



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

¿UNA MUJER ENTERA NO NECESITA MEDIA NARANJA? REPRESENTACIÓN DEL AMOR DE PAREJA COMO MECANISMO DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN LA TELENOVELA MEXICANA *LAS APARICIO*.

Ramírez Salgado, Raquel
Maestrante en Comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la
Universidad Nacional Autónoma de México.
raquelramisal@hotmail.com

Mejía Reyes, Carlos
Maestro en Sociología. Profesor de Tiempo Completo de la Universidad Autónoma del
Estado de Hidalgo.
mejiareyescarlos@gmail.com

RESUMEN:

El 19 de abril de 2010 comenzó a transmitirse en México la telenovela *Las Aparicio*, producto televisivo que presenta a sus protagonistas, la madre y sus tres hijas, como mujeres transgresoras, que no vinieron a este mundo a sufrir, que son contemporáneas, urbanas y decididas a tomar el control de su vida. Estas mujeres comparten un esquema familiar muy peculiar: todas dan a luz exclusivamente a niñas y todas han quedado viudas en circunstancias extraordinarias y por su condición de viudez, “han aprendido a no necesitar a los hombres para sobrevivir, pues ahora los tienen porque quieren y porque pueden”.⁶⁹⁴ La frase central con la que *Las Aparicio* se dio a conocer y se vendió fue *Una mujer entera no necesita media naranja*, sin embargo, en esta historia se reproduce el estereotipo de género de las mujeres dependientes de sus parejas a nivel emocional, y que establecen vínculos amorosos aún en el contexto de la violencia de género. Ante lo anterior, este trabajo pretende evidenciar de qué forma, en los vínculos amorosos de pareja de las hermanas Aparicio, Alma, Mercedes y Julia, están presentes acciones u omisiones propios de la violencia contra las mujeres. Las herramientas teórico-metodológica base de este trabajo son la perspectiva de género feminista y la concepción estructural de la cultura propuesta por John B. Thompson.

PALABRAS CLAVE:

Género, violencia de género contra las mujeres, estereotipos sexistas, medios de comunicación, derechos humanos de las mujeres.

⁶⁹⁴ <http://www.lasaparicio.com> Consultado el 12 de enero de 2011.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

INTRODUCCIÓN

La adopción de los estatutos de la Organización de las Naciones Unidas en 1945 y de la Declaración Universal de los Derechos Humanos en 1948 obligó a los Estados miembro a proteger, garantizar y promover los derechos humanos y la dignidad de todas las personas. Sin embargo, estos derechos estaban expresados en masculino y es hasta 1993, en la Conferencia Mundial de Derechos Humanos en Viena, que se reconoce la especificidad de los derechos humanos de las mujeres y niñas (Vega Montiel, 2010).

En el año 2000, los resultados del Global Media Monitoring Project mostraron un panorama desalentador, debido a que se encontró que las mujeres somos representadas a través de estereotipos⁶⁹⁵ que nos asocian con los roles tradicionales (madres, esposas y amas de casa), como seres frágiles o como objetos sexuales; además se demostró que los estereotipos de género prevalecen, ya que en los noticiarios de 71 países sólo el 19 por ciento de las protagonistas eran mujeres, y además, eran objeto de coberturas sensacionalistas y representadas en los roles de víctimas, madres o esposas, pero no como protagonistas de la dinámica política y social. Vale señalar que el 81 por ciento restante de las noticias tuvo como protagonistas a hombres, en su mayoría, políticos, empresarios y deportista (Red de Investigadoras por la Vida y la Libertad de las Mujeres, 2008).

El Global Monitoring Project volvió a realizarse y los resultados se publicaron en 2010. Según el informe, se incrementó la presencia de las mujeres en la información noticiosa, sin embargo, se siguen reforzando los estereotipos de género y sólo el seis por ciento de estas notas destacaron temas sobre igualdad o desigualdad de género⁶⁹⁶. Queda claro que aunque las mujeres hemos ganado espacios políticos, económicos y sociales, las brechas y los sesgos de género están latentes en la información noticiosa.

En la 4ª Conferencia Mundial de la Mujer, en Beijing 1995, en la Plataforma de Acción se señala la preocupación y necesidad de promover una representación de las mujeres en los medios de comunicación libre de estereotipos:

“Hay que suprimir la proyección constante de imágenes negativas y degradantes de la mujer en los medios de comunicación, sean electrónicos, impresos, visuales o sonoros. Los medios impresos y electrónicos de la mayoría de los países no ofrecen una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres y de su aportación a la sociedad en un mundo en evolución. Además, los productos violentos y degradantes o pornográficos de los medios de

⁶⁹⁵ En esta investigación se entiende por estereotipos “categorías de atributos específicos a un grupo que se caracterizan por su rigidez” (Araya, 2002). Concretamente, el estereotipo de género se refiere al “conjunto de pensamientos o representaciones consensuales acerca de las características diferentes de hombre y mujer, características que son asignadas o impuestas socialmente (Bustos, 1998).

⁶⁹⁶ El informe completo en español puede descargarse desde la página www.whomakesthenews.org Consultado el 28 de noviembre de 2011.



difusión también perjudican a la mujer y su participación en la sociedad. Los programas que insisten en presentar a la mujer en sus papeles tradicionales pueden ser igualmente restrictivos. La tendencia mundial al consumismo ha creado un clima en el que los anuncios y mensajes comerciales a menudo presentan a la mujer como consumidora y se dirigen a las muchachas y a las mujeres de todas las edades en forma inapropiada”.

Otro documento indispensable en cuanto a los derechos humanos se refiere es la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés y ratificada por México en 1981). En su primer artículo, la CEDAW define discriminación contra la mujer como “toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera”.

Desde luego que para llevar a cabo las acciones afirmativas anteriores no sólo se requiere de la participación de los medios masivos, sino también de la intervención del Estado, la academia, el activismo y la ciudadanía. La CEDAW apunta en su segundo artículo que “los Estados Partes condenan la discriminación contra la mujer en todas sus formas, y deben seguir, por todos los medios apropiados y sin dilaciones, una política encaminada a eliminar la discriminación contra la mujer”.

La Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer “Convención Belém Do Pará”, también signada por México, establece en su artículo 6 que:

“El derecho de toda mujer a una vida libre de violencia incluye, entre otros:

- a. El derecho de la mujer a ser libre de toda forma de discriminación, y
- b. El derecho de la mujer a ser valorada y educada libre de patrones estereotipados de comportamiento y prácticas sociales y culturales basadas en conceptos de inferioridad o subordinación”.

Para que este derecho inalienable de las mujeres se cumpla, una de las medidas, entre muchas otras, que los Estados Partes deben llevar a cabo es “alentar a los medios de comunicación a elaborar directrices adecuadas de difusión que contribuyan a erradicar la violencia contra la mujer en todas sus formas y a realzar el respeto a la dignidad de la mujer” (Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer “Convención Belém Do Pará”, artículo 8).

Por otro lado, la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (LGAMVLV) dicta en su artículo 35 que la Federación, las entidades federativas, el Distrito Federal y los municipios deberán coordinarse para integrar y hacer funcionar el Sistema Nacional para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres. Derivado del



Sistema Nacional, el Programa Integral para prevenir, atender, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres contendrá diversas acciones con perspectiva de género, como:

-“Transformar los modelos socioculturales de conducta de mujeres y hombres, incluyendo la formulación de programas y acciones de educación formales y no formales, en todos los niveles educativos y de instrucción, con la finalidad de prevenir, atender y erradicar las conductas estereotipadas que permiten, fomentan y toleran la violencia contra las mujeres”;

-“Vigilar que los medios de comunicación no fomenten la violencia contra las mujeres y que favorezcan la erradicación de todos los tipos de violencia, para fortalecer el respeto a los derechos humanos y la dignidad de las mujeres”.

El Estado no ha cumplido con su responsabilidad de coordinar e integrar Sistema Nacional para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y por lo tanto no se han llevado las acciones afirmativas del Programa Integral para prevenir, atender, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres; sin embargo, la Secretaría de Gobernación por sí sola es la instancia encargada de “vigilar que los medios de comunicación favorezcan la erradicación de todos los tipos de violencia y se fortalezca la dignidad de las mujeres” (artículo 42, fracción X). Ni las instancias estatales ni los medios de comunicación se han responsabilizado por la reproducción de imágenes estereotipadas de las mujeres, las cuales fomentan la violencia y discriminación contra nosotras, ya que contribuyen a perpetuar la desigualdad entre hombres y mujeres.

Desde el feminismo no queremos afirmar que las audiencias televisivas, o de cualquier medio masivo, son pasivas, por el contrario, la receptora o el receptor es un sujeto activo capaz de recibir, pero también de seleccionar, procesar, transformar y acomodar la información e incluso desecharla, entrando en juego diferentes mediaciones (Bustos, 2000). El efecto de los relatos televisivos está condicionado con creencias preexistentes que los sustentan y afirman su legitimidad (Picini, 2000). No obstante, los medios de comunicación poseen un alto grado de influencia y presencia, tan sólo en el Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey, el 92% de la población tiene acceso a la televisión (Bustos, 2000).

LOS MEDIOS MASIVOS COMO AGENTES DE SOCIALIZACIÓN

Los individuos no nacen siendo miembros de una sociedad, sino con una predisposición a la socialidad, limitada por una secuencia temporal a su vez inducida por la dialéctica de la sociedad (Berger y Luckmann, 2003).

El punto de partida de este proceso, es decir, la socialización primaria, lo constituye la internalización: la aprehensión o interpretación inmediata de un acontecimiento objetivo en cuanto expresa significado, o sea, en cuanto es una manifestación de los procesos subjetivos de



otro que, en consecuencia, se vuelven subjetivamente significativos para mí. Esta aprehensión se detona cuando el individuo asume el mundo en el que ya viven otros (Berger y Luckmann, 2003).

Ahora bien, la socialización secundaria es la internalización de submundos institucionales o basados sobre instituciones. Su alcance y carácter se determinan por la complejidad de la división del trabajo y la distribución social concomitante del conocimiento. La socialización secundaria implica también la internalización de campos semánticos que estructuran interpretaciones y comportamientos de rutina dentro de un área institucional (Berger y Luckmann, 2003).

En la socialización primaria el individuo (niña, niño) internaliza el mundo de sus padres como el mundo completo y no como perteneciente a un contexto institucional específico, mientras que en la socialización secundaria suele aprehenderse el contexto institucional (Berger y Luckmann, 2003).

De esta forma, los individuos socializamos en un mundo construido previamente, en el que nos posicionamos según nuestra serie de características, las que no necesariamente implican habilidades o limitaciones de orden natural, sino proporcionadas y legitimadas socialmente por las instituciones.

Los medios de comunicación están presentes en la socialización secundaria de los individuos, pero hay que recordar que éstos no existen en el vacío, sino que son sistemas sociales que operan de acuerdo a ciertos objetivos específicos, valores, estilos organizativos y posibilidades tecnológicas, por lo que su contenido debe ser compatible con el contexto social (Bustos, 2000). Al estar insertos en el sistema patriarcal, los medios de comunicación contribuyen a reforzar una ideología en la que las relaciones de poder entre hombres y mujeres son asimétricas (Bustos, 2000).

No pretendemos ofrecer una designación genérica de "medios de comunicación", ya que contextualizarlos y caracterizarlos exige tomar en cuenta aspectos políticos, económicos, sociales, culturales, etc.:

"Los medios de comunicación "son tecnologías complejas y heterogéneas que instauran, cada cual con modalidades específicas, sistemas de comunicación a distancia y redes de intercambio simbólico presididas por la simultaneidad y la producción en serie de objetos, mensajes y señales" (Picini 2000).

Así pues, "en los medios masivos no hay una imagen de lo real, sino la sucesión imprevisible de hechos para ver, de situaciones para ser vistas y, sobre todo, contempladas de una cierta manera" (Picini, 2000), por lo tanto, los medios de comunicación sólo representan. Para representar cualquier "cosa" es necesario tener en cuenta sus componentes y las relaciones que existen entre tales componentes (Martín Serrano, 1993).



La representación actúa organizando un conjunto de datos de referencia proporcionados por el producto comunicativo⁶⁹⁷, en un modelo que posee algún sentido para el usuario o los usuarios de esa representación:

“El éxito de la reproducción de una representación depende de que quien la recibe posea los marcos de referencia necesarios para completar y organizar su propia abstracción de dicha representación” (Martín Barbero, 1993).

Stuart Hall afirma que en el proceso de sentido dentro de la cultura hay, por tanto, dos sistemas relacionados de representación. El primero nos permite dar sentido al mundo mediante la construcción de un conjunto de correspondencias o una cadena de equivalencias entre las cosas (gente, objetos, eventos, ideas abstractas, etc.) y nuestro sistema de conceptos, o mapas conceptuales. El segundo depende de la construcción de un conjunto de correspondencias entre nuestro mapa conceptual y un conjunto de signos, organizados o arreglados en varios lenguajes que están por, o representan esos conceptos. La relación entre las “cosas”, conceptos y signos está en el corazón de la producción de sentido dentro de un lenguaje. El proceso que vincula estos tres elementos y los convierte en un conjunto es lo que denominamos representaciones (Hall, 1997).

LA DISCUSIÓN DESDE EL FEMINISMO SOBRE LOS MEDIOS MASIVOS

Betty Friedan fue una de las precursoras en señalar que los medios de comunicación coadyuvan en la visión estereotipada de las mujeres, reproduciendo en su discurso que el deber de las mujeres era el de cumplir con su rol de madresposas (Vega Montiel, 2007):

“La imagen de las mujeres está definida por su relación de género con los hombres (esposa, objeto sexual, madre, ama de casa) y nunca como personas que se definen a sí mismas en virtud de sus propias acciones en la sociedad. Reforzada a través de revistas femeninas, películas, publicidad, mass media, manuales de psicología y sociología, hacían que cada mujer pensara que estaba sola y que la culpa era sola suya si no tenía un orgasmo mientras encerraba el suelo del salón de su casa” (Friedan, 1976).

Sin embargo, la reproducción de estereotipos sexistas contra las mujeres en los medios de comunicación conformó sólo una línea de investigación, a la que se le sumaron:

-“La interacción de las audiencias femeninas con los contenidos mediáticos;

⁶⁹⁷ Producto comunicativo es un término acuñado por Manuel Martín Serrano e incluye a cualquier producto resultante dentro de un Sistema de Comunicación; el objeto de estudio de esta investigación, la telenovela *Las Aparicio*, podría ser denominado producto comunicativo, sin embargo, se adoptará la categoría *forma simbólica*, propuesta por John B. Thompson.



-La participación de las mujeres en la estructura de los medios de comunicación (como propietarias, productoras, creadoras y trabajadoras);

-La participación de las mujeres en la sociedad de la información: en los procesos de apropiación de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación y en su trabajo como propietarias, productoras, creadoras y trabajadoras;

-La importancia de los movimientos de mujeres que buscan reformar las industrias de prensa y medios electrónicos (en su estructura y agendas) con el objetivo de tener en los medios de comunicación una herramienta para democratizar el mundo" (Vega Montiel y Hernández Téllez, 2009).

Tras el estado del arte que las Doctoras Aimée Vega Montiel y Josefina Hernández Téllez realizaron sobre la línea de investigación *Comunicación y Género*, estas investigadoras manifiestan que la representación de las mujeres en el discurso de los medios de comunicación constituye el eje sobre el que mayor información encontraron en la agenda de investigación mexicana (Vega Montiel y Hernández Téllez, 2009).

Este hecho responde al alcance de los mensajes mediáticos y a un elemento contextual muy importante: los medios de comunicación son instituciones insertas en sistemas patriarcales, y las transformaciones políticas, económicas y sociales permean su contenido, mas esto no significa que los medios modifiquen su contenido en aras del fomento de los derechos humanos de las mujeres, sino porque las consideran consumidoras potenciales. El problema es que al vender productos supuestamente innovadores, con protagonistas que se desempeñan en el espacio público, pero con cargas de tradicionalidad en su intimidad y subjetividad, los medios de comunicación contribuyen a reproducir *espejismos de igualdad* y a minimizar las brechas y sesgos de género que aún prevalecen en las sociedades patriarcales, es decir, no se cuestiona la desigualdad que separa a mujeres y hombres.

Por otro lado, si los medios de comunicación hablan sobre la violencia contra las mujeres, generalmente representan a las víctimas como responsables de la violencia ejercida en su contra o como mujeres-víctimas, con recursos que sólo dramatizan y facilitan el manejo sensacionalista (Vega Montiel, 2007). Así mismo, la violencia ejercida por los agresores suele ser amortiguada, justificada e, incluso, legitimada:

"... tienden a excusar al agresor con frases como: "estaba obsesionado", "estaba enamorado", "estaba bajo los efectos de las drogas", cuando la verdadera razón que subyace a la actuación de los agresores es la desigual distribución del poder que existe entre hombres y mujeres" (Vega Montiel, 2007).

Pero la irresponsabilidad de los medios de comunicación al abordar la violencia contra las mujeres no se queda como un hecho sin consecuencias. En 1997, Ana Orantes acudió a un programa de la televisión española para denunciar la violencia que su esposo ejercía contra ella;



tras hacer públicos los abusos, como venganza, su esposo decidió prenderle fuego y Ana Orantes falleció a causa del ataque conyugal (López Diez, 2002).

Los medios en su mayoría trataron la información del caso *Ana Orantes* de manera sensacionalista y no fue sino hasta que investigadoras feministas intervinieron que se pudo dimensionar este hecho como un ejercicio de violencia contra las mujeres, de Violencia Femenicida en términos de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.

De los productos mediáticos más analizados, la telenovela es el género televisivo que más atención ha recibido en la investigación mexicana y mundial. Esto puede explicarse porque las principales consumidoras de telenovelas son mujeres y el análisis de telenovelas puede representar un acercamiento a cómo significan estos mensajes las mujeres en sus vidas. Aimée Vega Montiel y Josefina Hernández Téllez coinciden con Carolyn Byerly y Karen Ross al señalar la importancia del análisis de las telenovelas:

“Por ello, en un sentido coincidimos con estas autoras cuando señalan que explorar la recepción de la telenovela, significa explorar una práctica de género que posibilita entender, desde las propias mujeres, sus reflexiones acerca de su posición en el mundo” (Vega Montiel y Hernández Téllez, 2009).

LA CONCEPCIÓN ESTRUCTURAL DE LA CULTURA.

Retomamos la propuesta metodológica de John B. Thompson acerca de la concepción estructural de la cultura, “la cual enfatiza el carácter simbólico de los fenómenos culturales y el hecho de que tales fenómenos culturales se inserten siempre en contextos sociales estructurados”. Podemos denominar forma simbólica a las acciones, los objetos y las expresiones significativas de diversos tipos y justamente el análisis cultural de las formas simbólicas exige tomar en cuenta que éstas se insertan en contextos y procesos sociohistóricos específicos que las estructuran y por medio de los cuales se producen, transmiten y reciben (Thompson, 2006). Los contextos y procesos en los que las formas simbólicas se estructuran pueden caracterizarse, por ejemplo, por ser relaciones asimétricas de poder, por un acceso diferencial a los recursos y oportunidades, y por mecanismos institucionalizados para la producción, transmisión y recepción de formas simbólicas (Thompson, 2006).

La inserción de las formas simbólicas en los contextos sociales también implica que, además de ser expresiones dirigidas a un sujeto (o sujetos), estas formas son por lo regular recibidas e interpretadas por individuos que se sitúan también en contextos sociohistóricos específicos y que están en posesión de diversos tipos de recursos; cómo entienden los individuos una forma simbólica particular puede depender de los recursos y las habilidades que sean capaces de emplear en el proceso de interpretarla (Thompson, 2006). La complejidad de la producción,



transmisión y recibimiento de las formas simbólicas subraya así mismo que la recepción de su significado puede servir de diversas maneras para mantener las relaciones sociales estructuradas típicas del contexto (Thompson, 2006).

Ahora bien, como se indicó en el resumen del presente trabajo, nuestro observable es la telenovela mexicana *Las Aparicio*, y siguiendo el apunte metodológico de John B. Thompson, esta como forma simbólica, será analizada dentro del contexto donde está insertada (producida, transmitida y recibida). Antes de revisar a *Las Aparicio*, referiremos nuestras bases metodológicas a partir de la perspectiva de género feminista.

Para Marcela Lagarde el género es más que una categoría y está presente en el mundo, en las sociedades, en los sujetos sociales, en sus relaciones, en la política y en la cultura. El género definirá el significado de ser mujer y ser hombre, el contenido de las relaciones entre ellos y sus respectivas prohibiciones. (Lagarde, 2001)

Dicho lo anterior, citamos de nuevo a Marcela Lagarde (Lagarde, 2001), para definir Perspectiva de Género y entender su aplicación como metodología:

“La perspectiva de género está basada en la teoría de género y se inscribe en el paradigma teórico histórico-crítico y en el paradigma cultural del feminismo... La perspectiva de género tiene como uno de sus fines contribuir a la construcción subjetiva y social de una nueva configuración a partir de la resignificación de la historia, la sociedad, la cultura y la política desde las mujeres y con las mujeres...”

La perspectiva de género permite analizar y comprender las características que definen a las mujeres y a los hombres de manera específica, así como sus semejanzas y diferencias...

El género asentado en el cuerpo, lo está en el cuerpo histórico y cada quien existe en un cuerpo vivido... La sexualidad, condensada al género define:

- Los grupos genéricos.
- Los sujetos particulares: las mujeres y los hombres.
- Las relaciones sociales definidas en torno al sexo por edades, es decir, las relaciones de género concebidas también de propiedad de bienes y recursos y de la riqueza.
- Las instituciones privadas y públicas, económicas y sociales, jurídicas y políticas.
- La cultura: los símbolos y las representaciones, el imaginario y la fantasía, las concepciones del mundo y de la vida, de cada acontecer, las maneras de pensar y los pensamientos, así como la afectividad; los lenguajes corporales, verbales, escritos y sus correspondientes sustratos, la gestualidad, la palabra y la voz, la escritura y el arte y todas las creaciones efímeras de la vida cotidiana, así como las creaciones materiales más perdurables; valores circunscritos en una eticidad y, desde luego, dimensiones variadas del sentimiento de la vida. Las identidades personales y grupales, así como las mentalidades individuales y colectivas.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

-La vida de principio a fin de cada persona.

La perspectiva de género incluye el análisis de las relaciones sociales intergeneracionales (entre personas de géneros diferentes) e intrageneracionales (entre personas del mismo género) privadas y públicas, personales, grupales y colectivas, íntimas, sagradas, políticas” (Lagarde, 2001).

Justamente porque se analizarán relaciones intergeneracionales es indispensable contar con la aportación de la Perspectiva de Género, concretamente se estudiará cómo, según la construcción patriarcal y androcéntrica de la masculinidad y de la femineidad, el hombre se valora a través de sus experiencias sexuales con mujeres, y la vida de las mujeres será definida a través del amor:

“La sexualidad masculina permite además a cada hombre valorizarse a través de sus experiencias sexuales, no importa que éstas sean dañinas para las mujeres: la autoestima masculina aumenta mediante los éxitos sexuales. Los hombres se empoderan sexualmente frente a las mujeres previamente cosificadas, se empoderan mediante la apropiación sexual de las mujeres y se empoderan también a través de sus experiencias sexuales: triple configuración del poderío sexual de los hombres en el orden genérico patriarcal. A esta triple definición se añade la derivada de la competencia sexual entre los hombres como pares que redonda también en empoderamiento personal y colectivo para ellos” (Lagarde, 2001).

Además, en este caso, a través de la perspectiva de género, se revisará la telenovela *Las Aparicio*, que representa a las protagonistas como mujeres económicamente autónomas, pero dependientes de sus relaciones de pareja.

LA CONCEPCIÓN ESTRUCTURAL DE *LAS APARICIO*.

En el portal oficial de *Las Aparicio*, aparece la siguiente sinopsis de la historia:

“Tres generaciones de mujeres que comparten una extraña tradición familiar: todas han quedado viudas en circunstancias extraordinarias; todas dan a luz exclusivamente a niñas. El fenómeno puede ser explicado lo mismo desde la lógica más impecable, que desde las paradojas del realismo mágico. Si lo suyo es una maldición, una trampa del inconsciente o una mera casualidad, queda a discusión de los múltiples personajes y circunstancias que las rodean.

Lo importante es que las Aparicio no vinieron a este mundo a sufrir: son mujeres contemporáneas, urbanas, decididas a tomar las riendas de su vida; la viudez les ha enseñado a no necesitar a los hombres para sobrevivir: ahora los tienen porque quieren y porque pueden.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

La matriarca del clan es Rafaela Aparicio, una alvaradeña que tras enterrar a tres maridos muertos en accidentes por demás tragicómicos, sacó adelante a tres niñas a las que crió como unas guerreras a la medida de sí misma.

Le siguen sus hijas, Alma, la viuda de un hombre de negocios asesinado en circunstancias nunca esclarecidas, quien también tuvo que empezar de cero hasta llegar a convertirse en la capitana de un próspero y discreto servicio de acompañantes masculinos para mujeres de alto nivel; Mercedes, una aguerrida abogada y madre de una niña, viuda de un abogado que murió de un infarto en los brazos de otra mujer, quien tomará el mando del bufete de su difunto esposo con las consecuentes broncas con el socio de él, y con su propio amante, un médico casado; Julia, una joven actriz que se rehúsa a casarse por obvias razones, pero tendrá que definirse entre un hombre compulsivamente infiel y la incipiente atracción que le produce su mejor amiga, quien es gay declarada".⁶⁹⁸

Desde luego que la sinopsis omite que estas mujeres, quienes no *vinieron a sufrir a este mundo*, experimentan relaciones asimétricas con sus parejas, producto de los procesos estructurales e históricos de la violencia de género contra las mujeres.

Las Aparicio comenzó a transmitirse el 19 de abril de 2010 por Cadena Tres (canal 28 en la señal abierta del Distrito Federal y municipios aledaños), una de las empresas que constituyen Grupo Imagen, propiedad de Olegario Vázquez Raña. La historia tuvo 120 capítulos, transmitidos durante 24 semanas, de lunes a viernes de 9:30 a 10:30 de la noche. *Las Aparicio* fue una producción de Argos Televisión. Como buenas instituciones patriarcales, tanto Grupo Imagen como Argos Comunicación, son dirigidas sólo por hombres y a lo largo de su historia sus propietarios han hecho trato y triangulaciones con otros hombres beneficiarios del patriarcado, como son Carlos Slim Helu, Emilio Azcárraga Jean, Ricardo Salinas Pliego o el ex presidente de México, Vicente Fox Quesada.

Grupo Imagen y Argos Comunicación, pese a que se precian de crear contenidos críticos y diferentes, han sido beneficiados por los grupos de poder en turno y es legítimo decir que aceptan crear o transmitir contenidos que no pongan en peligro el sistema patriarcal que los cobija. La producción y transmisión de supuestos contenidos novedosos en realidad consiste en tomar fórmulas de programas televisivos de otros países; además la integración al contenido televisivo de grupos que históricamente han sido marginados como las mujeres, heterosexuales y lesbianas, y homosexuales no representa un cuestionamiento a la injusticia del sistema patriarcal, sino la suma de públicos que consumirán y generarán ganancias.

Al comenzar la transmisión de *Las Aparicio* fueron creándose páginas en la plataforma Facebook, desde la oficial hasta aquellas que reúnen a fans de la telenovela; actualmente, la página oficial www.lasaparcio.com volvió a funcionar y en Facebook existe un perfil hecho por

⁶⁹⁸ www.lasaparcio.com Consultado el 8 de agosto de 2011.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Argos Televisión (con 53624 seguidores hasta el 8 de agosto de 2011), otro por Telemundo (con 27385 seguidores hasta el 8 de agosto de 2011), y 72 más de diversos clubes de fans. Actualmente *Las Aparicio* es transmitida en Estados Unidos a través de Telemundo, Venezuela, Ecuador, Chile, Costa Rica y España, e incluso se hará un remake de la telenovela en Colombia llamado *Las San Miguel*.

A partir de los datos anteriores es obvio que *Las Aparicio* ha resultado un producto bastante redituable, tanto que la semana pasada se anunció que en breve comenzará el rodaje de una película con las Aparicio como protagonistas. Además, Argos Televisión sigue obteniendo ganancias de la telenovela mediante la venta de camisetas y botones en su *Tienda On-line*, así como de las temporadas en DVD, comercializada en distintas tiendas de discos y películas. Llamen la atención los diseños de las camisetas y los botones vendidos en la *Tienda On-line* de Argos Televisión; por ejemplo, el modelo para hombres dice, al frente, acompañado de la ilustración de una típica calavera de azúcar del Día de Muertos, "Me metí con una Aparicio"; los modelos para mujeres enuncian frases con las que se promovió a la telenovela: "Yo soy una Aparicio" al frente y por detrás "Una mujer entera no necesita media naranja"; otra, con el mismo mensaje al frente, "Yo soy una Aparicio", y por detrás "¿Princesa? ¡Princesa tu chingada madre!". Finalmente, el botón luce inscrita una de las frases de Alma Aparicio: "¡Sin celitos ni pendejadas! Soy una Aparicio".

Aunque Argos Televisión denominó a *Las Aparicio* serie y no telenovela, en este trabajo de investigación se considera a *Las Aparicio* como una telenovela, ya que la estructura dramática y episódica corresponde a las arquetípicas del melodrama televisivo. Particularmente, como ya se mencionó, la telenovela guarda importancia y cercanía con su audiencia, compuesta mayoritariamente por mujeres, ya que es parte de la vida social y de la vida cotidiana, es afectada y afecta, forma parte de movimientos de composición social más globales, tiene su especificidad y lugar en la escena de la trama y la urdimbre de las relaciones sociales. El mundo social que se muestra en la telenovela no es el mundo real por fuera de ella, es otro mundo y el mismo; mundo representado, mundo imitado, que aporta elementos tan reales como los del mundo real, porque tanto el mundo de fuera como el de dentro adquieren sentido en un mundo imaginario (Bustos, 2000).

Decíamos también en el resumen que la frase central con la que *Las Aparicio* se dio a conocer y se vendió fue *Una mujer entera no necesita media naranja*, sin embargo, sus protagonistas son mujeres que necesitan el amor de pareja para significar su existencia: Aurelia, narradora intradiegética y nana de cada una de las hijas Aparicio, afirma que sólo dos cosas pueden vencer a las mujeres Aparicio: la muerte y el amor. ¿Cómo es que estas mujeres, decididas a no sufrir y supuestamente autónomas, pueden ser vencidas por el amor? ¿El amor es, entonces, una batalla que sólo las mujeres pierden? A través de la teorizaciones feministas se ha evidenciado que el amor como agente medular de la construcción de la identidad genérica de las mujeres es un mecanismo de opresión y violencia, dadas las desigualdades estructurales e históricas entre mujeres y hombres.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Los apuntes metodológicos de la perspectiva de género y la concepción estructural de la cultura nos obligan a esbozar el contexto en el que se dan las dinámicas de pareja en el México actual, dado que *Las Aparicio* como forma simbólica están insertas en un contexto específico. Este esbozo introducirá el marco teórico, para después presentar nuestra estrategia metodológica y los resultados del análisis.

SINCRETISMO DE GÉNERO: “CAUTIVAS EMANCIPADAS”.

Alguna vez, durante un encuentro de mujeres en Nicaragua, Marcela Lagarde decía a las asistentes que imaginaran la película de su vida y pensarán en la forma en que aún se sentían atrapadas por las obligaciones e imposiciones patriarcales, y al mismo tiempo, en la que se sintieran emancipadas, con ciertas libertades y recursos (Lagarde, 2000).

Esta condición, la de las contemporáneas, ha sido llamada sincretismo de género. Marcela Lagarde ha enriquecido esta categoría del feminismo italiano y la caracteriza así:

“Las mujeres del mundo actual experimentamos la contradicción entre tener vidas marcadas por hitos obligatorios y al mismo tiempo, por acciones transgresoras. Esta contradicción es el resultado de la configuración de género en un tiempo de tan agudas transiciones, habiendo, por un lado, una carga de tradición y por el otro, de modernidad” (Lagarde, 2001).

Evidentemente el sincretismo de género de las mujeres abarca, nuestra posición en el mundo, el acceso a recursos y bienes, nuestra subjetividad, y nuestras prácticas políticas e íntimas, como lo es la forma en la que amamos:

“Las mujeres de hoy conservamos en nuestra subjetividad formas históricas del amor ya superadas en la sociedad. La cultura patriarcal ha creado una moral amorosa para las mujeres, con la cual hemos sido educadas, y como está anclada en nuestra subjetividad, ésta permanece casi intacta: “En el amor seguimos siendo muy idealistas. Somos súper modernas, con todos los elementos de la modernidad –pensamiento crítico, principio de realidad, análisis concreto-, pero en el amor nos perdemos y seguimos queriendo amar y que nos amen según los mitos tradicionales, universales y eternos que han alimentado nuestras fantasías”. (Lagarde, 2001).

Situadas en la contradicción, las mujeres contemporáneas nos debilitamos al no cumplir los mandatos de género que todavía habitan nuestra subjetividad:

“Todo ese conjunto de contradicciones en la subjetividad de las mujeres provoca una escisión de género, es decir, una sensación de ruptura de nuestro ser y mientras más opresiva es la



vida de las mujeres contemporáneas y más anhelos emancipatorios tienen, más dolorosa es la escisión" (Lagarde, 2000).

LOS ESPEJISMOS DE IGUALDAD ENTRE MUJERES Y HOMBRES DEL MÉXICO ACTUAL. LA IMPORTANCIA DE VISIBILIZAR A LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES.

Durante la LIX Legislatura, las entonces diputadas federales, Marcela Lagarde y Angélica de la Peña, propusieron y elaboraron la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (LGAMVLV), instrumento jurídico publicado el 1 de febrero de 2007 en el Diario Oficial de la Federación.

La LGAMVLV es producto del trabajo realizado por la Comisión Especial para Conocer y dar Seguimiento a las Investigaciones sobre los Femicidios en la República Mexicana y la Procuración de la Justicia Vinculada, encabezada por la Doctora Lagarde. Esta investigación, sin precedentes en nuestro país, demostró que la violencia de género contra las mujeres prevalece y se ejecuta de forma sistemática, legitimada e impune: 1205 mujeres y niñas fueron asesinadas en todo el país en 2004, es decir, cuatro mujeres y niñas fueron asesinadas cada día, una mujer o niña fue asesinada cada seis horas. Más de 6000 mujeres y niñas fueron asesinadas en seis años, de 1999 a 2005.⁶⁹⁹

La LGAMVLV salvaguarda los derechos humanos básicos de las mujeres y niñas, que son la vida, la libertad, la seguridad y el respeto a su dignidad:

- Tiene como sujetas a las mujeres.
- Tutela el derecho humano de las mujeres a la vida y subraya a la vida libre de violencia.
- Reconoce que las mujeres están expuestas a la violencia en su contra por el solo hecho de ser mujeres, en una sociedad que legitima la supremacía y violencia de los hombres.
- Promueve el empoderamiento de las mujeres y la igualdad entre mujeres y hombres.
- Asigna al Estado un papel preponderante en el enfrentamiento no violento de la violencia contra las mujeres.
- Remite a la Constitución y a los Tratados Internacionales de Derechos Humanos de las Mujeres.
- Reconoce la jurisdicción de organismos internacionales en materia de violencia contra las mujeres y las políticas de estado para erradicarla. (Lagarde, 2010).

⁶⁹⁹ Información obtenida de una presentación de Power Point que la Dra. Lagarde proporcionó a las estudiantes del Diplomado Internacional "El feminismo en América Latina. Aportaciones teóricas y vindicaciones políticas", impartido en el CEIICH de la UNAM.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Esta ley, en palabras de sus autoras, se basa en teoría feminista y ofrece una caracterización de la **violencia de género contra las mujeres** y los **tipos y modalidades de la violencia contra las mujeres**.

En su artículo 5, la LGAMVLV define a la **Violencia contra las Mujeres** como cualquier acción u omisión, basada en su género, que les cause daño o sufrimiento psicológico, físico, patrimonial, económico, sexual o la muerte tanto en el ámbito privado como en el público.

La LGAMVLV tipifica en el artículo 6 la violencia contra las mujeres de la siguiente forma:

Violencia Psicológica: Es cualquier acto u omisión que dañe la estabilidad psicológica, que puede consistir en: negligencia, abandono, descuido reiterado, celotipia, insultos, humillaciones, devaluación, marginación, indiferencia, infidelidad, comparaciones destructivas, rechazo, restricción a la autodeterminación y amenazas, las cuales conllevan a la víctima a la depresión, al aislamiento, a la devaluación de su autoestima e incluso al suicidio;

Violencia Física: Es cualquier acto que inflige daño no accidental, usando la fuerza física o algún tipo de arma u objeto que pueda provocar o no lesiones ya sean internas, externas, o ambas;

Violencia Patrimonial: Es cualquier acto u omisión que afecta la supervivencia de la víctima. Se manifiesta en: la transformación, sustracción, destrucción, retención o distracción de objetos, documentos personales, bienes y valores, derechos patrimoniales o recursos económicos destinados a satisfacer sus necesidades y puede abarcar los daños a los bienes comunes o propios de la víctima;

Violencia Económica: Es toda acción u omisión del Agresor que afecta la supervivencia económica de la víctima. Se manifiesta a través de limitaciones encaminadas a controlar el ingreso de sus percepciones económicas, así como la percepción de un salario menor por igual trabajo, dentro de un mismo centro laboral;

Violencia Sexual: Es cualquier acto que degrada o daña el cuerpo y/o la sexualidad de la Víctima y que por tanto atenta contra su libertad, dignidad e integridad física. Es una expresión de abuso de poder que implica la supremacía masculina sobre la mujer, al denigrarla y concebirla como objeto, y

Cualesquiera otras formas análogas que lesionen o sean susceptibles de dañar la dignidad, integridad o libertad de las mujeres.

Las **Modalidades de Violencia** son las formas, manifestaciones o los ámbitos de ocurrencia en que se presenta la violencia contra las mujeres, como son:



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Violencia familiar: Es el acto abusivo de poder u omisión intencional, dirigido a dominar, someter, controlar, o agredir de manera física, verbal, psicológica, patrimonial, económica y sexual a las mujeres, dentro o fuera del domicilio familiar, cuyo Agresor tenga o haya tenido relación de parentesco por consanguinidad o afinidad, de matrimonio, concubinato o mantengan o hayan mantenido una relación de hecho.

Violencia Laboral y Docente: Se ejerce por las personas que tienen un vínculo laboral, docente o análogo con la víctima, independientemente de la relación jerárquica, consistente en un acto o una omisión en abuso de poder que daña la autoestima, salud, integridad, libertad y seguridad de la víctima, e impide su desarrollo y atenta contra la igualdad. Puede consistir en un solo evento dañino o en una serie de eventos cuya suma produce el daño. También incluye el acoso o el hostigamiento sexual.

Violencia en la Comunidad: Son los actos individuales o colectivos que transgreden derechos fundamentales de las mujeres y propician su denigración, discriminación, marginación o exclusión en el ámbito público.

Violencia Institucional: Son los actos u omisiones de las y los servidores públicos de cualquier orden de gobierno que discriminen o tengan como fin dilatar, obstaculizar o impedir el goce y ejercicio de los derechos humanos de las mujeres así como su acceso al disfrute de políticas públicas destinadas a prevenir, atender, investigar, sancionar y erradicar los diferentes tipos de violencia.

La LGAMVLV expone a la **Violencia Femicida**, como la forma extrema de violencia de género contra las mujeres, producto de la violación de sus derechos humanos, en los ámbitos público y privado, conformada por el conjunto de conductas misóginas que pueden conllevar impunidad social y del Estado y puede culminar en homicidio y otras formas de muerte violenta de mujeres.

Lo que evidenció el trabajo de la Comisión Especial para Conocer y dar Seguimiento a las Investigaciones sobre los Femicidios en la República Mexicana y la Procuración de la Justicia Vinculada es que las mujeres no estamos seguras ni en el ámbito público ni en el privado, ya que cada tipo de violencia es perpetrada por instancias gubernamentales, institucionales, y por hombres vinculados sentimentalmente con las víctimas, sea el esposo, novio, amante, ex pareja, amigo, hijo o padre.

Este es un claro ejemplo de que la atención a las necesidades de las mujeres requiere de acciones y soluciones integrales y específicas, dado que la sociedad está estructurada a partir de la desigualdad y las relaciones de poder. La LGAMVLV significó establecer un marco teórico común para estudiar la violencia de género contra las mujeres, así mismo, esta ley representa un esfuerzo para erradicarla y crear mecanismos que mejoren las condiciones de vida de las mujeres.



Si las mexicanas requerimos de acciones políticas para que nuestra vida y condición de humanidad sean respetadas, obviamente no podemos hablar de igualdad entre mujeres y hombres; eso es un espejismo.

Ahora revisemos cómo en este contexto de desigualdades y espejismos, las mujeres vivenciamos el amor en el México contemporáneo.

EL AMOR SINCRÉTICO DE LAS MEXICANAS CONTEMPORÁNEAS.

Podemos afirmar que gracias a mandatos de género, legitimados y transmitidos por las instituciones desde muy temprana edad, el amor para las mujeres se construye aún bajo esquemas de violencia, opresión y subordinación. Obviamente, México no es la excepción, lo cual se ve reflejado en buena medida en distintos estudios realizados en durante el periodo de 2003 a 2007.

La **Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (ENDIREH)** fue levantada en **2003** y **2006**, y su muestra consistió en mujeres de entre 15 y más años, unidas a sus parejas. Estas encuestas arrojaron los siguientes datos.

La ENDIREH de 2003 fue coordinada por el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) y el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). La realización del cuestionario estuvo a cargo de Roberto Castro e Irene Casique, investigadores del Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias (CRIM) de la UNAM. La ENDIREH es una encuesta nacional de hogares, con representatividad rural/urbano y con una muestra representativa para los siguientes 11 estados de la República: Baja California, Coahuila, Chiapas, Chihuahua, Hidalgo, Michoacán, Nuevo León, Quintana Roo, Sonora, Yucatán y Zacatecas. La muestra es representativa de las mujeres de 15 años de edad y más que viven con su pareja. El cuestionario de la ENDIREH se aplicó el 14 de noviembre de 2003. El tamaño de la muestra fue, finalmente de 57 230 viviendas. Se entrevistó a un total de 34 184 mujeres (INEGI, 2003).

La ENDIREH 2006 fue coordinada y levantada por el INEGI, respondiendo a la iniciativa de la Comisión Especial para Conocer y dar Seguimiento a las Investigaciones relacionadas con los Femicidios en la República Mexicana y la Procuraduría de Justicia Vinculada de la Cámara de Diputados (CEFEMIN); su muestra fue de 83 159 mujeres de 15 años y más, que al momento del levantamiento de campo tenían pareja (unidas o casadas) y vivían con ella, y que fueron entrevistadas en el marco de esta encuesta en todo el país. Esta muestra representa a un total de 21 millones 631 mil 993 mujeres con estas características de todo México (INMUJERES, 2008).

ENDIREH 2003



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

- 1.- Las mujeres casadas o unidas de 15 años y más que no viven situaciones de violencia, 42.5% considera que “una buena esposa debe obedecer a su pareja en todo lo que él ordene”, mientras que el porcentaje se reduce a 35.9% entre las mujeres que viven situaciones de violencia. Esto podría demostrar que la obediencia hacia el esposo genera menos violencia en la pareja, y que los estereotipos de género continúan vigentes en buena parte de la población femenina
- 2.- Una gran proporción de mujeres, tanto en situaciones de no violencia como de violencia, 66.2% y 68.4% respectivamente, opina que el hombre debe responsabilizarse de todos los gastos del hogar.
- 3.- 11.6% del total de mujeres en situaciones de no violencia considera que es “obligación de la mujer tener relaciones sexuales con el esposo o pareja aunque ella no quiera”, y el porcentaje sólo disminuye a 10.3% en las mujeres que viven en condiciones de violencia.
- 4.- Tanto en condiciones de no violencia como de violencia, algunas mujeres justifican el maltrato por parte de sus parejas a causa del incumplimiento de sus obligaciones: 8.9% y 7.8% respectivamente.

ENDIREH 2006

- 1.- Revela que 43% de las mujeres del país han sido víctimas de violencia por parte de sus parejas.
- 2.- Del total de mujeres casadas o unidas, 60% ha sufrido algún tipo de violencia patrimonial, ejercida en su contra ya sea por algún familiar u otra persona.
- 3.- A lo largo de la relación con su última pareja, la violencia emocional es la de mayor prevalencia entre las mujeres: 40% de las mujeres casadas o unidas la ha padecido y 55% del total de mujeres alguna vez unidas. Le siguen en orden de importancia la violencia económica que tiene prevalencia en 28% de las mujeres casadas o unidas y en 45% de las mujeres alguna vez unidas; después la violencia física que ocurre entre 21% y 39% respectivamente, y finalmente la violencia sexual con una prevalencia de 8% y 23%, respectivamente.
- 4.- Un gran porcentaje de mujeres mayores de 15 años casadas o unidas enfrenta algún tipo de violencia, 35%; el porcentaje más alto se encuentra en el grupo de las mujeres más jóvenes de 15 a 34 años (45%).
- 5.- El nivel de instrucción no restringe el sometimiento a la violencia de género pues del total de mujeres que tienen nivel de escolaridad primaria, 37% ha padecido algún incidente de violencia. En las mujeres que tienen escolaridad secundaria la proporción asciende a 43%, y del total de



mujeres que tienen estudios superiores a la secundaria 38% se ha enfrentado a situaciones de violencia.

6.- Las mujeres casadas o unidas que participan en el mercado de trabajo enfrentan en mayor medida incidentes de violencia (44%) con respecto a las mujeres que sólo se dedican a los quehaceres del hogar (38%).

Todos estos datos parecen contrastar con los resultados de la **Encuesta de la Dinámica de las Relaciones de Pareja en Mujeres Jóvenes**, realizada en 2006 con jóvenes de 15 a 24 años, que muestra los siguientes hallazgos:

1.- Más de 87% de las jóvenes no está de acuerdo en establecer relaciones de sometimiento con la pareja pues opina que "las mujeres no obedecen a los hombres" y que "no deben tener relaciones sexuales si no lo desean".

2.- Más de 87% considera que ellas pueden "decidir libremente acerca de trabajar o estudiar", "elegir a sus amistades" y que "no deben obedecer al novio o marido".

3.- Más de 93% indicó que los hombres "no tienen autoridad en el noviazgo" y "no tienen derecho a pegarles a las mujeres bajo ninguna circunstancia".

Pero a su vez, los datos anteriores contrastan con la **Encuesta Nacional de Violencia en las Relaciones de Noviazgo (ENVINOV)**, realizada en 2007 por el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE), cuya muestra se constituyó de 7 millones 278 mil 236 jóvenes de entre 15 y 24 años, quienes mantuvieron una relación de noviazgo durante 2007 sin cohabitar con su pareja. Según la ENVINOV, 15% de las y los jóvenes ha experimentado violencia física en el noviazgo, pero de ese grupo, 61.4% son mujeres. En cuanto a la violencia psicológica y sexual ejercida contra las jóvenes, la ENVINOV señala que son una expresión de discriminación y de relaciones de desigualdad que se dan en nuestras sociedades.

La ENVINOV también apunta que los estereotipos de género ubican en desventaja a las mujeres con relación a los hombres, por ejemplo, más mujeres (36.8%) frente un 33.4% de hombres, piensan que los varones son infieles por naturaleza; así mismo, 75.8% de jóvenes considera que las mujeres tienen mayor capacidad para cuidar a los hijos enfermos y 59% de jóvenes percibe que el hombre es quien debe proveer económicamente a la familia.

En buena medida, los resultados de estas encuestas reflejan las contradicciones propias del sincretismo de género de las mujeres contemporáneas. Por un lado se observa una mayor subordinación cuando las mujeres cohabitan con su pareja o cuando las mujeres provienen de una familia donde la madre era violentada por su pareja; las mujeres urbanas y con educación profesional no están exentas de sufrir algún tipo de violencia, sobre todo psicológica. Pareciera que las mujeres jóvenes que no cohabitan con su pareja gozan de una mayor emancipación, posiblemente porque no dependen económicamente de sus parejas; sin embargo, eso tampoco las exime de sufrir algún tipo de violencia.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Pese a que al momento de levantar estas encuestas no existía un marco metodológico y teórico común, lo que sí se puede establecer es que en la dinámica de relaciones de pareja en México prevalecen los estereotipos de género y la subordinación, a distintos niveles, de las mujeres. Las encuestas dejan ver datos más alarmantes, que constituyen un problema de salud pública y justicia social: 15% de las mujeres encuestadas en la ENDIREH (2006) que sufrió un episodio de violencia durante los 12 meses previos al estudio, recibió atención médica por este motivo y la idea del suicidio está presente en al menos 13% de mujeres que han sufrido algún tipo de violencia.

Nos acercamos al punto extremo de la violencia de género contra las mujeres, la violencia feminicida. Cuando este tipo de violencia contra las mujeres es perpetrada por un hombre con quien una mujer tiene o tuvo una relación íntima, de convivencia, de noviazgo, se le denomina feminicidio íntimo y tan sólo en el Estado de México ocurre en el 80% de los casos. Entonces, las relaciones de pareja enmarcadas en el contexto de la desigualdad entre mujeres y hombres puede incluso provocar la muerte violenta de las mujeres, ya que la violencia está legitimada a través de relaciones de poder-dominación en donde primordialmente se apunta sumisión y opresión por nuestra condición de género.

ESTRATEGIA METODOLÓGICA

La técnica de investigación escogida es el análisis de contenido, técnica que resulta útil y confiable para el estudio sistemático de los mensajes televisivos:

“Es sistemática en tanto que se basa en un conjunto de procedimientos que se aplica de igual forma a todo el contenido analizable. Es confiable en tanto que, en distintos momentos, aplicando las mismas categorías a la misma muestra de mensajes, se puede arribar a las mismas conclusiones” (Vega Montiel, 2004).

El análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto. El análisis de contenido también como un método de investigación del significado simbólico de los mensajes, es decir, el análisis de contenido contempla que los mensajes no tienen un único significado y siempre será posible contemplar los datos desde múltiples perspectivas (Krippendorff, 1990).

Se han descrito brevemente las aplicaciones que tiene el análisis de contenido y ahora se ubicarán los componentes básicos:

“Los elementos que involucra el análisis de contenido son: la unidad e análisis, es decir, el elemento específico del mensaje del cual se extraerá la información (que puede ir desde una palabra, hasta una nota informativa completa, página o sección, pasando por la oración). En seguida, el tamaño de la muestra, tanto de fechas como de unidades analíticas. En el primero se



trata de definir el número de días, ediciones o episodios necesarios para poder generalizar sobre un periodo de tiempo determinado. En el segundo se tiene que determinar el número de noticias u oraciones a analizar. Por último, es necesario definir el tipo de muestreo en el que se basará el estudio, y que puede tratarse de semanas compuestas, cronológicas o continuas" (Vega Montiel, 2004).

Muestreo

Con el fin de abarcar lo más posible el objeto de estudio, el muestreo elegido fue el de la semana compuesta, el cual consiste en escoger un día de la semana para comenzar, por ejemplo lunes, y a la siguiente semana se escogerá el día consecutivo, o sea, el martes y así sucesivamente. Evidentemente, el muestreo finalizará al agotarse las semanas de transmisión de la serie. La serie contó con 120 capítulos y con base al muestreo de semana compuesta, la muestra está constituida por los capítulos 1, 7, 13, 19, 25, 26, 32, 38, 44, 50, 51, 57, 63, 69, 75, 76, 82, 88, 94, 100, 101, 107, 113 y 119. Estos 24 capítulos fueron revisados con el objetivo de evidenciar las acciones u omisiones propios de la violencia contra las mujeres presentes en la dinámica de pareja de las protagonistas de la telenovela, Alma, Mercedes y Julia Aparicio, a partir de los tipos de violencia contra las mujeres planteados en la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.

Resultados

-En los 24 capítulos revisados se ubicaron 75 manifestaciones de violencia de género contra las mujeres.

-El tipo de violencia que predominó fue la psicológica, presente en cada acción u omisión de violencia. Sólo en seis escenas, la violencia psicológica se acompañó de violencia patrimonial (sustracción del patrimonio en 2 ocasiones) y de violencia sexual (denigración y conceptualización como objeto sexual en 4 ocasiones).

-Las principales formas en la que se reprodujo la violencia psicológica fue a través de celotipia, infidelidad, devaluación, insultos, restricción a la autodeterminación, amenazas, humillaciones y negligencia, respectivamente.

-En las 75 escenas se detectaron 30 actos de violencia contra Mercedes, 21 contra Julia y 14 contra Alma.

-Los espacios donde la violencia contra las protagonistas fue ejercida consistió en el ámbito familiar (en 66 ocasiones) y en el espacio laboral (en 9 ocasiones).

-Todos los agresores fueron hombres relacionados como parejas con las protagonistas.



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

Desde luego que estos datos numéricos requieren de una interpretación de corte cualitativo para dimensionar adecuadamente su trascendencia. Después de recolectar datos numéricos, el trabajo de interpretación feminista apenas comienza. En este trabajo apenas presentamos los resultados a partir de la primera fase de la investigación, es decir, la aplicación de una técnica cuantitativa como el análisis de contenido.

Preliminarmente se detectó que aunque las hermanas Aparicio se desenvuelven en el espacio público (Alma es psicóloga, Mercedes, abogada, y Julia, actriz), sus principales preocupaciones giran en torno a la dinámica con sus respectivas parejas. Esto cumple con la condición de sincretismo de género de las mujeres contemporáneas que, como ya se señaló, consiste en tener vidas marcadas por hitos obligatorios y al mismo tiempo, por acciones transgresoras

Cuestionaríamos entonces si verdaderamente las Aparicio son mujeres decididas a no sufrir y si su bienestar emocional está condicionado por la forma en la que se conducen sus relaciones de pareja.

Así mismo, no podemos evaluar los ejercicios de violencia contra las mujeres presentes en *Las Aparicio* como hechos aislados, cuya erradicación está basada en acciones individuales, por el contrario, las acciones u omisiones propios de la violencia de género son resultado de factores estructurales, históricos, sociales, económicos y políticos que han colocado a las mujeres en una condición y situación de género desventajosa en comparación con los hombres.

Existen dos consecuencias principales, nocivas por cierto, de que los medios reproduzcan el estereotipo de la mujer autónoma, pero dependiente emocional.

Por un lado, el fomento de la falaz idea de que las mujeres gozan de iguales condiciones de vida que los hombres, lo que Amelia Valcárcel denomina "espejismos de igualdad de género". Nada más falso que la igualdad entre mujeres y hombres, tal como lo señalan, si nos vamos a los números, organismos como la ONU, y si particularizamos en México, apenas el 7 de julio, en la presentación del informe sobre los Objetivos del Milenio, la participación política de las mujeres apenas llega al 28 por ciento, mientras que la económica a tan sólo 40 por ciento.

Así mismo, si las mujeres son representadas en los medios masivos a través de estereotipos sexistas, esto fomenta la discriminación y violencia de género contra ellas, ya que, si son representadas como débiles y sumisas, se acentúan y perpetúan las asimetrías estructurales entre hombres y mujeres; por otro lado, si los medios masivos nos muestran como seres que pretenden revertir el maltrato histórico del que hemos sido víctimas, violentando a otros, se produce polarización y más intolerancia hacia los movimientos que verdaderamente buscan vindicar los derechos humanos de las mujeres.

Si bien los medios masivos no determinan totalmente nuestros pensamientos y acciones, sí tienen gran influencia en la construcción de universos de sentido; exigir a los medios masivos no reproducir estereotipos que incrementen la discriminación contra las mujeres es una acción



afirmativa de los derechos humanos avalada por el marco jurídico; definitivamente no se trata de un capricho o una arbitrariedad.

CONSIDERACIONES FINALES

Retomando una pregunta crucial que planteó Mabel Picini: ¿existe una imagen de la mujer en los medios? (Picini, 2000), respondemos, a manera de diálogo con una idea de Mercedes Charles: La mayoría de los mensajes de los medios de comunicación crean, recrean y difunden imágenes de mujeres retomando las tendencias sociales generales de la construcción del ser femenino. Esto no necesariamente implica la transmisión de imágenes unívocas construidas desde un solo punto de vista, existe un manejo simultáneo de imágenes contradictorias (Charles, 2000). Además, no se puede hablar de la mujer, sino de las mujeres, ya que se omitiría la diversidad, aunque las mujeres compartimos la opresión genérica. Dicho esto, resulta estratégico revisar cómo son representadas las mujeres en contextos de tan agudas transformaciones sociales, políticas y económicas, para no atrevernos a asegurar que la igualdad de género ha sido alcanzada. Aún queda mucho trabajo por hacer.

Pareciera, afirma Michelle Mattelart, que el status quo ya no ratifica más a la mujer tradicional como prototipo exclusivo, sino que se han añadido atributos como el trabajo remunerado, la independencia económica, educación o la determinación personal (Mattelart, 1974). No obstante, cada vez que los medios representan a las mujeres en un papel diferente de las funciones tradicionales de género, por ejemplo, teniendo un trabajo remunerado, portando atributos como inteligencia, independencia, autonomía, capacidad para tomar decisiones, iniciativa, etc., características tradicionalmente asignadas a la masculinidad hegemónica, esto resulta incompatible y no deseable, es decir, se piensa que dichos atributos no van con las mujeres, que más bien son utilizados para destruir o dañar a otras personas, y que para regresar al "buen camino" hay que retomar el estereotipo de género femenino (Bustos, 1998).

De esta forma perpetúan el "eterno femenino", el mensaje es claro y al mismo tiempo sutil: aunque las mujeres tengan ciertas condiciones de vida más favorables o hayan conquistado algunos derechos humanos, no debemos olvidar que dentro del mundo dicotomizado, son lo emocional, afectuoso, tierno y amoroso.

Al representar a mujeres supuestamente autónomas, los medios contribuyen a fomentar los "espejismos de igualdad de género"; aunque Jesús Martín Barbero (1987) lo refirió a partir del conflicto entre clases, este mecanismo, típico de la cultura de masas, puede aplicarse también al conflicto de la desigualdad entre hombres y mujeres: una cultura que pasa a mediar, a reconciliar las diferencias, de forma que "cubre el conflicto entre las clases (géneros) produciendo su resolución en el imaginario, asegurando así el consentimiento activo de los dominados (García, 2007).



I Congreso Internacional de Comunicación y Género

SEVILLA, 5,6 Y 7 DE MARZO DE 2012

BIBLIOGRAFÍA

Asamblea General de las Naciones Unidas (1979): *Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer*.

Bustos, Olga (1998): "Los acuerdos de Pekín sobre las mujeres en los medios de comunicación y la importancia de la recepción crítica", en Vereza, Mónica y Hierro, Graciela: *Las mujeres en América del Norte al fin del milenio*. PUEG-UNAM, México, (299-313).

Bustos, Olga. Género (2000): "Generación y clase en los modos de ver las telenovelas mexicanas", en Bedolla, Patricia: *Estudios de Género y Feminismo I*, Fontamara, México, (21-54).

Berger, Peter y Luckmann, Thomas (1968): *La construcción social de la realidad*, Amorrortu, Buenos Aires.

Cámara de Diputados (2007): Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, en Diario Oficial de la Federación. Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, México, Honorable Congreso de la Unión, Secretaría General, Secretaría de Servicios Parlamentarios, Centro de Documentación, Información y Análisis.

Charles, Mercedes (2000): "Construcción de la identidad de género en la comunicación masiva", en Bedolla, Patricia. *Estudios de Género y Feminismo II*, Fontamara, México, (357-378).

Comisión Especial para la Investigación del Femicidio (2006): *Investigación sobre violencia feminicida en la República Mexicana*, México, LIX Legislatura de la Cámara de Diputados.

Instituto Nacional de las Mujeres, Instituto Nacional de Geografía y Estadística (2003): *Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las relaciones en los hogares* (ENDIREH), México.

Instituto Nacional de Geografía y Estadística (2006): *Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las relaciones en los hogares* (ENDIREH) México.

Instituto Nacional de las Mujeres (2006): *Encuesta de la Dinámica de las Relaciones de Pareja en Mujeres Jóvenes*, México.

Friedan, Betty (2009): *La mística de la feminidad*. Cátedra, Madrid.

¿Quién figura en las noticias? Proyecto de Monitoreo Global 2010. En www.whomakesthenews.org. Consultado el 28 de noviembre de 2011.



Hall, Stuart (1997): "El trabajo de la representación", en Hall, Stuart. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Sage Publications, Londres, (13-74).

Krippendorff, Klaus (1990): *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*, Paidós, México.

Lagarde, Marcela (1996): *Género y feminismo: desarrollo humano y democracia*, Horas y Horas, Madrid.

Lagarde, Marcela (2000). *Claves feministas para la autoestima de las mujeres*. Colección Cuadernos Inacabados, Horas y Horas, España.

Lagarde, Marcela (2001): *Claves feministas para la negociación en el amor*, Puntos de Encuentro, Managua.

Lagarde, Marcela (2010): "Epistemología para un nuevo marco jurídico. Derechos Humanos de las mujeres", en Memoria del primer Seminario Nacional de Derechos Humanos de las Mujeres. Marco Jurídico y Política de Estado, Red de Investigadoras por la Vida y la Libertad de las Mujeres, A.C., México, (57-112).

López Díez, Pilar (2002), "La violencia contra las mujeres en los medios de comunicación", en Instituto Oficial de Radio y Televisión de España, *Mujer, Violencia y Medios de Comunicación*. Dossier con el contenido del informe sobre el tratamiento informativo de los medios de comunicación a la violencia de género, Instituto de la Mujer /IORTVE, Madrid.

Martín Barbero, Jesús (1987): *De los medios a las mediaciones*, Gustavo Gili, México.

Martín Serrano, Manuel (1993): *Epistemología de la Comunicación*, Escuela Nacional de Estudios Acatlán, México.

Mattelert, Michelle (1974): *La cultura de la opresión femenina*, Era, México.

Picini, Maribel (2000): "Imágenes y disolencias: la mujer y los media", en Bedolla, Patricia. *Estudios de Género y Feminismo I*, Fontamara, México, (67-76).

Organización de los Estados Americanos (1994): *Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar La Violencia Contra la Mujer*, Washington, Departamento de Derecho Internacional.

Red de Investigadoras por la Vida y la Libertad de las Mujeres (2008): *Por los Derechos Humanos de las Mujeres y las Niñas: su acceso a la Comunicación y la Información. Lineamientos y Mecanismos para una legislación de medios de comunicación con perspectiva de género*. México.



Sánchez Leyva, María José y Reigada Olaizola, Alicia (2007): *Crítica feminista y comunicación*, Comunicación social, ediciones y publicaciones, Sevilla.

Secretaría de Salud (2007): *Encuesta Nacional de violencia en las relaciones de noviazgo*, México.

Thompson, John B (2006): *Ideología y cultura moderna*, UAM, México.

Vega Montiel, Aimée (2004): *La decisión de voto de las amas de casa mexicanas y las noticias electorales televisadas*. Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona.

Vega Montiel, Aimée (2007): "Por los derechos humanos de las mujeres: la responsabilidad de los medios de comunicación en la erradicación de la violencia de género", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, UNAM, número 200, agosto de 2007.

Vega Montiel, Aimée y Hernández Téllez Josefina (2009): "Género y Comunicación: Las claves de una agenda académica y política de investigación", en Vega Montiel, Aimée, (coordinadora): *La comunicación en México. Una agenda de investigación*, CEIICH, UNAM, México, (213-244).

Vega Montiel (2010): "Las Mujeres y el derecho humano a la Comunicación: su acceso y participación en la industria mediática". Artículo en dictamen, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, UNAM.