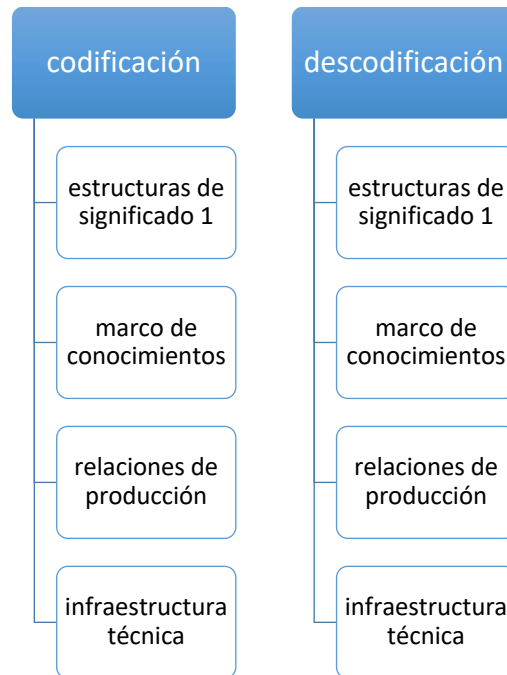
De acuerdo a Lorenzo Vilches (1993), la televisión aparece con gran evidencia como una fusión de formas culturales y de instituciones sociales que le preceden, sus mensajes solo pueden comprenderse a través de las formas culturales y las competencias (de los espectadores).

El mensaje solo forma parte de un proceso más complejo en la comunicación. Las estructuras e instituciones de la televisión, con sus prácticas y cadenas de producción, relaciones de organización y sus infraestructuras técnicas con las que producen el mensaje (Vilches, 1993, p. 98).

Hall (como se cita en Vilches, 1993) sostiene que la producción construye el mensaje.

Para Stuart Hall el discurso televisivo (en *Encoding / Decoding*), el discurso televisivo es capaz de transformar la cuestión de la comprensión del contenido en la televisión. Hall afirma que este paradigma debería de servirnos para comprender cuestiones como la recepción de la audiencia, la lectura del mensaje y la respuesta de la audiencia.

Diagrama elaborado a base de la propuesta de Hall (como se citó en Vilches, 1993, p. 99):



Vilches (1993), indica que: Hall citando la autoridad de Gerbner, sostiene que la representación de la violencia en la televisión no es violencia en sí, sino mensajes de la violencia. En este caso tomando este comparativo como ejemplo para el tema de este trabajo, se puede argumentar que los mensajes de religiosidad no son o no pueden ser considerados como religiosidad en sí, sino que se trata de mensajes de este concepto.

La aportación de la semiótica tanto en sus vertientes anglosajona como europea puede representar un impulso crítico esencial a la investigación de la televisión:

A uno y otro lado de la cadena de comunicación el uso del paradigma semiótico promete desvanecer el prolongado conductismo que ha obstinado a la investigación de los mass media por mucho tiempo, especialmente en el tema de los contenidos (Hall como se citó en Vilches, 1993, p. 99).

(Vilches, 1993) indica que el mérito de este paradigma no solo consiste en aplicar la teoría semiótica a la estructura comunicativa, sino también analizar, a partir de la explicación de los términos de “significación y discurso televisivo, conceptos centrales de la semiótica de la comunicación, entre ellos el *signo icónico*, el escaso rigor teórico con que se ha usado la distinción entre connotación y denotación, y la pertinencia de la relación *competencia / performance*”.

Hall (Vilches, 1998), analiza el concepto de signo televisivo remitiéndose al signo *icónico* de Pierce (1965 - 1966), nos recuerda que la realidad existe fuera del lenguaje, pero es constantemente mediatizada por él.

En cuanto al signo televisivo, es vulnerable a ser leído como natural, es decir, debido a lo transparente de su carácter estamos tentados a leer mal la imagen por la cosa que significa en sí. De acuerdo a Hall, la confusión de la teoría lingüística al definir los términos de *connotación y denotación*.

Vilches afirma que el termino *denotación* usualmente se utiliza para expresar el sentido literal, como algo producido sin código alguno, en cuanto al termino *connotación* depende de una mayor participación del código. Los niveles connotativos son los que producen el funcionamiento polisémico de los mensajes, no son iguales para todos y cada cultura impone sus propias significaciones dominantes. “Por eso no pueden disociarse las reglas formales y los códigos televisivos de las reglas sociales y culturales que crean el uso de esas reglas” (Vilches, 1993, p. 100). El autor menciona también que la ideología en el sentido *althusseriano* de la representación imaginaria de las relaciones de los individuos con sus condiciones reales, es un sistema de codificación. La forma en que cada cultura codifica sus signos constituye verdaderos mapas de significación, la forma en que los individuos los

aplican constituye reglas de competencia cultural que se amplían en cada caso (*performance*) y la forma de interpretar estas reglas constituye los sistemas de descodificación de los espectadores.

Por lo tanto, el mensaje televisivo debe de estudiarse como un texto y no como un conjunto de significados separados.

Siguiendo con la propuesta del autor, Humberto Eco en su tratado de semiótica general (1975), afirma que no se debe de hablar de *códigos ni mensajes* como se afirmaba en 1965, sino de textos y que el concepto de “codificación aberrante” de Perugia, debía tomarse como garantía de la pluralidad cultural y la libre interpretación del destinatario. Vilches (1993) sintetiza las palabras de Eco de la siguiente manera:

- A) aquello que llamamos “mensaje” es de hecho un texto en el que convergen mensajes basados sobre diversos códigos.
- B) Existen reglas discursivas y tipologías textuales. Es necesario saber cuáles son aquellas dominantes en continuidad de receptores dados.
- C) Estos textos tienen sin embargo *estructuras* universales que podrían funcionar en todos los niveles, aun cuando todos los emisores sean inconsistentes.
- D) Las reglas textuales pueden variar de grupo a grupo, de un lugar a otro y de un tiempo a otro.
- E) Esto explicaría por qué muchas encuestas que reflejaban incompreensión de los mensajes, en realidad estaban testimoniando aquello que Fabbri llama “participación distanciada”.

La semiótica audiovisual prestaba poca atención a problemas fundamentales de la actividad comunicativa mismos que determinan el proceso de producción de medios,

tales como el texto, las competencias diversas de los participantes en la comunicación textual, las gramáticas y las reglas textuales capaces de determinar la recepción o lectura de mensajes y, sobre todo la posible relación interlocutora entre el autor y el lector del texto. La semiótica, al entrar en el área de una pragmática textual que pone como condición misma de la existencia del texto su comunicabilidad, se pone al día con los esfuerzos de la sociología, la antropología y la semántica para profundizar en los mecanismos generales de la significación, en las estructuras lógico-semánticas que subyacen en los diversos medios de comunicación.

3.3.2. Propiedades visuales del discurso televisivo.

Lorenzo Vilches (1984), menciona que tanto una fotografía, un filme o un programa de televisión no son espejos de la realidad, ninguna imagen es un espejo virgen, pues en él se halla previamente una imagen del espectador, en la comunicación de masas “las imágenes se transmiten en forma de espejos culturales que contienen un mundo real o posible, incluyendo la imagen del espectador” (Vilches, 1984, p. 9). Es decir, no se puede considerar una imagen como a la realidad misma pues es solo un fragmento de la misma y puede ser elegido o manipulado según las necesidades de aquellos que la producen, el autor también menciona que los textos visuales son un juego de diversos componentes formales y temáticos que obedecen a un conjunto de reglas y estrategias precisas durante su elaboración.

Vilches (1984) indica también que el juego textual se realiza a través de tres componentes:

- 1) la manipulación de las formas y técnicas que constituyen los elementos audiovisuales por parte de un realizador ya sea individual o colectivo denominado lector, 2) la puesta en escena de un producto complejo, pero formalmente coherente que constituye propiamente al texto y 3), su recepción activa por un destinatario individual o colectivo denominado *lector* modelo.

Al mismo tiempo el autor menciona que el texto es algo definitivo dentro del juego comunicativo en cuanto se da como un producto acabado (las categorías de emisor-autor y destinatario-lector permanecen estructuralmente invariables), “pero es la imagen del texto, es decir las múltiples y diversas versiones que los usuarios pueden hacer de un producto *massmediético* lo que constituye la incorporación dinámica, de lo que Humberto Eco ha denominado el *lector in fabula*” (Vilches, 1984, p. 11).

En el análisis de un texto ya sea filmico o televisivo se generan dos puntos de vista inseparables: el nivel de la situación comunicativa, cuyo estudio es competencia de la pragmática, y una porción textual estudiada por la semántica, sin embargo, es la imagen que el lector tiene del texto la que le indica cómo se asumirá el contenido y su forma.

Vilches (1984) afirma que Barthes, define a la imagen como aquello en que lo que el espectador está excluido, así mismo menciona que para Metz (en el terreno inconsciente), la diferencia entre el espejo y la imagen es que ésta no remite jamás al propio cuerpo del espectador. Es decir, aunque se trate de una representación de la realidad no puede ser considerada como tal.

De acuerdo a Vilches, el discurso televisivo se caracteriza por tratarse de una producción en la que intervienen tanto factores humanos como técnicos, los usos y significados de la imagen al parecer dependen de la variedad de representaciones de una sociedad que influyen sobre las modalidades de su transformación. Es decir, varían entre una sociedad y e incluso de una clase social a otra.

El autor menciona también que la imagen tiene significación porque las personas se preguntan sobre su significado, al parecer la fotografía y la realidad son una pareja

indisociable no solamente en la historia de la reproducción icónica. “El realismo icónico se halla anidado en el hacer mismo de los fotógrafos” (Vilches, 1984, p. 14).

La fotografía se conforma por un conjunto de procesos productivos influidos por factores como el tipo de luz ambiente, la óptica utilizada, tiempo de exposición y apertura del diafragma, etc., (criterios de motivación). El contenido es analizado por el lector dentro de un campo de posibles inferencias que tiene a su disposición, estas son seleccionadas de acuerdo a su competencia perceptivo – visual, relacionándolas con un significado o contenido al no ser posible observar por completo todo el contenido del que se extrae una imagen la parte invisible se sustituye utilizando la experiencia perceptivo – cultural. El verdadero contenido de una fotografía es por tanto su relación con una expresión icónica y plástica y no con su objeto causal.

Para iniciar la comprensión del discurso televisivo podemos tomar en consideración que, aunque no se compone de imágenes estáticas, su composición audiovisual comparte en elementos en común con la fotografía e igualmente, se conforma por un conjunto de procesos de producción cuyo resultado final será decodificado de acuerdo a la competencia perceptiva visual y cultural de sus lectores / receptores.

Para Eco, los signos icónicos tienen un carácter convencional y la historia del arte probaría que el artista ha inventado reglas de transformación de los signos icónicos para expresar los contenidos de la realidad. No es el objeto el que motiva la organización de la expresión sino el contenido cultural (Vilches, 1984, p. 21).

Las propiedades de los objetos son significantes de otras propiedades y un significante tiene siempre un terminal físico, significante y significado no se correlacionan arbitrariamente sino por una interacción dialéctica.

Según Eco representar icónicamente un objeto es transcribir según convenciones gráficas, propiedades culturales de orden óptico y perceptivo, de orden ontológico (cualidades esenciales que se atribuyen a los objetos) y de orden convencional; es decir el modo en que se acostumbra representar los objetos (Vilches, 1984, p. 22).

Es importante comprender estas definiciones ya que, aunque en esencia no se centran por completo al discurso de la TV, forman parte de su estructura y pueden ser de gran utilidad para comprender la intencionalidad de su mensaje.

Maldonado (Vilches, 1984) indica que la iconicidad es una constante que no puede ser negada como una forma de conocimiento del mundo, construimos modelos de realidad gracias a que aprendemos ciertas operaciones por su relación icónica con ella. Maldonado parte de la teoría de la modelización de Wittgenstein, según la cual toda proposición se muestra en una imagen modelo *la proposición es el modelo de realidad tal como la pensamos*. “La mente construye modelos que se adecuan por semejanza a la realidad objetiva, en ese sentido los iconos son proposiciones de imágenes” (Vilches, 1984, p. 25).

De acuerdo a Wittgenstein (Vilches, 1984) debido a la falta de respuesta del cómo funcionan los modelos de realidad, pone en duda la teoría del modelo, principalmente el concepto de “representación “observando que hay una mediación concreta, presuposiciones de contexto y convenciones culturales; todo esto se da en el nivel de análisis de fotografías, dibujos, etc., al tratar de observar que ocurre con el espectador cuando mira una imagen o en este caso dado nuestro objeto de análisis producto audiovisual.

La comprensión entre dos actores no es posible en un modelo ostensivo de comunicación a menos que existan reglas pre establecidas que rijan la relación entre ellos.

Ostensión:

Wittgenstein (Vilches, 1984) afirma, que si con la palabra o significado se designa el objeto que corresponde a la palabra, entonces la palabra es empleada en modo contrario al uso lingüístico. Lo que quiere decir: intercambiar el significado de un nombre con el portador del nombre. Si el señor X muere, se dice que ha muerto el portador del nombre, no su significado y sería insensato hablar de este modo ya que carecería de sentido decir el señor X ha muerto.

La ostensión es importante para nuestro objeto de estudio pues para comprender el discurso televisivo debemos de tener en cuenta que sus mensajes son producto de un conjunto de contenidos que ocasionalmente sustituyen nombres por objetos, incluso podrían cargarles más de un significado por ejemplo un cuadro con una imagen de la Virgen de Guadalupe (además de representarse a sí mismo como un objeto), puede servir como referente al juicio o intervención divina, al guadalupanismo, el folclore, a las raíces culturales etc. La imagen por si misma es una forma vacía y se necesita competencia referencial e interpretativa para darle significado pues más allá de las relaciones generales que establece, es necesario que sea llenada de contenidos, experiencia, relaciones geométricas parentales etc., la imagen es comprensible por medio de reglas y consensos culturales, no es posible establecer semejanzas entre objetos sin reglas, para Eco (Vilches, 1984), si Wittgenstein acepta esto es porque acepta también la noción de interpretante pierciano, según la cual es siempre un signo el que aclara el significado del objeto, “una imagen remite a un objeto, o a un dato cultural” (Vilches, 1984, p. 27).

Finalmente, Vilches menciona que, para Eco, los términos que se debe plantear la discusión sobre el iconismo son los siguientes: la relación entre los signos y los objetos o, al contrario, entre los signos y las reglas de contenidos culturales que filtran la conexión con los objetos. El interés debe de centrarse en estudiar la taxonomía del contenido.

Para continuar con el apartado sobre el análisis del discurso televisivo se tomará como apoyo la noción de la imagen como texto de Lorenzo Vilches para así tener una definición más clara de cómo interpretarla como parte esencial del discurso. El autor destaca que la semiótica se ha empeñado principalmente en el estudio del signo y la relación entre distintos signos. El signo ha encontrado su complejidad bajo el concepto de relación ampliando así su campo teórico: el plano del significante se convierte en el plano de la expresión; y el plano del significado se convierte en el plano del contenido. De acuerdo al autor, con esto el signo pierde la rigidez de la dicotomía o “doble cara”, a fin de asumir la significación como acto que pone en movimiento, que une dos términos: significante y significado. En base a lo anterior podremos considerar al discurso televisivo como un conjunto de textos audiovisuales que estructuran cierta cantidad de mensajes explícitos o no, cuyos significados pueden ser previamente preconcebidos en el proceso de producción, dichos elementos conforman un contexto, mismo que le da forma al discurso que será transmitido en el producto final.

La noción de texto actualizada por Meltz a partir de Mjelmsev (Vilches, 1984), se halla ampliamente teorizada por la lingüística textual y la pragmática que lo han seleccionado como objeto de análisis, los elementos más importantes a destacar son:

Debe de considerarse al texto como un medio privilegiado de las intenciones comunicativas. Es a través de la textualidad donde es realizada no sólo la función pragmática de la comunicación, sino también donde es reconocida por la sociedad.

Se trata de todo un discursivo coherente por medio del cual se llevan a cabo estrategias de comunicación. De ahí su carácter de proceso comunicativo capaz de aceptar tanto los signos lingüísticos como los no lingüísticos.

Schmidt (como se citó en Vilches 1984) postula que texto es *el trazo de la intención concentrada de un locutor de comunicar un mensaje y de producir un efecto.*

De acuerdo a lo citado el discurso (al ser conformado por textos audiovisuales), tiene como característica la intención de comunicar y transmitir un mensaje determinado, independientemente de la decodificación que le dé el destinatario final.

Finalmente, para comprender el discurso televisivo consideramos que es necesario tomar en cuenta el punto de vista de los estudios culturales, en los que se menciona que este se encuentra ligado con la ideología, de acuerdo a lo previamente mencionado, se conforma por un conjunto de procesos de producción que implican una selección de contenidos audiovisuales, mismos que no necesariamente conforman una representación no distorsionada de la realidad.

De acuerdo a Guillermo Orozco (1994), algunos investigadores dentro de la perspectiva marxista desarrollaron una concepción de la televisión como una fuerza generadora de “aparatos ideológicos de estado” tomando como centro de análisis fundamental el concepto de hegemonía de Gramsci.

Esto ha llevado a entender el rol social de la televisión más que como uno de reproducción, como uno de producción, en el sentido de producir los significados para significar la realidad. A través de su rol productivo entonces, la televisión produce y no solo reproduce la ideología dominante (Orozco, 1994, p. 24).

De acuerdo al autor para mostrar el rol de la televisión en la producción de significados culturales es conveniente explicitar los puntos de mayor contacto y divergencia entre las perspectivas reproductivas y productivas, “el mayor punto de contacto entre ambas perspectivas es la aceptación de que la producción de significados dentro de una cultura

conlleva una reproducción de los significados dominantes” (Orozco, 1994, p. 25), la principal diferencia consiste en el rol que se le asigna al sujeto en la producción cultural, Varenne (como se citó en Orozco, 1994), sostiene que dentro de esta perspectiva se reconoce la existencia de una actividad creativa de los sujetos en la generación y apropiación de su cultura, es decir, dentro de la perspectiva de la producción cultural no se niega la existencia de la reproducción de los significados dominantes, sino que se reconoce a los sujetos un proceso activo y no solo mecánico o determinado en esa reproducción (Willis como se citó en Orozco, 1994, p. 26). Los límites de esta reproducción son marcados por la propia cultura en especial por sus significados dominantes, Orozco citando a Varenne indica que, dentro de la perspectiva de producción, la reproducción de la ideología dominante no se realiza a través de la reproducción de significados concretos sino con la conformación y limitación de la creatividad misma. Finalmente, el autor sintetiza esta idea indicando que la televisión como institución cultural en la sociedad no reproduce significados, sino que crea los propios, sin embargo, dicha creación no es independiente de la propia cultura ni de los significados dominantes. La televisión reproduce los patrones y significados culturales a través de la creación de nuevos significados que participan en las determinaciones dominantes, con esto se debe de entender a la televisión y a los medios de comunicación, más que como un aparato ideológico sino como instituciones culturales, participantes de las determinaciones ideológicas dominantes (Orozco, 1994).

Teniendo en cuenta lo antes citado podemos entender al discurso televisivo como una producción y no una reproducción mecánica de la realidad, produce significados para significar la realidad, produce y no solo reproduce ideología.

Tomando en cuenta lo anterior podemos concluir que el discurso televisivo se conforma por un conjunto de recursos técnicos e ideológicos que estructuran y crean mensajes que pueden

ser utilizados como refuerzo para afirmación y difusión de la cultura dominante, aunque debemos de tener claro que esto no quiere decir que todas las producciones televisivas sean diseñadas con este propósito, además se debe de tener en cuenta que los mensajes que se transmiten a través del televisor son interpretados de manera distinta y hasta cierto punto independiente por cada receptor, la decodificación de los textos transmitidos puede variar de acuerdo a los niveles cognitivos, socio-económicos y culturales de cada individuo.

Finalmente debemos de tener en cuenta los detalles técnicos que en conjunto con lo previamente mencionado le dan vida al lenguaje de la televisión, mismos que se resumirán en lo posible dentro de este apartado.

La relación entre texto y discurso visual es estrecha, las nociones de secuencialidad y temporalidad son la base de toda comunicación ya sea visual, lingüística o gestual, la primera tiene que ver fundamentalmente con la coherencia textual visual, la temporalidad se relaciona estrechamente con el elemento discursivo y con la competencia del lector, “las nociones teóricas entre ambas son necesarias para la construcción teórica de la noción de texto visual” (Vilches, 1984, p. 72). Esto quiere decir que es fundamental para nuestro trabajo tener en cuenta que estos dos elementos forman parte esencial del texto audiovisual.

De acuerdo a Vilches la imagen televisiva resulta entonces pertinente a condición de que exista una diferenciación entre el plano expresivo y el soporte electrónico.

3.3.3. La propuesta conceptual de la semiótica discursiva para el análisis del discurso televisivo

La propuesta de la semiótica discursiva propuesta por Gunther Kress, Regina Leithe-García y Theo van Leeuwen (1997), sirve como punto de partida para llevar a cabo un análisis discursivo acorde a los intereses de este trabajo, ya que para realizarlo no sólo es necesario tomar en cuenta los elementos lingüísticos de las muestras seleccionadas, pues al tratarse de

un producto televisivo, es necesario tomar en cuenta su mensaje además de componerse de códigos y signos lingüísticos, este se conforma también por elementos audiovisuales; cabe destacar que teoría de estos autores, no se centra en elementos como la estética y los sonidos. Sin embargo, debido a que nuestro objeto de estudio se enfoca en un producto de carácter audiovisual, en caso de ser necesario para los objetivos, no se descarta tomar en cuenta los elementos técnicos relacionados con el montaje (estética, tomas, propuesta sonora, etc.) para la propuesta analítica.

Gunter Kress y Regina Leite-García y Theo van Leeuwen (1997), indican que la idea de sentido común de que la lengua tanto oral como escrita es el medio exclusivo de representación y comunicación se encuentra bastante arraigada en las sociedades occidentales alfabetizadas. Esto resulta ser de sentido común en nuestra vida cotidiana, pues en las humanidades nada iguala el prestigio de las disciplinas académicas fundadas o dedicadas a la investigación del lenguaje. Sin embargo, estos autores mencionan que aproximadamente en las últimas dos décadas, este sentido común ha sufrido constantemente el ataque de dos sectores; uno empírico y el otro teórico.

El primero se origina del campo de la posmodernidad en el que, de acuerdo a los autores, los escritos de Jaques Derrida (1976) son trascendentales, junto con la teoría feminista que lanzó un constante ataque en contra del “logocentrismo”, considerado como un sustento para las estructuras patriarcales. El segundo ataque proviene de las prácticas comunicativas cotidianas; ocurre que el “*paisaje semiótico*”, ha cambiado sustancialmente durante los últimos cuarenta años en los denominados países desarrollados. Ahora lo visual es mucho más prominente como forma de comunicación de lo que fue en siglos anteriores.

Este cambio ha producido efectos en las formas y características de los textos.

Ahora la lengua escrita es menos importante como medio de comunicación; este cambio está produciendo textos fuertemente multimodales, que son textos que contienen una “*gama de modos de representación y comunicación*” que coexisten dentro de un texto dado (Kress et al., 1997).

En el enfoque multimodal, se busca comprender todos los modos de representación que entran en juego en el texto, con la misma precisión metodológica que es capaz de alcanzar el análisis del discurso con el texto lingüístico.

La semiótica discursiva es un enfoque teórico-metodológico que propone que el texto es un modo de representación y comunicación, en el que el lenguaje es material y sustancial, en esta sustancia es multimodal, los autores indican que su propuesta no es un análisis semiótico convencional y que su interés se centra en la textualidad, los orígenes sociales y en la producción y lectura del texto, dicha práctica es designada como “semiótica social” y busca llamar la atención sobre todas las formas de significación como actividad social enmarcada en el campo de la política de las estructuras de poder y por lo tanto sometida a los distintos intereses que producen los textos (Kresse et al., 1997). Los autores indican que parten del supuesto de que los intereses de quien produce un signo influyen cuando trata de generar la representación más apropiada de lo que quiere significar e indican que es por eso que el interés del que hace los signos se encuentra cifrado en los medios de representación y comunicación, las representaciones visuales no son ajenas a la ideología pues lo visual no necesariamente es un medio “transparente”, el significado no se extrae sin problemas del contenido “explícito” de las imágenes. La semiótica discursiva pone énfasis en la “sintaxis visual”. De igual manera como se menciona en apartados anteriores los significados se encuentran ligados a la experiencia o conocimiento previo del lector o receptor del mensaje.

Retomando lo anterior, el enfoque multimodal no se concentra en los aspectos estéticos de la representación visual, su interés se centra más hacia el punto de vista de la representación y de la comunicación, a las estructuras de la información, los efectos modales, las relaciones de transitividad y la expresión de significaciones interpersonales, sociales y actitudinales (Kress et al., 1997).

Finalmente, los autores indican que su interés se encuentra en el análogo de las estructuras gramaticales / sintácticas de las representaciones visuales.

Kress, Leite-García y Van Leeuwen (1997), indican que todos los sistemas de representación humana deben de cumplir con los siguientes tres requisitos:

1. Representar y comunicar aspectos relevantes de las relaciones sociales de aquellos que intervienen en la comunicación.
2. Representar y comunicar los hechos, estados de cosas y precepciones que el comunicador desea comunicar.
3. Hacer posible la producción de mensajes que tengan coherencia internamente como texto y externamente como aspectos relevantes del entorno semiótico (contexto).

La propuesta de la semiótica discursiva además de proponer una base de análisis que tome en cuenta no solo los elementos lingüísticos que conforman el discurso; además sugiere que los signos son motivados por el interés del productor del texto. Y es este interés el que determina las características que serán seleccionadas para representar un objeto, los signos de algún modo son metáforas y al serlo codifican posiciones ideológicas, esto los hace estar sujetos a críticas por parte de los actores sociales en el proceso continuo de construcción y reconstrucción social de significados (Pérez, 2013).

Kress (como se citó en Pérez, 2013), indica que el autor advierte sobre la necesidad de entender la multimodalidad como un dominio, como un campo de trabajo de la semiótica en

el que se observan recursos y significados. Recursos como los elementos visuales (imágenes), que en conjunto con otros elementos le dan forma al discurso televisivo, lo anterior indica que metodológicamente, la semiótica discursiva sirve como herramienta para el análisis crítico de un discurso visual, específicamente del discurso televisivo objeto de nuestro estudio ya que realizar un análisis dirigido únicamente a la narrativa textual sin tomar en cuenta el resto de sus elementos, resultaría incompleto.

3.4. Estrategia metodológica para el análisis de los contenidos y el discurso del melodrama televisivo La Rosa de Guadalupe

El estudio de la comunicación de masas nos exige confrontar los postulados teóricos con la realidad, para esto son necesarias técnicas de investigación que le permitan al analista llevar a cabo investigaciones sistemáticas y confiables.

El análisis del discurso es una técnica de tipo cualitativo, que nos sirve para comprender o interpretar la intencionalidad de los signos que conforman un texto, como se ha mencionado con antelación, los textos producidos pueden estar influidos por condiciones, económicas, políticas, sociales, culturales, Santander (2011) indica que los signos no son inocentes, la connotación va con la denotación, el lenguaje no solo muestra y refleja directamente lo expresado y lo pensado, sino que a su vez lo oculta y a veces solo resulta ser un indicio sutil, el autor parafraseando a Grice (1975), Sperber y Wilson (1994), por su parte menciona que no es suficiente con explicar la comunicación humana como un proceso de codificación y decodificación, pues esta tiene un componente fuertemente inferencial, es decir las palabras pueden significar más de lo que dicen. Sin embargo el autor también sugiere que en el discurso se deben de tomar en cuenta los “procesos opacos” del lado de la producción, propone entender el discurso como un síntoma y no como un espejo que refleja necesariamente la realidad ni los pensamientos o las intenciones de las personas, ya que “lo que ocurre en el nivel de circulación de los discursos no necesariamente refleja lo que ocurre

a nivel de producción, lo que quedan son huellas, pistas, hebras, síntomas que el analista debe de saber describir e interpretar” (Santander, 2011, p. 210), el autor destaca que el analista debe de tener en cuenta que en determinadas situaciones el contenido de un texto puede ser un dato engañoso y propone tres situaciones que deben de formar parte de la claridad teórica previa a llevar a cabo el análisis:

- 1) Aquello que está en la superficie de la estructura textual puede resultar ocasionalmente confuso como por ejemplo cuando se emplean estrategias lingüísticas iguales para propósitos antagónicos.
- 2) Ocasionalmente lo dicho puede resultar ser secundario; por ejemplo, cuando se repiten personajes o situaciones.
- 3) Cuando el lenguaje cumple con una función ideológica al describir el mundo (Voloshinov, como se citó en Santander, 2011).

El modelo de análisis propuesto para esta investigación se basa en las ocho posturas sobre el análisis del discurso propuestas por Julieta Haidar, mencionadas en el apartado 3.2.2. Aunque hasta cierto punto todas tienen cierta relación entre sí, no todas son necesarias para esta investigación. Por lo tanto, nuestro modelo estará basado en las siguientes dos posturas: “*la relación entre formación social, ideológica y discursiva*” y en “*los procesos de interdiscursividad*”, considerando el siguiente concepto de ideología manejado por esta autora:

“La ideología se debe de pensar desde formaciones ideológicas, que a su vez producen una estructura de aparatos ideológicos que pasan por el estado y por la sociedad civil, produciendo y reproduciendo sistemas de valores de sentidos, pero también practicas socio-culturales” (Haidar, 2006, p. 86).

En cuanto a la segunda propuesta serán tomadas las categorías de relaciones de sentido y memoria discursiva, aunque estas dos se encuentran estrechamente relacionadas con la formación discursiva, no hemos considerado necesario homologarlas.

Consideramos que estas dos posturas son las más apropiadas para responder a nuestras preguntas de investigación, se adaptan a las características de la telenovela, cuyos elementos discursivos se relacionan con la lucha de valores antagónicos, del bien contra el mal (héroe contra villano, justicia contra injusticia, etc.), usualmente el primero representa una serie de valores éticos y morales, desde esta perspectiva se encuentran estrechamente relacionados con posicionamientos ideológicos, en cuanto a la segunda postura al considerar que el discurso forma parte de una cadena interdiscursiva, concuerda con las características del discurso televisivo propuestas por Aguaded, mencionadas en el apartado 3.3.

Nuestro modelo se propone responder a los cuestionamientos que conforman esta investigación analizando las muestras seleccionadas de “La Rosa de Guadalupe”. Las categorías de esta propuesta identificarán los elementos discursivos relacionados con la religiosidad y prácticas religiosas, teniendo en cuenta que tanto el discurso como la religión son prácticas sociales y comparten características importantes consideramos que las posturas de Pecheaux son las más apropiadas para nuestro modelo pues consideramos que la cuestión religiosa se relaciona estrechamente con la formación discursiva, en cuanto al caso de la Virgen de Guadalupe tiene una gran carga simbólica que nos remite necesariamente la interdiscursividad, y las relaciones de sentido, por otra parte la telenovela al formar parte del macro discurso televisivo tiene la facultad de crear sus propios referentes y crear su propia realidad.

El siguiente recuadro desglosa a grandes rasgos las categorías que pretende cubrir nuestro modelo:

Formación social	Formación ideológica	Formación discursiva	Relaciones de sentido	Memoria discursiva
Modos de producción dominante, estructura social, estructura de clases sociales antagónicas.	Produce una estructura de aparatos ideológicos que pasan por el estado y por la sociedad civil, produciendo y reproduciendo sistemas de valores de sentidos, pero también practicas socioculturales	Dimensiones de análisis: interdiscursiva e interdiscursiva. Ningún discurso está aislado Hegemonía: que se puede y que no se puede decir, en distintas épocas y lugares. Una misma expresión y una misma proposición pueden recibir sentidos distintos	Todo discurso nos remite a otro	Circulación de memorias anteriores o previas

(Recuadro de elaboración propia en base a propuestas de Pecheux)

Tras un primer acercamiento a las muestras seleccionadas, hemos podido identificar que independientemente de la trama de cada capítulo, la historia suele desenvolverse en un entorno familiar, en el que los personajes principales suelen ser caracterizados como jóvenes de edades entre los 13 y 18 años, de igual manera suele destacarse la presencia de personajes relacionados con alguna institución oficial tales como policías, médicos, rescatistas,

psicólogos etc. De igual forma la escenografía suele incluir instalaciones como delegaciones, cárceles, y escuelas.

3.4.1. Corpus, muestras e instrumentos

Las muestras de nuestro corpus fueron elegidas de forma aleatoria, factores como: título, fecha de emisión, número de episodio o temporada, fueron irrelevantes al momento de la selección esto con la finalidad de disponer de diversidad temática entre los capítulos, tramas y contenidos discursivos, la selección abarca programas producidos y transmitidos entre los años 2013 y 2017, cabe destacar que, salvo una o dos excepciones, no suele haber continuaciones entre los capítulos.

El corpus se obtuvo tras extraer los diálogos de cada capítulo seleccionado, en cuanto a la parte visual se realizó un análisis técnico, con el fin de identificar las características en común entre las muestras, tras realizar las primeras revisiones consideramos innecesario profundizar en la parte de la musicalización, pues no se detectó ninguna particularidad relevante para la obtención de nuestros resultados. Debido a que el estilo, las constantes estéticas, la forma en que se retrata o se da énfasis a determinadas escenas y elementos con los que se constituye la narrativa desde una perspectiva visual, resalta y complementa la intencionalidad del discurso, los signos que se representan a través de la puesta en escena hacen que el discurso lingüístico pase del carácter abstracto de las palabras al visual, haciendo más *tangibles* las ideas que desean transmitirse a través de la pantalla.

Tanto los diálogos como el análisis técnico, fueron divididos en escenas para facilitar la selección al momento de encontrar los extractos que consideramos importantes para esta propuesta.

El análisis técnico facilitó la identificación de características discursivas de carácter visual en común (diálogos, encuadres, composición, etc.), para así determinar de qué manera se establece la continuidad desde una perspectiva estilística e identificar la manera en se presentan los referentes religiosos a través del montaje en “La Rosa de Guadalupe”.

Nuestro modelo se propone cubrir los siguientes objetivos:

1. Identificar y describir los elementos discursivos relacionados con los modos de producción dominante, estructura social y o estructura de clases antagónicas
2. Identificar y describir aquellos elementos que producen y reproducen sistemas de valores de sentidos y de prácticas socioculturales

Las muestras seleccionadas son las siguientes:

Episodio	Año	Número	Temporada
Deseos de vivir	2013	553	6
Mi dulce compañía	2015	674	8
Cuando encallan las ballenas	2017	964	10
El paquete	2017	967	10

Episodio	Fuente	Tipo	Duración	Escenas
Deseos de vivir	Internet	Video	44:01:00	44
Mi dulce compañía	Internet	Video	44:01:00	44
Cuando encallan las ballenas	Internet	Video	41:19:00	34
El paquete	Internet	Video	40:27:00	41

(Tablas de elaboración propia) Nota: Ninguno de los episodios tomo en cuenta los comerciales, el tiempo especificado corresponde únicamente al programa sin cortes publicitarios.

Capítulo IV. Resultados

4.1 Resultados del análisis de técnico de los episodios seleccionados de La Rosa de Guadalupe.

A continuación, incluimos los resultados obtenidos a través del análisis técnico aplicado a las muestras seleccionadas, ha sido posible comprobar que a pesar de tratarse de historias independientes entre sí y no tener serialidad en cuanto a trama o personajes, todas comparten cierta cantidad de constantes estéticas y estilísticas, consideramos que este conjunto de elementos en común le da forma, estilo y cierto sentido a La Rosa de Guadalupe, al mismo tiempo se convierten en símbolos característicos de este programa, al mismo tiempo se convierten en referentes de intervención divina cabe destacar que esta especie de misticismo solo forma parte del universo imaginario de esta ficción, es decir aunque desde la perspectiva analítica de las relaciones de sentido, puedan ser considerados como un referente religioso esto será de manera indirecta, y no consideramos que tengan relación implícita con la el catolicismo.

La importancia de aplicar este tipo de análisis a nuestra metodología se basa principalmente en la característica de nuestro objeto de estudio, pues la telenovela al ser una producción de carácter audiovisual, posee características que deben de tomarse en cuenta más allá del habla, pues la parte iconográfica con la que se construye la narrativa de este tipo de formato, complementa y refuerza el peso del discurso.

Uso de elipsis:

Se ha detectado que, para dar sentido a las transiciones temporales, ya sea que se intente justificar el transcurrir de las horas, días, meses o años. O incluso para insertar flashbacks, siempre se apoyan de planos generales integrados previamente por un corte o una disolvencia, compuestos con full shots (FS); enfocando al cielo, y ocasionalmente hacia el horizonte. Otro recurso utilizado frecuentemente para enfatizar los saltos temporales es el movimiento de las nubes en time lapse (TL), con las siguientes variables: para resaltar el cambio entre noche y día, entre una escena y otra, la toma al cielo inicialmente es al amanecer, para la transición de amanecer a medio día, utilizan una toma del cielo despejado (o viceversa), para transición temporal entre mañana y tarde, se realiza una toma al ocaso y finalmente para las noches con close up (CU) al cielo, enfocando a la luna, o simplemente una toma al cielo nocturno.

Consideramos que el uso de los elementos antes mencionados, es a modo de recapitulación marcada, de acuerdo a la comparación entre los cuatro episodios analizados, resulta ser un rasgo característico de esta producción. En la que el movimiento de las nubes le da sentido al transcurso del tiempo, en este sentido podemos compararlo con el movimiento de las manecillas de un reloj.

Los movimientos temporales en las muestras son variables, en los episodios: *deseos de vivir* y *cuando encallan las ballenas*, “el tiempo es circular, es decir la sucesión de acontecimientos de llegada suele ser idéntico al origen” (Casetti y di Chio, 1991, p. 152) en cuanto a los episodios: “mi dulce compañía” y “el paquete” el tiempo transcurre de manera lineal y no vectorial el uso de flashbacks es también un recurso frecuente en la narrativa de todas nuestras muestras, para la sección del epílogo el uso de secuencias de episodios

(encuadres rápidos, separados por fundidos encadenados), se encuentra siempre presente, de modo que en un lapso no mayor a dos minutos, es posible observar el desenlace de la trama abordada en cada episodio.

En cuanto a la temporalidad en este programa no se utilizan recursos que sirvan como indicador de una fecha específica, aunque se puede deducir que se basa en acontecimientos de la actualidad, teniendo en cuenta que la telenovela comparte con el cine la capacidad de producir tiempo y sentido, no se limita a producir una temporalidad simbólica (Bettetini, 1984).

Diálogos como característica principal en las escenas:

Un elemento recurrente es el uso constante de planos expresivos, mismos que resaltan el discurso visual, utilizando tomas que favorecen y resaltan constantemente el efecto de continuidad en la conversación entre los personajes. Hemos observado que, en todas las muestras, la mayor parte de las escenas se componen por secuencias cuya continuidad se construye con el uso repetido de: ejes ópticos paralelos, over shoulder, two, shot, three shot o group shot, close up, bust shot y medium shot. Algunos tilt up / down y dolly in / out. Finalmente, en cuanto a montaje, la mayoría de las escenas están compuestas por una gran cantidad de cortes y en ninguno de los episodios detecto el uso de plano secuencia.

Tomas en interiores:

Hemos identificado que el rodaje de la mayor parte de las escenas se realiza en lugares cerrados ya sean instalaciones de escuelas, salones de clase, pasillos o baños, interiores de casas: salas, comedores, habitaciones o baños. Otra constante detectada en tres de los capítulos analizados (*deseos de vivir, mi dulce compañía y cuando encallan las ballenas*), es

uso de instalaciones que escenifican alguna institución gubernamental, por ejemplo: delegaciones, separos, cárceles, hospitales o instalaciones o consultorios médicos

Tomas en exteriores:

En contraparte con los espacios cerrados las puestas en escena en lugares públicos, son escasas en comparación a las realizadas en lugares cerrados, cuando se recurre a ellas suelen utilizar locaciones como calles o parques.

Esto nos da la impresión de que en general se desea crear una atmosfera privada, de confianza, comodidad y familiaridad en la que se privilegia un ambiente, que facilita la conversación entre los protagonistas esto sin importar el tema que se esté abordando, mientras que la mayor parte de la historia se desarrolla en interiores principalmente en aquellos que representan las casas de los personajes principales, nos parece que el uso de exteriores es más un complemento darle más sentido a sus historias.

Uso de close up para destacar objetos y acciones:

Este elemento suele cobrar relevancia especialmente a la hora de destacar la aparición de la rosa blanca elemento característico de este melodrama. El uso de zoom es poco frecuente, mientras que el uso de close up es constante, para mostrar los objetos con los que interactúan los personajes, pueden ser: laptops, tablets, teléfonos celulares, armas, cuadros figuras etc. Cuando desean destacar algún objeto en las manos de un personaje, lo hacen utilizando una combinación de close up y tilt up / down, corte y contratoma / cambio a eje paralelo, mientras hay interacción con algún objeto.

Créditos:

Los créditos de producción suelen aparecer entre los primeros 14 y 18 minutos de cada episodio, en todos los casos se hace uso de la misma escena y no hay ningún tipo de

modificación, en cuanto a los créditos de los protagonistas de cada capítulo, suelen aparecer en los primeros minutos de haber iniciado.

Constantes técnicas:

En lo referente a los movimientos de cámara, hemos identificado que los más utilizados en los capítulos analizados son: tilt up / down, paneo y dolly back. En cuanto a los planos, se utilizan constantemente los planos medios y generales, mientras que elementos como el full shot son utilizados con poca frecuencia, como ya lo habíamos mencionado, también es muy frecuente el uso de tomas over shoulder, bust shot y close up en las secuencias que involucran diálogos y tomas con alguno de los personajes descentrados. Dichos elementos favorecen lo que a nuestro parecer es el estilo o formato característico de esta serie: la conversación entre sus distintos personajes.

Constantes estéticas:

Tras comparar el total de nuestras muestras, hemos identificado las siguientes constantes: cada que se acerca el nudo dramático, o clímax; uno de los personajes, suele hacer algún tipo de plegaria casi siempre llorando o mostrando algún tipo de expresión de angustia en su rostro, dirigiendo la mirada hacia la imagen o figura con la representación de la Virgen de Guadalupe, con excepción del capítulo: “*mi dulce compañía*”, en el cuál la protagonista realiza una plegaria mientras llora y observa una fotografía de su hija desaparecida, en tanto que a sus espaldas aparece la rosa blanca.

La rosa blanca, que suele aparecer en medio de un haz de luz blanca, posterior a la plegaria de alguno de los personajes, suele ser con la cámara encuadrando el lugar en el que está por aparecer, adquiriendo una especie de característica simbólica que “presagia” la inminente intervención divina, que servirá de ayuda para solucionar el problema abordado en cada capítulo. Finalmente, otra constante presente en todos los capítulos, es que siempre que el

problema se ha resuelto o está a instantes de solucionarse, un “viento” sopla en dirección al rostro de los protagonistas mientras que estos expresan alivio en sus rostros.

Finalmente, una vez que se ha resuelto el problema, en la escena final de cada capítulo (epilogo), alguno de los personajes en turno, da una reflexión respecto a la temática abordada, finalizando con alguna toma en primer plano centrado a la rosa blanca, rodeada de una especie de haz de luz humeante (efecto especial), esta usualmente se encuentra posicionada en un altar y cerca de alguna imagen u objeto representativo de la Virgen de Guadalupe, mismo que permanece en segundo plano, una vez que la rosa blanca se desvanece por completo, la imagen de la Virgen pasa a un primer plano. Desde nuestra perspectiva la rosa adquiere un carácter icónico, que sirve como una representación de la presencia e intervención de la Virgen de Guadalupe, en la resolución de los problemas en cada capítulo.

Para finalizar con la parte técnica, un detalle que llamó nuestra atención es que en tres de las muestras (deseos de vivir, mi dulce compañía y cuando encallan las ballenas), hay una caracterización de personajes que representan ya sea alguna autoridad o algún empleado de una institución que forma parte del estado, en este caso se trata de; profesores, rescatistas, trabajadores sociales, médicos, o elementos de las fuerzas del orden, los que suelen tener más presencia en nuestras muestras son los agentes (judiciales o investigadores), policías auxiliares y los médicos, mismos que suelen formar parte importante dentro de la trama, cabe señalar que también suelen formar parte de las escenas finales (epilogo).

4.2. Resultados del análisis del discurso de los episodios de La Rosa de Guadalupe

En el siguiente apartado expondremos los resultados obtenidos tras aplicar nuestro modelo de análisis a los capítulos seleccionados, antes de continuar debemos aclarar que algunos de los elementos corresponden a más de una categoría, debido a que hasta cierto punto todas se relacionan entre sí. En cuanto a los fragmentos analizados solo se han seleccionado aquellos

que tienen contenido discursivo que pueda relacionarse con el catolicismo, guadalupanismo religioso y prácticas religiosas, debido a la extensión del corpus, este documento no incluye los diálogos, el total de las tablas descriptivas ni el análisis técnico, estas estarán disponibles para su consulta en los anexos, como información adicional al respecto debemos notificar, que los créditos de producción no se consideraron en la numeración de las escenas correspondientes a los diálogos (análisis técnico y diálogos por escena).

4.2.1. Hallazgos categorizados como formación social

En lo referente al carácter lingüístico de esta categoría hemos encontrado solamente un diálogo en el capítulo *deseos de vivir*, escenas 38 y 39, la madre de Benita se refiere a la Virgen de Guadalupe como, “Virgencita”, “madre mía” al momento reflexionar sobre sus acciones y a manera de plegaria al solicitar su ayuda o intervención. Hemos considerado que las expresiones que forman parte de las escenas mencionadas, se relacionan con la formación social, teniendo en peso cultural y simbólico de la Virgen, en el que es considerada como una figura de autoridad y cuyo respeto es el equivalente al que se tiene a una madre.

Desde la parte visual, en las escenas 35, 36, 38 y 39, del capítulo *mi dulce compañía*, hemos encontrado dos referentes iconográficos relacionados con esta categoría, un cuadro de la Virgen de Guadalupe y un cuadro del “ángel de la guarda”, consideramos que ambos son referentes de una práctica religiosa, y de la mitología del catolicismo, en cuanto al ángel si no lo relacionamos con el contexto narrativo de esta telenovela no podríamos relacionarlo a una religión en particular, sin embargo si conjuntamos los elementos podemos considerar que la relación nos parece inevitable.

En *el paquete* escenas 27 y 37 se encuadra un pequeño cuadro de la Virgen de Guadalupe, desde un aspecto técnico consideramos que al formar parte de la puesta en escena se refuerza

el contexto narrativo en que implica la fe que profesa el protagonista y en cierto punto la presencia de la Virgen como divinidad.

Tanto la religión como las practicas religiosas son parte de una formación social, pues como lo hemos mencionado a lo largo de esta investigación, son parte de un fenómeno social.

4.2.2. Hallazgos categorizados como formación ideológica

Comenzando con la parte de los diálogos correspondiente con la formación ideológica, hemos encontrado expresiones que encajan en los criterios de selección para esta categoría.

Para esta categoría se tendrá en cuenta el concepto de ideología propuesto por Haidar (2006), mencionado en el apartado 3.4.1. según el cuál se debe de pensar desde las formaciones ideológicas que producen una estructura de aparatos ideológicos que pasan por el estado y la sociedad civil, produciendo y reproduciendo sistemas de valores de sentidos y prácticas socio-culturales.

En *deseos de vivir*, escenas, 28, 38 y 39, se incluyen expresiones “Dios mío”, “Virgencita y madre mía”

En *mi dulce compañía*, escenas 3 y 38, las protagonistas rezan un fragmento de la oración del ángel de la guarda.

En *el paquete escenas*, 27 y 28, el protagonista realiza una plegaria a la “Virgencita”.

En cuanto al carácter visual correspondiente con esta categoría, se encuentran los siguientes hallazgos:

Deseos de vivir escenas, 43 y 44, rosa blanca ubicada en un altar dedicado a la Virgen de Guadalupe (cuadro).

Mi dulce compañía escena, 3, cuadro del ángel de la guarda. En las escenas, 4, 43 y 44, rosa blanca ubicada en un altar de la Virgen de Guadalupe (cuadro).

Cuando encallan las ballenas escenas, 33 y 34, rosa blanca ubicada en un altar de la Virgen de Guadalupe (estatua de yeso).

El paquete escena, 40, rosa blanca ubicada en un altar de la Virgen de Guadalupe (cuadro).

Como podemos observar la composición de los altares siempre contiene dos elementos invariables: una rosa blanca y un objeto representativo de la Virgen de Guadalupe, este resulta un factor en común en todos los capítulos, seleccionados, las variables detectadas son el cuadro del ángel de la guarda (*mi dulce compañía*) que no se ubica cerca del altar y en cuanto escenografía se encuentra ubicado en una habitación distinta y en deseos de vivir se puede observar una segunda estatua de yeso ubicada en la habitación de Benita, aunque esta última consideramos que adquiere más una función decorativa (dentro de la narrativa), pues los protagonistas no tienen interacción con ella y la rosa blanca en ningún momento se ubica cerca de esta figura.

Los referentes iconográficos que hemos destacado por escena consideramos que cumplen con las características de formación ideológica, pues su presencia dentro del montaje refuerza la noción de que los protagonistas son creyentes de la Virgen de Guadalupe, esta construcción audiovisual del mensaje además de darle sentido a las historias, construye un discurso cuyo contenido tiene una fuerte carga ideológica al producir y reproducir un sistema de valores estrechamente relacionado con las prácticas socioculturales de la mayoría de los mexicanos. Aunque nos queda claro que la interpretación que los receptores puedan dar a este conjunto de elementos que conforman el mensaje de este melodrama, depende de su competencia

interpretativa, a nuestro parecer este ha sido construido desde una postura ideológica determinada, que se encuentra estrechamente relacionada con nuestra sociedad.

4.2.3. Hallazgos categorizados como de formación discursiva

Teniendo en cuenta que de acuerdo a Haidar (2006), la formación discursiva esta determinada por una formación ideológica con la que establece una relación que puede ser compleja e incluso contradictoria, esta puedes ser analizada desde las dimensiones del interdiscurso y el intradiscurso, el primero término esta asociado a la referencia de un conjunto complejo, preexistente y anterior constituido por una serie de tejidos legibles, que constituyen un conjunto socio-histórico de huellas, el interdiscurso caracteriza a esas huellas como materialidad discursiva, mientras que el intradiscurso se refiere al sistema de relaciones de sustitución , paráfrasis, sinónimos que funcionan entre los elementos lingüísticos de un texto. De acuerdo a lo antes mencionado se han clasificado dentro de esta categoría los siguientes hallazgos:

Deseos de vivir escena, 38 y en *cuando encallan las ballenas*, escena, 29, las madres de las protagonistas en un momento de necesidad hacen una petición a la “Virgencita” solicitando su auxilio en el primer caso también se refieren a la Virgen de Guadalupe como “madre mía”.

Debido a los antecedentes históricos relacionados con la Virgen de Guadalupe, consideramos que el uso de estas expresiones, son una especie de referente representativo de la cultura popular mexicana con sus implicaciones (interdiscurso). Desde la dimensión del intradiscurso ambas expresiones se refieren explícitamente a la Virgen de Guadalupe.

4.2.4. Hallazgos categorizados como relaciones de sentido

A partir del supuesto que establece que ningún discurso está aislado y se encuentra encadenado en una cadena de interdiscursividad o intertextualidad, desde las relaciones de sentido se tiene en cuenta que todo discurso nos remite a otro con el que establece una

relación de alianza, antagonismo, de respuesta directa o indirecta. En síntesis, todo discurso tiene como base algo previamente discursivo que sirve como materia prima, toda producción discursiva al tener que ver con la intertextualidad elemento que establece el conjunto de relaciones que los textos tienen entre sí, el discurso referido es un discurso dentro de otro y puede aparecer de forma implícita o explícita.

Para clasificar los hallazgos que serán listados a continuación han sido considerado los elementos discursivos de La Rosa de Guadalupe que tienen una relación implícita con la producción y de reproducción de sistemas de valores, sentidos y practicas socio-culturales.

En el caso de la producción de sentido hemos incluido los siguientes elementos pertenecientes a la narrativa característica de esta telenovela. La aparición y desaparición de rosa blanca, y el viento que sopla en el rostro de los protagonistas. En el primer caso hemos considerado que la aparición o materialización de la rosa blanca, representa una especie de mensaje que implica que la Virgen de Guadalupe ha escuchado la solicitud de auxilio de o las plegarias de los protagonistas y mientras este objeto permanezca presente el problema se encuentra en proceso de solución. El viento o aire que pega en el rostro de los personajes mientras suelen hacer una expresión de alivio o tranquilidad en sus rostros, suele representar un giro que le da solución al problema de la trama, como se mencionó previamente este recurso suele aparecer en la escena previa al epílogo, es decir simboliza la solución gracias a la intervención divina. En cuanto a la desaparición de la rosa blanca, en la escena final del epílogo simboliza el final de la intervención divina o la conclusión del capítulo y del problema abordado.

Los elementos lingüísticos categorizados en este apartado son los siguientes:

Mi dulce compañía, escena, 36, un de las protagonistas menciona que la rosa apareció de repente y que no se ha marchitado aun con el paso de los años.

Cuando encallan las ballenas, escena, 29, Mirna le suplica a la “Virgencita de Guadalupe” que salve a su hija, y le haga entender que el suicidio “no es la puerta más fácil”, posteriormente hace la misma petición al agente de policía, para que detenga el intento de suicidio de Esther y Zacarias.

El paquete, escena, 37, German nota la presencia de la rosa blanca e Ingrid le comenta que un día apareció “ahí al ladito de la Virgen y que sigue igual de bonita que el primer día.

En cuanto a los elementos visuales destacan los siguientes:

Deseos de vivir, escenas, 39, 40 (aparición de la rosa blanca), 42, (aire pegando en el rostro de los protagónicos) y en las escenas, 43 y 44 (comienza a desvanecerse la rosa blanca).

Mi dulce compañía, escenas, 3 (cuadro del ángel de la guarda), 4, (cuadro de la Virgen de Guadalupe), 19 (aparición de la rosa blanca), 20, (interacción con la rosa blanca), 42, (aire pegando al rostro), 42 y 43, (comienza el proceso de desaparición de la rosa blanca ubicada en el altar).

Cuando encallan las ballenas, escena 29, (lapicera ataviada con un dibujo de la Virgen de Guadalupe, materialización de la rosa blanca, las protagonistas se persignan ante la lapicera), 32, (aire pegando al rostro), 33 y 34 (comienza a desaparecer la rosa blanca).

El paquete, escena 28 (comienza a materializarse la rosa blanca en un altar), 37, (plano medio a la rosa ubicada en el altar), 39, (aire pegando al rostro), 40 y 41 (la rosa comienza a desvanecerse).

Los referentes icónicos antes mencionados han sido considerados en la categoría de relaciones de sentido teniendo en cuenta las siguientes consideraciones. En primer lugar la rosa blanca además del simbolismo que adquiere exclusivamente en la telenovela, es a su vez de carácter autorreferente, pues su significación no trasciende a la que posee dentro de las historias de este programa, se apropia de un simbolismo de carácter místico, que implica la presencia, intervención y ayuda de la Virgen de Guadalupe, en este sentido el viento que sale de la nada e impacta el rostro de los protagonistas, significa una especie cambio de paradigma en cuanto al modo de pensar y de actuar de sus personajes, finalmente la desintegración o desaparición de la rosa blanca implica la culminación de la intervención divina, hemos decidido relacionar hasta cierto punto el simbolismo de la rosa blanca con el concepto de milagro, pues aunque la solución de los problemas de cada capítulo en realidad siempre esta relacionada con actos de reflexión, ciertamente hay una implicación de la intervención de la Virgen con la aparición inexplicable de la rosa blanca, como una especie de mensaje sobrenatural. Estos autorreferentes visuales tienen una relación de sentido con la mitología de catolicismo, específicamente del catolicismo ya que toman como materia prima buena parte de sus simbolismos característicos, estos elementos en conjunto con los diálogos que hacen referencia implícita con la Virgen de Guadalupe, reproduciendo y recreando un discurso basado en un sistema de creencias y valores específico e incorporándolo a la industria del entretenimiento.

4.2.5. Hallazgos categorizados como memoria discursiva

Retomando las propuestas mencionadas en el apartado 3.2.3. Acerca de los procesos de interdiscursividad, en donde Haidar (1998), homologa la categoría de memoria discursiva con la de memoria histórica, e implica que toda producción discursiva en determinada coyuntura hace circular formulaciones anteriores, mismas que repite, refuta, transforma o deniega. Por lo tanto, todo proceso discursivo implica una dimensión interdiscursiva los

dominios de memoria, actualidad y anticipación. Comprendiendo la coyuntura como una condición de producción y recepción del discurso, cuya huella puede ser identificada a partir del efecto de lo real, el de identificación con base a lo léxico y el efecto de desconocimiento / reconocimiento. Los elementos que se listan a continuación, repiten y transforman formulaciones anteriores en función de que los referentes discursivos del catolicismo. En el contexto nacional poseen un sentido tanto religioso como histórico, ya que esta religión ha estado presente en México desde la época de la conquista española hasta la actualidad.

Los elementos de carácter lingüístico, que corresponden a la categoría de memoria discursiva son los listados a continuación:

Deseos de vivir, escena, 38, se utilizan las frases “Virgencita” y “madre mía” hacen referencia a la Virgen de Guadalupe

Mi dulce compañía, escenas, 3 y 38, se recitan fragmentos de la oración del ángel de la guarda, mientras que, en la escena, 4, la madre le hace una pregunta a la “Virgencita de Guadalupe”.

El paquete, escenas, 27 y 28, German reflexiona y habla con la “Virgencita”.

En cuanto a los elementos de tipo visual, encontramos los siguientes:

Mi dulce compañía, escenas, 35 (Mónica realiza una plegaria dirigida a un cuadro de la Virgen de Guadalupe), 36 (Luisa, da un agradecimiento a la Virgen de Guadalupe), 38 (Luisa y Mónica le rezan al ángel de la guarda) y 39 (cuadro de la Virgen en plano general mientras Luisa le dirige unas palabras).

El paquete, escena, 27 (close up a un pequeño cuadro con la imagen de la Virgen de Guadalupe con el que interactúa el protagonista).

4.3. Síntesis de los hallazgos de investigación

Con el análisis realizado hemos obtenido resultados que nos permiten responder a las incógnitas que dieron origen a esta investigación, con esto nos parece posible afirmar que el discurso del melodrama “La Rosa de Guadalupe”, integra y asimila a su narrativa elementos icónicos de carácter audiovisual relacionados con la simbología representativa del catolicismo mexicano, sin embargo, debemos aclarar que, a pesar de que los discursos y mensajes se construyen con una intencionalidad de por medio, esta propuesta no se propone especificar, explicar o revelar cuáles son las razones de por medio involucradas en la producción de esta telenovela, tampoco los posibles efectos sobre la audiencia. Sin embargo, aunque desde una perspectiva formal concordamos con la afirmación que sostiene que “La Rosa de Guadalupe” no es un programa religioso, nos parece que la postura tanto de su productor como de Televisa, es ciertamente ambigua, pues, aunque efectivamente no hemos detectado referentes discursivos que establezcan una relación directa con la Iglesia católica, el hecho de incorporar componentes de gran carga simbólica, claramente pertenecientes a esta religión, nos parece inevitable establecer relaciones entre los mensajes de sus historias.

En un primer acercamiento hemos considerado que los elementos audiovisuales de este programa, no pueden considerarse como referentes explícitos del catolicismo, pues en ninguna de las muestras analizadas no se han encontrado puestas en escena compuestas por instalaciones de recintos religiosos (iglesias, capillas, parroquias, basílicas, catedrales, monasterios, etc.), tampoco hemos detectado el uso de actores caracterizando a algún personaje del clero. En cuanto a los diálogos de esta producción consideramos que son bastante cuidadosos a la hora de evitar referirse a esta institución, sin embargo, hemos detectado las siguientes excepciones:

En el episodio, *mi dulce compañía*, escenas 3 y 38, las protagonistas recitan un fragmento de la oración al ángel de la guarda, en este caso tanto el personaje mítico como la oración en sí pertenecen al folclor católico.

El segundo caso podemos encontrarlo en la escena, 29, de *Cuando encallan las ballenas*, en donde posterior de dirigir una plegaria a la lapicera con la imagen de la Virgen de Guadalupe, Mirna y su comadre se persignan, acto que suelen practicar las personas que profesan el catolicismo.

Los casos antes mencionados son los únicos que podrían considerarse como referentes del catolicismo, esto no implica que puedan ser los únicos simbolismos encontrados en las muestras analizadas relacionados con esta religión, pues nos parece que todos los capítulos utilizan referencias implícitas, cuyas características se inevitablemente nos hace establecer alguna relación discursiva con esta doctrina.

Referentes implícitos de carácter visual

Deseos de vivir, en las escenas, 8, 27, 33 y 38, el encuadre destaca una figura de la Virgen de Guadalupe en un tocador ubicado al lado de una cama. En el caso las escenas, 39 y 40, el encuadre enfoca un altar con un cuadro de la Virgen, en ninguna de escenas mencionadas hay interacción entre los actores y los objetos mencionados.

Mi dulce compañía: en las escenas 4, 20, 36 y 39, se puede observar que la escenografía, específicamente en uno de los pasillos se compone con la presencia de un altar con un cuadro de la Virgen de Guadalupe, éste se destaca en distintas perspectivas y tomas, mientras que en la escena 35, también se observa la presencia de un cuadro de la Virgen clavado en una pared.

Cuando encallan las ballenas: en la escena, 29, la madre de la protagonista sostiene una lapicera adornada con la imagen de la Virgen de Guadalupe mientras le hace una plegaria. Mientras que, en la escena, 33, hay una toma de un altar en plano general.

El paquete: en este último podemos observar que, en las escenas, 27 y 28, aparece un pequeño cuadro sobre un escritorio y en las escenas 37, 39, 40 y 41, aparece un altar con un cuadro grande de la Virgen de Guadalupe ubicado cerca de una pared.

Referentes implícitos de carácter lingüístico:

Deseos de vivir: en la escena, 28, Benita utiliza la expresión “Dios mío” (voz en off), al enterarse que su hijo está con vida. Dependiendo del contexto en el que se utilice esta frase puede ser considerada o no, como un referente religioso, en este caso teniendo en cuenta tanto la temática, como, la parte de la historia en la que se hace uso de esta frase, la situación interpretativa cambia por completo, es por esto que hemos considerado un referente implícito.

En las escenas. 38 y 39, cuando la madre de Benita se entera de todos los problemas por los que ha pasado su hija, inicia una plegaria que abarca ambas escenas, de aquí destacan las siguientes expresiones: “Virgencita”, “madre mía”, en ambos casos se está refiriendo a la Virgen de Guadalupe.

Mi dulce compañía, en la escena, 4, la protagonista le pregunta a la “Virgencita de Guadalupe” como explicarle a su hija que su padre no va a volver. En la escena, 36, se dirige a ella como “madre mía” (en ambos casos dirige las palabras a la imagen ubicada en un altar). Finalmente, en la escena, 35, Mónica se dirige de la misma manera a una imagen ubicada en una pared “Virgencita de Guadalupe” o simplemente Virgencita, mientras le hace una plegaria.

Cuando encallan las ballenas: este episodio en particular es el que tiene menos expresiones o referentes visuales relacionadas con el culto guadalupano o el catolicismo, solamente en la escena, 29, Mirna dirige una súplica a la “Virgencita de Guadalupe” pidiéndole que no permita que su hija se suicide.

El paquete: escenas 27 y 28, German le realiza una plegaria a la “Virgencita”, pidiendo que sus padres lo comprendan.

Sobre las relaciones de sentido hemos mencionado previamente la presencia de tres elementos que se convierten en un referente que implica la intervención divina de la Virgen de Guadalupe en la resolución de los problemas de los protagonistas, La aparición de la rosa blanca que nunca se marchita y permanece presente desde que comienza la intervención hasta el final de la historia, el aire de origen inexplicable que pega en el rostro de los actores y la desintegración de la rosa blanca.

La materialización de la rosa blanca, suele significar que el problema tratado en el episodio está en proceso de solución el detonante para la aparición de esta rosa suele ser una plegaria o algún pensamiento hacia la Virgen de Guadalupe, exceptuando el caso de *Mi dulce compañía*, es el único capítulo de nuestra muestra en el que el personaje no expresa una plegaria como tal ni se está dirigiendo expresamente a la Virgen de Guadalupe, decidimos considerar este elemento como el “inicio de la intervención divina”.

Aire que pega en el rostro de los personajes, este elemento suele formar parte de las escenas previas al epílogo o moraleja, en todos los casos aparece cuando el conflicto abordado está a punto de ser solucionado, los rostros de los personajes afectados muestran alivio, del mismo modo es una especie de marcador que indica que los personajes han comprendido sus errores aplicando un cambio de actitud que les permite afrontar y solucionar sus problemas, este

elemento se convierte en un requisito clave siempre presente previo al desenlace de la historia.

Desaparición de la rosa blanca: esto suele suceder exclusivamente en el epílogo, mientras alguno de los personajes da una reflexión sobre el tema abordado a lo largo de la trama, desde un aspecto técnico suelen recurrir a alguna toma que destaque la presencia de la rosa blanca, envuelta en haz de luz blanca, tras finalizar la reflexión, la rosa se desaparece por completo quedando en la toma solamente alguna representación de la Virgen de Guadalupe en primer plano, simbolizando el final de la “intervención divina”.

Un detalle final con respecto a la rosa blanca, es que, sin importar la temporalidad representada, pueden ser días, meses o años, no se marchita.

Los tres símbolos de “intervención divina” mencionados, no tienen relación directa con la retórica del catolicismo y solo responden a la lógica de esta telenovela, de tal manera que no consideramos pertinente argumentar que estos discursos son originarios de la tradición del catolicismo, sin embargo merece la pena destacar que en el relato sobre el milagro de la Virgen de Guadalupe, se menciona que Juan Diego obtuvo lo que Bolívar Echeverría (2011) cataloga como unas “flores imposibles”, que de acuerdo a este relato se trataba de flores de castilla, aunque no hay una especificación del color de las mismas, nos parece establecer una relación a partir de la perspectiva de memoria discursiva en cuanto a la rosa blanca y las flores o rosas de castilla que forman parte del milagro que alude a la memoria discursiva en referencia a este relato:

El último capítulo relata el cumplimiento de esta orden y cuanto ocurre entonces en el palacio del prelado: los diálogos finales y el que se describe como desenlace, el

portento de la imagen de la Virgen, dejada por las flores en la tilma de Juan Diego. (Echeverría, 2011, p. 104).

Por lo tanto, aunque estos referentes no tienen relación directa, si hay una relación en cuanto a los procesos de interdiscursividad pues la aparición o presencia de la rosa aunada al contexto de los relatos, nos puede remontar al mito del culto guadalupano.

En cuanto al discurso general de este programa, parece estar dirigido principalmente a los jóvenes, pues los protagonistas suelen oscilar en los rangos de edad de entre los 13 y los 18 años, las edades siempre son mencionadas en todos los capítulos analizados, las tramas suelen desarrollarse en un ambiente familiar en el que la composición y la narrativa audiovisual privilegia un ambiente constante de conversación entre los personajes, pues prácticamente todas las escenas se componen de diálogos. Las familias caracterizadas suelen mantener una jerarquía que podría considerarse como “típica”, “tradicional” o “ideal” (estereotipo), en los episodios *deseos de vivir* y *cuando encallan las ballenas* la estructura familiar representada es de carácter patriarcal, aunque las madres también tienen autoridad, los padres tienen un “rango” o importancia mayor en cualquier situación y suelen ser personajes autoritarios, prejuiciosos e incluso machistas, mientras que las madres suelen ser comprensivas, sumisas y amorosas exceptuando el personaje que caracteriza a la mamá de Alan cuyos atributos denotan clasismo, prejuicio y discriminación.

En el caso de los episodios *mi dulce compañía* y *el paquete*, nos encontramos con familias “disfuncionales” o matrimonios “fallidos”, en ambos casos los personajes principales viven con sus madres, en las dos historias el padre abandono a su familia por otra mujer y la madre ejerce el papel de sostén de su hogar.

En los recuadros siguientes podemos observar las características principales de cada uno de los episodios analizados:

Episodio	Trama	Subtrama	Problemáticas
Deseos de vivir	Aborto	Violencia de género / Machismo / Discriminación	Falta de información / Falta de comunicación
Mi dulce compañía	Secuestro	Acoso sexual	Falta de comunicación / Venganza / Justicia por mano propia
Cuando encallan las ballenas	Suicidio	Depresión/ Violencia de género / Machismo / Amenazas, acoso y manipulación por internet	Falta de comunicación / Falta de supervisión / Malas influencias / Padre autoritario
El Paquete	Divorcio	Infidelidad / Agresión Sexual	Falta de atención de los padres / Rebeldía

Episodio	Estereotipos	Castigo / Solución	Personajes de autoridad institucional	Instituciones
Deseos de vivir	Clase social	Reclusión en correccional	Rescatistas, policías, doctores, enfermeras, trabajadoras sociales	Secundaria, Consultorio médico, Tutelar
Mi dulce compañía	Delincuentes	Reclusión / secuestro	Paramédicos, policías	Delegación, separos, reclusorio
Cuando encallan las ballenas	Personas depresivas	Terapia psicológica	Policía, psicólogo	Secundaria, delegación, consultorio medico
El Paquete	Mujeres "malas"	Expulsión de la escuela	Maestros	Preparatoria

(Tablas de elaboración propia)

Como podemos observar sin importar la trama de los capítulos el discurso de fondo que resulta ser el tema o problema en común, abordado en todos los capítulos es la falta de comunicación entre los miembros de las familias, a nuestro parecer este sería el mensaje más importante de este melodrama, o en síntesis “la falta de comunicación es el origen de todos los problemas familiares”, por otra parte, la presencia de personajes y referentes institucionales del estado nos hacen pensar en la posibilidad de un segundo mensaje implícito en el discurso de La Rosa de Guadalupe: sin importar cuál sea el problema o situación debemos de respetar a las instituciones del estado y a sus representantes, leyes e incluso sus tiempos y procedimientos, pues de lo contrario afrontaremos alguna consecuencia, dichos personajes e instituciones también suelen formar parte de la puesta en escena de los epílogos, aunque no se les menciona en la moraleja, en lo visual siempre están presentes en las secuencias de las reflexiones finales.

Por otra parte, nos parece que el discurso de esta producción tiene un tercer y último mensaje: sin importar los problemas a los que te enfrentes si tienes fe en la Virgen de Guadalupe y tienes un buen comportamiento, ella intervendrá en la solución de los mismos.

Finalmente, a través análisis realizado hemos podido observar en los resultados obtenidos el melodrama “La Rosa de Guadalupe”, se compone de tres elementos discursivos base, presentes de forma implícita en todos sus capítulos:

1. La falta de comunicación o de información es la principal causa de todos los problemas.
2. Debemos de respetar a las instituciones del estado, así como a sus representantes.
3. Con fe y un buen comportamiento todos los problemas tienen solución.

Estos tres elementos en conjunto mantienen una relación estrecha con las categorías que conforman nuestro modelo de análisis, principalmente con la formación discursiva, pues a nuestro parecer forman una especie de macro discurso hegemónico, que se remonta a la época de la Nueva España, cuando la elite dotaba a la imagen de la Virgen de Guadalupe de significados acordes a las necesidades de la sociedad, en este caso la imagen forma parte de una cadena discursiva cargada de diversos significados, cuya función cubre la necesidad de enviar un mensaje que cuya carga ideológica se compone de códigos de conducta, reglas de comportamiento, una fe o doctrina específica, así como respeto a las instituciones existentes, es decir respeto al Estado así como a sus leyes. En otras palabras, podemos considerar que este esté macro discurso integra, recrea y reproduce una formación ideología específica, mediada a través de la televisión y demás plataformas digitales.

Consideramos que, aunque las formaciones ideológicas que forman parte de la composición del discurso de La Rosa de Guadalupe, históricamente se originan dentro de las elites de la sociedad mexicana, esto no implica que se encuentre al servicio de las mismas, es decir independientemente de los resultados, no podemos afirmar que exista algún tipo de convenio entre la Iglesia, el estado, y el resto de las clases hegemónicas, para crear un discurso que busque mantener las estructuras actuales del poder, pues como lo hemos mencionado a lo largo de esta investigación, tanto la lucha de clases, estereotipos, moral y algunos elementos de religiosidad siempre han formado parte de la narrativa y la fórmula de producción de la telenovela como producto de entretenimiento.

Como observación extra, en dos de los 4 capítulos analizados, nos hemos encontramos con un elemento narrativo en común, cabe destacar que estos hallazgos no tienen relación con nuestra búsqueda de elementos relacionados con la religiosidad, sin embargo, consideramos que merece la pena mencionarlos.

En *deseos de vivir*, el único personaje que recibe un castigo por su forma de actuar es Benita, a quien ingresan al consejo tutelar para menores por haber tratado de deshacerse de su hijo, mientras que, por otra parte, ni Alan, ni padres reciben castigo, ni sanción alguna en el transcurso de la historia, a pesar de tener una relación directa con el abandono del bebe, y por haber contratado “actores” para suplantar a los padres de Benita, cunado intento abortar.

En *mi dulce compañía*, Luisa es recluida por haber secuestrado a Néstor, mientras que el padre de Mónica (Silvio), no recibe ningún castigo por haberse llevado a su hija ni por hacerla cruzar ilegalmente a Estados Unidos.

No sabemos si estos detalles fueron omitidos por cuestiones técnicas (duración de la telenovela), sin embargo, esto da pie a diversas interpretaciones como por ejemplo en el primer caso, Alan y sus padres al pertenecer (dentro de la historia) clase económica más alta esto podría simbolizar que mantener una posición social más alta los exime de cualquier sanción. Por otra parte, tanto Alan (*deseos de vivir*) como Silvio (*mi dulce compañía*) al no recibir castigo, nos hace pensar en una visión machista en la que los hombres no reciben castigos por sus malas acciones.

Retomando el carácter posiblemente machista identificado en nuestras muestras, en cuando encallan las ballenas, Zacarias, pasa de ser un antagonista que hace bullying constante a Esther a la posición de amigo, posición con la que adquiere influencia sobre ella al grado de involucrarla en el reto de la ballena azul, aunque a diferencia de los dos primeros capítulos mencionados, en el epilogo si podemos observar que la puesta en escena que involucra la atención psicológica él al igual que Esther y su familia reciben terapia.

Por último, en *el paquete* nos hemos encontrado con que, Delia es la causa principal de los problemas en esa historia, pues causa el divorcio de sus padres, hecho que desencadena la

rebeldía de German, por otra parte, esta antagonista al mismo tiempo detona la solución del conflicto al serle infiel a Brandon y al tratar de seducir a German, pues parte de la solución retomada en el epílogo es la separación de Brandon y Ofelia. Dándole con esto una característica de “mala mujer” cuyo mensaje podría interpretarse como las malas mujeres pueden destruir matrimonios y causarles sufrimiento a los hijos.

Conclusiones

Esta investigación nos ha permitido, encontrar elementos suficientes para afirmar que el discurso de la Rosa de Guadalupe se sustenta y se apropia del iconicismo y del sistema de valores, propios del catolicismo, simbolismo que forma parte también de la historia nacional, y que en conjunto forman parte de la identidad de gran parte de los mexicanos. Al incorporar dichos componentes a su esencia como producto televisivo, produce, reproduce y legitima todo un sistema de creencias que a nuestro parecer dan como resultado un producto adjunto como valor agregado un significado de carácter mercantil al peso simbólico que posee la Virgen de Guadalupe.

Consideramos que no existe una difusión explícita de la doctrina católica en este melodrama, pues en su discurso no se citan versículos o personajes bíblicos, tampoco se ostenta la imagen institucional ni de los representantes de la Iglesia, y los elementos icónicos que forman parte de su composición para la puesta en escena, mayormente más que reforzar o difundir una fe, enfatizan el discurso propio de este melodrama, sin embargo, consideramos que si se promueven valores que forman parte su retórica. Estos al mismo tiempo forman parte de una cadena de reglas de conducta relacionadas con la religiosidad guadalupana que conlleva valores como el respeto a la autoridad, incluso modelos de femineidad, estructura familiar, etc. Lo que hemos naturalizado en nuestras relaciones sociales, al grado que podemos compararnos con un pez en el agua, incapaz de ver el agua misma por estar inmerso en ella.

Es pues un modelo hegemónico de comportamiento cuya función histórica es la de mantener el estado actual de las estructuras de poder.

Dada nuestra formación como mexicanos, el catolicismo forma parte de nuestra vida diaria así como de nuestros referentes históricos y culturales la presencia de esta religión se encuentra presente en nuestro imaginario, independientemente de que la llevemos a la práctica, seamos creyentes o no, forma parte de nuestras tradiciones y memoria colectiva, por lo tanto no es extraño que las producciones televisivas se apropien, reconstruyan e integren parte de sus valores histórico-culturales, profundamente relacionados con la cultura popular mexicana en sus narrativas, el discurso característico de las telenovelas como género televisivo, desde sus inicios ha retomado tradiciones y valores relacionados con esta religión sin embargo, desde una perspectiva histórica esto no nos parece extraño, pues la idiosincrasia católica forma parte de los cimientos con los que fue fundada esta nación, la evangelización fue un instrumento clave para la conquista y colonización de los españoles por lo que probablemente siempre encontraremos parte de vestigios en nuestras prácticas individuales y sociales, mismas que son un referente clave para la creación de las historias que forman parte de las ficciones producidas por los medios mexicanos. En el caso particular las telenovelas, y en específico de “La Rosa de Guadalupe”, podríamos considerar que es algo inevitable ya que es parte de la formula con la que son construidas sus historias, por lo tanto, nos parece que la respuesta en cuanto al cuestionamiento sobre cuáles son las practicas y discursos relacionados con la religiosidad a través de la Rosa de Guadalupe, se responde a partir de nuestro análisis y aunque no se trate de una reproducción fiel, si hay una incorporación del sistema de creencias y valores del catolicismo en cada una de las historias de este melodrama, podemos resumir que la devoción, respeto a las tradiciones y la oración son las practicas mas difundidas dentro de la formula discursiva de este melodrama, desde

nuestra perspectiva si hay cierta promoción al culto guadalupano en los mensajes de esta producción aunque en definitiva no podemos afirmar que se trate de un acto premeditado, con base en lo antes mencionado consideramos que aunque el discurso de este programa no sea creado con el propósito de fomentar una orientación religiosa en particular, en cierto sentido lo hace al incorporar la iconicidad del guadalupanismo en su discurso (aunque desconocemos cuáles son sus posibles efectos), nos queda claro que la telenovela incorpora algunos elementos de carácter religioso en sus tramas, por lo tanto forman parte de su estructura narrativa tradicional como género televisivo. Sin embargo, teniendo en cuenta la gran carga simbólica que ostentan tanto el nombre como la imagen de la Virgen de Guadalupe, lo consideramos un referente con la capacidad de dirigir nuestro imaginario a una gran cantidad de tópicos de carácter histórico, cultural, místico y cultural, y es casi inevitable relacionarlos entre sí, por ejemplo, además de los referentes de carácter religioso, la imagen de la Virgen nos puede remitir a dos de los procesos históricos más importantes de México, a la independencia y la revolución ya que formó parte no solo del estandarte de Miguel Hidalgo, sino también de los revolucionarios zapatistas.

Por lo tanto, la narrativa de “La Rosa de Guadalupe”, en cuanto a prácticas y discursos relacionados a la religiosidad, emite el mensaje de que la Virgen a través de su intervención divina, es capaz de ayudar a resolver cualquier adversidad que sus protagonistas puedan afrontar, o en el caso de que su público se identifique con los mismos, la afirmación más apropiada sería: “podamos afrontar”.

En lo referente a la explotación del peso simbólico de la “Guadalupana” por parte de este melodrama, lo hace de una forma bastante interesante y peculiar, al dotar de significado místico a objetos y “fenómenos” en específico, mismos que les dan cierta continuidad o que establecen una correlación entre sus diversas historias, al estar presentes en todos los

capítulos. Esto puede comprobarse sin necesidad de llevar a cabo un análisis exhaustivo o ser un telespectador recurrente, al seguir la narración de cualquiera de sus episodios nos daremos cuenta que la presencia y posterior desaparición de la rosa blanca, así como ese viento que sopla en los rostros de los protagonistas en los momentos clave de sus historias, son autorreferentes de características “místicas”, que de forma mecánica nos permiten predecir que a la brevedad sucederá un acontecimiento importante, capaz de cambiar el rumbo de los acontecimientos y que esos elementos son un símbolo o representación de una intervención divina, por lo que, dentro del universo o la mitología propios de este melodrama, la rosa blanca se convierte en la prueba de un primer contacto con lo sacro por parte de los protagonistas, en una manifestación tangible de su presencia e intervención, mientras que el elemento que involucra al “vientecito”, se convierte en el presagio de que la solución definitiva a todos los problemas se encuentra muy cerca.

Desde esta perspectiva, nos parece que, así como este programa es capaz de dotar de características místicas a objeto como lo es la rosa blanca y convertirla en un autorreferente capaz de simbolizar la presencia o intervención de la Virgen de Guadalupe, o en otras palabras convierte a la rosa en un referente de otro referente, la rosa se remonta a la Virgen de Guadalupe, quien al mismo tiempo nos remonta a otra diversidad de posibles significados.

Por lo tanto este melodrama en definitiva también posee la capacidad de convertir los valores religiosos en parte de un producto de consumo (no necesariamente como algo independiente, más bien como una especie de ingrediente), y lo hace desde el mismo momento en que los incorpora la narrativa de una producción televisiva que por sí misma es un producto, cuyas funciones primordiales son las de entretener y la de vender, una en función de la otra es decir, si un producto televisivo no entretiene, no tiene audiencia y si no tiene audiencia no vende, al mismo tiempo este producto mediático (al igual que cualquier otra producción televisiva),

además de tener la capacidad de venderse a sí mismo, al mismo tiempo tiene la de crear e incluir otros subproductos, de consumo por ejemplo, temporadas completas en formatos como el DVD, libros de historias, contenidos en plataformas de streaming y espacios publicitarios, por lo tanto desde esta perspectiva los valores religiosos o específicamente su simbología icónica, al formar parte de sus contenidos se fusionan con una gran cantidad de productos mercantiles, parte del mercado de la industria cultural, cuyo éxito es fácilmente comprobable sin necesidad de introducir cifras de ventas como una reseña, pues una evidencia tangible del éxito de La Rosa de Guadalupe es su permanencia al aire durante 10 años consecutivos y el haber producido y transmitido más de 1000 episodios hasta este momento (2018).

Como reflexión consideramos que “La Rosa de Guadalupe”, hereda los valores y características primordiales del melodrama cinematográfico nacional, cuyos valores son esencialmente conservadores y los que la familia suele ser el núcleo central de todas las cosas y la religión católica “constituye un pilar fundamental de la sociedad no sujeta a dudas, la Virgencita ayuda siempre a sus hijos y si, en alguna ocasión no responde a sus suplicas, es porque seguramente los está poniendo a prueba” (Trejo, 2011, p. 49). Del mismo modo se apropia o incorpora características pertenecientes al discurso religioso e incluso del estatal pues su narrativa refuerza los valores culturales que mantienen a la sociedad en su lugar. Aunque el discurso de este melodrama o telenovela compactada, tiene una gran cantidad de características y contenidos que desde algunas perspectivas podrían considerarse como parte de un instrumento de control hegemónico mediado principalmente por la televisión, no podemos afirmar que los creadores y escritores de este programa produzcan sus contenidos con la intención de obtener resultados específicos, y nuestra postura a este respecto es que más que un instrumento de dominación se trata de un producto que responde a las lógicas del

mercado y en función de las mismas incorpora en su discurso todo tipo de elementos que puedan mantener su éxito en la televisión.

Nuestro análisis nos ha permitido identificar que La Rosa de Guadalupe, construye su discurso tomando como base para la creación de sus tramas toda clase de fenómenos sociales de carácter cotidiano, principalmente dentro del contexto nacional, una vez que son apropiados y transformados en sus adaptaciones, se incorporan los referentes de carácter guadalupano, el escritor de este melodrama, Carlos Eduardo Mercado, admitió en una entrevista para Notimex (2018), que el punto de referencia principal en el que se basan sus historias son las primeras planas de los diarios, por otra parte, menciona que este programa fue creado como un concepto de unión, esperanza, “que acrecentara la fe y apaciguara las divisiones que la sociedad presentaba luego de las elecciones presidenciales del 2005, en las que triunfo Felipe Calderón Hinojosa”, en la entrevista en cuestión se menciona que:

En los mil 200 programas que llevamos no se ha visto una sola vez a un cura o a una monja, y no se verán. Sólo mostramos a una deidad unificadora y esperanzadora, pero ‘La Rosa de Guadalupe’ no tiene que ver con la institución clerical o cualquier otra (Uniradio Noticias, 2018).

Como lo hemos mencionado a lo largo de esta investigación las afirmaciones del productor, escritor y de Televisa, que sostienen que no se trata de un programa religioso son ambiguas teniendo en consideración el peso simbólico que posee la Virgen de Guadalupe, y el hecho de mostrar a una “deidad unificadora y esperanzadora”, independientemente de la nula relación con el clero, esta deidad no es una creación del escritor, tampoco lo es su simbolismo ambos son apropiados por lo tanto, además de entrelazar referentes de carácter religioso a través de adaptaciones de acontecimientos diarios y cotidianos.

Finalmente nos parece que más allá de la intencionalidad con la que se construye el discurso de “La Rosa de Guadalupe”, sus características y contenidos nos permiten afirmar que, aunque efectivamente no es un programa religioso, pues no hemos encontrado suficientes elementos discursivos para categorizarlo como tal, a nuestro parecer este programa en efecto difunde y promueve valores, propios del catolicismo y en cierto sentido los mantiene vigentes al igual que una parte de su sistema de creencias, al apropiarse del nombre y la imagen de uno de sus referentes simbólicos más importantes y significativos en México: La Virgen de Guadalupe e incorporarlos en sus historias, cualquier cuestionamiento ético en lo relacionado a su apropiación queda a juicio y consideración personal tanto de sus críticos como de sus seguidores.

Bibliografía

Aguaded, J. I. (2000). El discurso televisivo: los fundamentos semiológicos de la televisión. En: Cabero Almenara, J. (Eds.). *Nuevas tecnologías en la formación flexible y a distancia* (pp. 653-673). Sevilla, España: EDUTEC

Altamirano, L. S. (2014). *Las representaciones sociales del guadalupanismo contenidas en el programa La Rosa de Guadalupe*. México Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Beristain, H. (1995). *Diccionario de retórica y poética*. México D.F.: Porrúa

Bettetini, G. (1984). *El tiempo en la expresión cinematográfica. La lógica temporal de los test audiovisuales*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica

Berger, P. L. (1967). *The Sacred Canopy: Elements of a sociological Theory of Religion*. Garden City New York: Doubleday.

Bitonte, M. E. (2005). Las fórmulas de recepción de una teoría de los discursos sociales de Eliseo Verón. *Contemporánea*, 3 (2), 29-52.

Blancarte, J. R. (1999). Religión medios masivos de comunicación y poder. *Sociológica*, 14 (41), 183-198

Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México. D. F: Grijalbo - Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes

Boyer, P. (2002). *¿Por qué tenemos religión?, origen y evolución del pensamiento religioso*. México D.F.: Taurus

Brandes, S. (2000). El día de muertos, el halloween y la búsqueda de una identidad nacional mexicana. *Alteridades*, 10 (20), 7-20.

Brown, M. E. (1997). El discurso femenino y el público de las telenovelas: un argumento a favor de la lectura de resistencia. En: Verón, E., Escudero, L. (Eds.). *Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales* (pp. 223-233). Barcelona.: Gedisa.

Buddenbaum, J. M. Stout. D. A. (1996) A review of the mass communication and sociology literature. En: *Religion and mass media. Audiences and adaptations*. International, London, New Delhi, Sage Publications.

Casetti., F., di Chio. F. (1991). *Como analizar un film*. Barcelona, Buenos Aires, México. Paidós.

Cipriani, R. (2004). *Manual de sociología de la religión*. México. Siglo Veintiuno editores.

De la Torre. R. Mora. J. M. (2003). Itinerarios creyentes del consumo neoesotérico. *Comunicación y sociedad*, (39), 113-143.

De la Torre (agosto 29 de 2017). Reconfiguraciones de las identidades religiosas en México. Descripción del proyecto. México. CIESAS. Recuperado de

<https://ichan.ciesas.edu.mx/puntos-de-encuentro/reconfiguraciones-de-las-identidades-religiosas-en-mexico-descripcion-del-proyecto/>

Díaz-Barriga, M. (2002). Repensando a la Virgen de Guadalupe: Devoción. Empoderamiento e identidad masculina chicana. *Alteridades*, 12 (23), 35-47.

Echeverría, B. (2011). Meditaciones sobre el barroquismo. II. El guadalupanismo y el ethos barroco en América Latina. *Theoría: revista del colegio de filosofía*, 23 (13) 101-110

Fernández Díez, F. Abadía. J. (1999). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona: Paidós.

Florescano, E. (2005). *Imágenes de la patria*. México. D.F.: Taurus.

Giordan, G. (2007). Spirituality: from a religious concept to a sociological theory. En: Flanagan. K. Jupp. P. C. (Eds.). *A sociology of Spirituality* (pp. 160-180) Ashgate Publishing, Ltd.

Gobierno Federal. SEGOB. SER. (2008). *Informe ENCUP 2008, democracia, participación ciudadana, política, confianza*. México: INEGI.

González Cirimele, L. (2012). El discurso semiótico de la identidad en los museos comunitarios de Oaxaca. *Cuicuilco* 9 (25), 1-19.

González Elgarte, A. P. (2013). *El melodrama en la televisión: Estudio de caso La Rosa de Guadalupe*. (tesis de pregrado). Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Guerrero A. L. (2 de noviembre de 2018). *¿Cómo son las prácticas religiosas y creencias de los mexicanos?* CONACYT Prensa. Recuperado de

<http://www.conacytprensa.mx/index.php/ciencia/humanidades/16356-creencias-y-practicas-religiosas-mexicanos>

González, J. (1998). *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre las telenovelas en México*. México: Universidad de Guadalajara.

Haidar, J. (1998). Análisis del discurso. En Galindo Cáceres, J. (Eds.). *Técnicas de investigación, en sociedad, cultura y comunicación* (pp. 117-164). México. Pearson.

Haidar, J. (2006). *Debate CEU-Rectoría. Torbellino pasional de los argumentos*. México. D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.

Henriquez Mendoza, J. C. (2006). Sistema operativo de creencias y consumo mediático en el contexto global (Un estudio fenomenológico sobre la recepción de la película: What the bleep do we (k)now. (tesis de maestría). Universidad Iberoamericana, México.

Hervieu-Léger, D. (2008). Algunas paradojas de la modernidad religiosa. Crisis de la universalidad, globalización cultural y reforzamiento comunitario. *Versión*, (21), 15-29.

Herros, M. A. (Productor). (2013). *La Rosa de Guadalupe* [Streaming]. de:

<https://www.lasestrellas.tv/programas/la-rosa-de-guadalupe/capitulos/capitulo-rosa-guadalupe-deseos-vivir>

Herros, M. A. (Productor). (2015). *La Rosa de Guadalupe* [Streaming]. de:

<https://www.lasestrellas.tv/programas/la-rosa-de-guadalupe/capitulos/rosa-guadalupe-mi-dulce-compania-21-enero-2015>

Herros, M. A. (Productor). (2017). *La Rosa de Guadalupe* [Streaming]. de:

<https://www.lasestrellas.tv/programas/la-rosa-de-guadalupe/capitulos/capitulo-964-cuando-encallan-las-ballenas>

Herros, M. A. (Productor). (2017). *La Rosa de Guadalupe* [Streaming]. de:

<https://www.lasestrellas.tv/programas/la-rosa-de-guadalupe/capitulos/capitulo-967-el-paquete>

Horkheimer, M. Adorno, T. W. (1994) La industria cultural. Ilustración como engaño de masas. En: *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos* (Juan José Sánchez, trad.), España: TROTTA. (Obra original publicada en 1969).

INEGI, (2000). La diversidad religiosa en México, XXII Censo general de población y vivienda 2000. México: INEGI.

IMDb. (9 de septiembre de 2017). *Watchlist*. Recuperado de https://www.imdb.com/title/tt0328752/fullcredits/?ref=tt_ov_st_sm%20el%20manantial%20del%20milagro

IMDb. (9 de septiembre de 2017). *Watchlist*. Recuperado de

https://www.imdb.com/title/tt0459677/fullcredits/?ref=tt_ov_st_sm

Karam, T. (2005). Una introducción al estudio del discurso y al análisis del discurso. *Global Media Journal*, 2 (3).

King, M. (2006). The spirituality revolution – The emergence of contemporary spirituality David Tacey (2004) Reviewed by Mike King. En. Bowman, M.I & Kemp, D. J. (Eds.).

Journal of Alternative Spiritualities and New Age Studies Volume 2 (pp. 165-170). London, UK. BookSurge Publishing.

Kress, G., Leite-García, R., Van Leeuwen, T. (1997). *Semiótica discursiva* En: Van Dijk, T. *El discurso como estructura y proceso* (pp. 373-416). Barcelona: Gedisa.

Orozco, G., Hernández, F., Huizar, A. (2009). México el creciente mercadeo de la ficción y sus estrellas. En: Orozco, G., Vasallo de Lopes, M.I. (Eds.). *La ficción televisiva en países iberoamericanos: narrativas formatos y publicidad*. México, Guadalajara.: Observatorio mexicano de la ficción televisiva, Observatorio europeo de la ficción televisiva, Observatorio europeo de la ficción infantil.

Orozco, G. (1994). Viendo detrás de la pantalla, En: Orozco, G. (Eds.). *Televisión y producción de significados (tres ensayos)* (pp. 9-75). México, Guadalajara.: Universidad de Guadalajara.

Orozco, G. (2011). Entre espectáculo, mercado y política: La telenovela mexicana en más de cinco décadas. En: Cueva, A., Estrada, C., Garnica, A., Jara, R. López, H., Orozco, G., Soto, S. (Eds.). *Telenovelas en México. Nuestras intimas extrañas*. (pp. 181-218). México, D.F.: Grupo Delphi.

Luhmann, N. (2007). *La religión de la sociedad* (Luciano Elizaincín, trad.), España, Madrid. TROTТА. (Obra original publicada en 2000).

Masferrer Kan, E. (2008). Las religiones en los medios o las iglesias en los medios. *Versión*, (21), 197-214.

Mayer, A. (2002). El culto de Guadalupe y el proyecto tridentino en la nueva España. *Estudios de Historia Novohispana*, 26 (26), 17-49.

McQuail, D. (1998). *Introducción a la teoría de comunicación de masas*. Barcelona, Buenos Aires, México.: Paidós.

Mazzioti, N. (1996). La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina. Buenos Aires.: Paidós.

Montero, A. S. (2014). El análisis del discurso francés y el abordaje de las voces ajenas: interdiscurso, polifonía, heterogeneidad y topos. En: Canales, M. (Eds.). *Escucha de la escucha. Análisis e interpretación en la investigación cualitativa* (pp. 247-273). Santiago de Chile.: LOM ediciones

Narváez Torregrosa, D. (2008). Reflexiones del hecho religioso a través del cine. *Versión*, (21), 125-167.

Notimex. (2 de septiembre de 2018). "La Rosa de Guadalupe" carece de censura, goza de libertad en temas. Uniradio Noticias. Recuperado de

<https://www.uniradionoticias.com/noticias/fama/538300/la-rosa-de-guadalupe-carece-de-censura-goza-de-libertad-en-temas.html>

Padilla de la Torre, R. (2004). *Relatos de telenovelas. Vida, conflictos e identidades*. México. Universidad de Aguascalientes.

Peñaflor Valdez, N., Rivero López, L. M., Rodríguez García, N. A. (1995). Manual de producción de la televisión. México.: SEP-UTE-JICA-CETE.

Pérez, S. I. (2013). Tecnologías digitales, análisis del discurso y multimodalidad: de la lingüística crítica a la semiótica social. *Revista de ciencias sociales, segunda época*. (23), 29-47.

Pilleux, M. (2001). Competencia comunicativa y análisis del discurso. *Estudios Filológicos*. (36), 143-152.

Ricard, R. (1986). *La conquista espiritual de México*. México. D.F.: Fondo de Cultura Económica.

RIFREM, (2016). Encuesta nacional sobre creencias y prácticas religiosas en México. México.: RIFREM.

Rincón. O. (2006). *Narrativas mediáticas O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: GEDISA

Rivera, A. J. (16 de Julio de 2017). La Rosa de Guadalupe no es un programa religioso: Miguel Ángel Herros. *MILENIO*. Recuperado de

<http://www.milenio.com/espectaculos/rosa-guadalupe-programa-religioso-miguel-angel-herros>

Romeu Aldaya, V. (2011). Arte y reproducción cultural. *Estudios sobre las culturas contemporaneas*, 17 (33), 113-139.

Rizo, M. Romeu Aldaya, V. (2011). *De Sabina y sus canciones Una propuesta metodológica para el análisis de textos artísticos*. Colección cuadernos de comunicación y cultura. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Rostas, S. Droogers, A. (1995). El uso popular de la religión popular en América Latina. Una introducción. *Alteridades*, 5 (9), 81-91.

Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer análisis del discurso. *Cinta Moebio*. (41), 207-224.

Sierra Gutiérrez, L. I. (2007). La telefé: religión mediatizada. *Signo y pensamiento*, (50), 232-251.

Soto, S. (2011). La telenovela mexicana: una mirada desde la bibliotecología En: Cueva, A., Estrada, C., Garnica, A., Jara, R. López, H., Orozco, G., Soto, S. (Eds.). *Telenovelas en México. Nuestras intimas extrañas*. (pp. 219-248). México, D.F.: Grupo Delphi.

TELEVISA. (14 de agosto de 2009). La Rosa de Guadalupe. Recuperado de <http://esmas.com>

TELEVISA. (10 de julio de 2014). ESMAS. Recuperado de www.esmas.com

TELEVISA. (20 de septiembre de 2014). La Rosa de Guadalupe. Recuperado de <http://www.televisa.com/programas-tv/la-rosa-de-guadalupe/acerca-de/>

TELEVISA. (10 de Julio de 2014). Noticias. recuperado de La Rosa de Guadalupe: <http://www.televisa.com/programas-tv/la-rosa-de-guadalupe/noticias/>

TELEVISA. (14 de abril de 2017). Las Estrellas. Recuperado de La Rosa de Guadalupe: <http://www.lasestrellas.tv/programas/la-rosa-de-guadalupe/>

TELEVISA. (02 de octubre de 2017). Sala de prensa. Recuperado de <http://www.televisa.com/sala-de-prensa/telenovelas/1022516/caer-tentacion-lider-audiencia-del-prime-time-semana-estreno-/>

Tomas, D. (2008). Book review on Heelas and Woodhead's the spiritual revolution: why religion is giving way to spirituality. *Implicit religion*, 11 (1), 65-107.

Torres Nafarrate, J. (1999). Ejercicios de rutina para explicar la teoría de Luhmann. *Estudios Políticos, Cuarta Época*. (21), 35-50

Trejo Silva, M. (2011). *La telenovela mexicana. Orígenes análisis y perspectivas*. México: Trillas

UNIVISION. (09 de agosto de 2016). Entretenimiento. Recuperado de

<https://www.univision.com/series/la-rosa-de-guadalupe/sinopsis-de-la-rosa-de-guadalupe>

Uribe, A. B. (2009). *Mi México imaginado: telenovelas, televisión y migrantes*. México: Porrúa.

Varga, I. (2007). Georg Simmel: religion and spirituality. En: Flanagan, K. Jupp, P. C. (Eds.). *A sociology of Spirituality* (pp.145-160) Ashgate Publishing, Ltd.

Valenzuela, J. I. (2012). *Taller práctico de escritura de telenovela: ocho clases*. México.: Punto de lectura Santillana.

Van Dijk, T. (1997). El estudio del discurso. En: Van Dijk, T. *El discurso como estructura y proceso* (pp. 21-65). Barcelona: Gedisa.

Vilches, L. (1984). *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós.

Vilches, L. (1993). *La televisión: los efectos del bien y del mal*. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós.