

Preservación y superación de estereotipos de género en las telenovelas: un análisis basado en corpus

By Sara Piccioni & Rafael Lozano Miralles (Universities of Chieti-Pescara & Bologna, Italy)

Abstract & Keywords

English:

This paper investigates the role of Latin American *telenovelas* in the preservation/challenging of gender stereotypes, thus contributing to the debate on the social function of these serial narratives as guardians of traditional values or promoters of social change. A corpus-based methodology is used to analyse two electronic corpora of *telenovelas* first televised in the 90's and 2000's, comparing frequency lists, keywords and collocations to observe the distribution of words referred to men and women and the talk of each gender group. Results suggest that, in recent years, *telenovelas* portray social change by proposing a more equal model of gender relations, as indicated by a similar (quantitative) presence of men and women in the scripts and increased emancipation of women from traditional domestic roles. Furthermore, by drawing attention to gender violence *telenovelas* may (potentially) serve as instruments of social change.

Spanish:

Este estudio investiga el papel de las telenovelas en la conservación o superación de estereotipos de género, proponiéndose contribuir al debate sobre el rol social de estos productos seriales como defensores de valores tradicionales o portadores de cambio. Utilizando una metodología basada en corpus, se han comparado listados de frecuencias, palabras-clave y colocados en dos corpus de telenovelas de los años 90 y de los años 2000, para observar la distribución de palabras referidas a hombres y mujeres y analizar el habla de los personajes representativos de cada género. Los resultados indican que las telenovelas reflejan los cambios sociales proponiendo, en años recientes, un modelo más equitativo de relación entre los géneros, gracias a una presencia cuantitativamente más homogénea de hombres y mujeres y a una menor vinculación de la mujer con los roles tradicionales del ámbito doméstico. Además, insistiendo en la representación de la lacra social de la violencia de género, las telenovelas se plantean como instrumentos de denuncia y (potencialmente) agentes del cambio social.

Keywords: telenovelas, Gender Stereotypes, corpus linguistics, Discourse Analysis, Estereotipos de Género, Lingüística de Corpus, Análisis del Discurso

1. Introducción

En décadas recientes las telenovelas latinoamericanas han atraído la atención de investigadores en ámbitos tan variados como la sociología de la comunicación, la semiótica y el análisis del discurso, entre otros. Se han estudiado como productos comerciales dirigidos a públicos vastos con un fuerte potencial para representar y, al mismo tiempo, plasmar la identidad y las actitudes de los espectadores.

El debate sobre la función social de las telenovelas ha dado vida a posturas académicas esencialmente polarizadas: por un lado, estos productos seriales se ven como instrumentos de control social que miran a la defensa de valores tradicionales y al mantenimiento del *statu quo*; por otro lado, se les ha reconocido un papel fundamental como portadores de cambios sociales a través de la difusión de contenidos educativos.

Esta dialéctica entre conservadurismo y cambio social se ha observado sobre todo a partir del análisis de las representaciones de género y raza, al ser estos aspectos donde se hacen patentes actitudes y prejuicios, tácita e inconscientemente, compartidos por una cultura: respecto de ambos temas, las telenovelas parecen oscilar entre una representación que favorezca la preservación de los roles tradicionales y la intención didáctica de promover un modelo de convivencia más equitativo, justo y respetuoso de las categorías sociales víctimas de discriminación.

En este artículo nos centraremos en el análisis de estereotipos de género relativos a la mujer para explorar las actitudes explícita e implícitamente vehiculadas a través de los personajes de las telenovelas. Se pretende de esta forma caracterizar las tensiones entre intención *conservativa* y propósitos didáctico-progresistas en este formato televisivo tan popular. El análisis utilizará los métodos propios del análisis del discurso basado en corpus electrónicos para comparar la distribución de palabras-clave en una selección de telenovelas de los años 90 y los años 2000.

La exposición presenta la siguiente estructura: después de una reseña de los estudios dedicados a las representaciones de la mujer en las telenovelas (§2), en §3 se presentan el corpus y el método de análisis basado en corpus. En §4 se exponen y discuten los resultados del análisis, para luego (en §5) ilustrar las conclusiones.

2. Representación de la mujer en las telenovelas: entre preservación de estereotipos y promoción de buenas prácticas

Desde muy temprano el fenómeno de las telenovelas, sensacional por la magnitud de su audiencia en muchos países de América Latina, se ha considerado como un interesante punto de partida para observar los estereotipos y los valores dominantes en las sociedades que representan y a las que se dirigen. Ya en los años 80 se empezaron a considerar importantes vehículos, que no armas, para la difusión de actitudes y prácticas sociales fundamentales en ámbitos que van desde las relaciones entre los géneros al tratamiento discriminatorio de determinados grupos étnicos.

En los estudios que se han dedicado a explorar la función social de las telenovelas prevalecen dos posturas principales y opuestas: por un lado, algunos investigadores han indicado que las telenovelas, producidas por grandes compañías de medios de comunicación sujetas a las coacciones del mercado capitalista y de las oligarquías económicas y políticas de un país, se utilizan como instrumentos para reafirmar y homologar los tradicionales esquemas de comportamiento e interacción social, caracterizándose, por lo tanto, como dispositivos de control social y mantenimiento de las relaciones de poder al servicio de instancias conservadoras. Por otro lado, muchos investigadores y operadores del mundo de la comunicación han señalado (y proficuamente aprovechado) la capacidad de las telenovelas para llegar a millones de personas en países del Tercer Mundo, difundiendo contenidos educativos y promoviendo buenas prácticas sociales (nos referimos aquí al llamado *edu-tainment* que nace de la proficua combinación de *education* y *entertainment*).

La primera postura se ha desarrollado en el ámbito del análisis crítico del discurso, que se dedica (con propósitos marcadamente ideológicos) a desenmascarar las dinámicas de opresión que los grandes actores políticos y económicos ejercen sobre la sociedad a través del discurso, o de las narrativas, dominantes. Entre estos actores se encuentran la industria del cine y la televisión[1] y entre los estereotipos más perniciosos que estos difunden y mantienen están los estereotipos de género. Ya en los años 80 a las telenovelas y a su representación de las mujeres se les había asociado la intención de preservar el poder patriarcal. Osuna (1984) describe a las protagonistas de las telenovelas como seres llamados a encarnar valores tradicionales como 'obediencia, amor, fidelidad, paciencia, resignación' (1984: 25), valores que chocan con la sociedad moderna. Sin embargo, para esta autora, lo que las telenovelas plantean no sería un conflicto entre valores (tradicionales vs. modernos), «sino una lucha por mantener el poder», que convierte a la mujer «en un factor ideológico de innegable contenido político» (Osuna 1984: 25).

Esta visión politizada de la representación de la mujer (y de la sociedad en general) en las telenovelas se ha mantenido intacta hasta años muy recientes, como se puede comprobar leyendo el trabajo de Asqueta, Muñoz, Martínez (2003), que indican que:

la telenovela al igual que otros discursos mediáticos actúa como un freno que mantiene al público al margen de la participación en las transformaciones sociales y niega, al fomentar la antidemocracia, la posibilidad de que ciertos sectores se autodeterminen, como es el caso de la mujer, de los marginados, de las minorías étnicas y logren adquirir el status que legítimamente les corresponde en la sociedad y la vida (Asqueta, Muñoz, Martínez 2003: 90).

La hipótesis parece confirmada por estudios empíricos que se basan en el análisis de contenidos (Quintero, López 1999) y de la recepción (Romero, Degrado 2008). El primero de estos trabajos analiza los contenidos de las telenovelas transmitidas en México durante una semana, verificando que, aunque los personajes femeninos predominan sobre los masculinos en frecuencia de aparición, estos ocupan un mayor número de roles protagónicos cuando pertenecen a los estratos socioeconómicos alto y medio; las mujeres protagonistas, en cambio, tienden a ser miembros del estrato socioeconómico bajo. Los autores concluyen que:

la telenovela mexicana recrea cierta visión parcial de la vida diaria, en donde se legitima el dominio de la clase alta sobre otras esferas sociales, el mando del hombre en campos profesionales y la subestimación de la mujer al reiterar y exagerar características en sus roles y comportamientos sociales (Quintero, López 1999: 268).

Romero, Degrado (2008) analizan los hábitos de consumo del género telenovela en niños y niñas de once y doce años, para verificar su influencia en el mantenimiento de estereotipos de género. Comprueban que niños y niñas indican como favoritos a una mayoría de personajes masculinos (70,8%, frente al 29,1% de personajes femeninos); las niñas valoran más el aspecto físico agradable y las cualidades relacionales, de habilidad social, mientras que los niños, además del aspecto físico agradable, valoran como positivos la agresividad y la violencia, que se pueden considerar estereotipos masculinos. El estudio confirma así la función de las telenovelas en la reiteración de estereotipos y su aceptación acrítica.

Frente a estas posturas totalizantes, algunos investigadores han reconocido, en las telenovelas, una tensión constante entre tendencias conservadoras e innovadoras. Beard (2003) señala que, además de reafirmar las ideologías hegemónicas, las telenovelas pueden (aunque en ocasiones raras y de forma parcial) poner en tela de juicio los estereotipos dominantes. Estos serían evidentes en los paradigmas morales conservadores reafirmados por las tramas organizadas entorno a la familia y al amor como fulcros y el ineludible final feliz con mensaje de esperanza, en el que se recompensan los actos buenos y se castigan los malos. En este horizonte ético, la mujer a menudo es representada como figura de apoyo, subalterna frente al hombre y dependiente de su guía y respaldo. En algunas de las telenovelas más recientes, sin embargo, se representan una sociedad y una imagen de mujer más modernas y actuales.[2] Beard (2003) pone el ejemplo de la telenovela mexicana *La vida en el espejo* centrada en la vida de familias burguesas de la Ciudad de México, donde las mujeres han adquirido mayor independencia y libertad de actuar (la protagonista deja a su marido y a su familia para irse a vivir con un hombre más joven). Sin embargo, aun en este caso, la trama insiste en las repercusiones negativas que la libertad de la mujer tiene en la familia (los problemas psicológicos y la drogadicción de la hija), proponiendo el retorno de la mujer al hogar como solución. Además, la identidad de la mujer queda estrechamente asociada a la idea tradicional de feminidad, de manera que los problemas psicológicos de la hija de la protagonista se consideran resueltos, gracias a una terapia psicológica, cuando la joven mujer empieza a cuidar de su aspecto físico y a vestirse de manera más femenina. Incluso la abertura hacia la homosexualidad (entre los personajes se encuentra una pareja homosexual presentada muy positivamente) se ve algo perjudicada por el prevalecer de

actitudes que inconscientemente adscriben al homosexual a la esfera de la anormalidad (presentando la homosexualidad como una “condición”).

Las tendencias innovadoras son más visibles en la telenovela entendida como *edutainment*, es decir, en productos seriales pensados para difundir contenidos educativos. Son las que Brown, Singhal, Rogers (1989) llaman *pro-development soap operas*, atribuyendo su paternidad a Miguel Sabido, vice-presidente de investigación en Televisa, la mayor productora de telenovelas en América Latina. En los años 70 Sabido pensó explotar el potencial promocional de las telenovelas, capaces de alcanzar millones de telespectadores en sus casas en todo el mundo, para promover, en lugar de productos comerciales, contenidos de utilidad social. Nacen así telenovelas «deliberadamente producidas con la intención de suscitar en la audiencia actitudes y conductas favorables a valores pro-sociales» (Sabido, Jara 1989). Entre los valores pro-sociales promovidos se encuentran (además de la alfabetización de adultos, enseñanza sexual a los adolescentes y mejor trato a los niños), temas que tienen que ver con la igualdad de género, como la dignidad de la mujer (*Nosotras las mujeres*) y la planificación familiar (*Acompáñame*). En lugar de representar, reafirmar y promover la preservación de roles sociales tradicionales, estas telenovelas se proponen como instrumentos del cambio social, difundiendo valores progresistas y contrastando prácticas sociales lesivas.

3. Análisis basado en corpus de la representación de la mujer en las telenovelas: hipótesis, corpus y método

En esta sección, al fin de contribuir al debate ilustrado en §2 sobre la función social de las telenovelas, se ilustra un análisis basado en corpus de la representación de las mujeres en estos productos seriales.

Más en concreto, se pretende verificar si las telenovelas reafirman los modelos tradicionales, o bien si reflejan o, incluso, preconizan cambios sociales en temas relacionados a la cuestión de género.

Para este fin, se ha decidido comparar la representación de las mujeres en dos mini-corpus de telenovelas: el primero (*NOVENTA*) contiene la transcripción de fragmentos de telenovelas producidas y televisadas en los años 90, mientras que el segundo contiene telenovelas de los años 2000 (*DOSMIL*). En estas dos décadas se ha asistido a cambios sociales importantes: la igualdad de género, el trato a las mujeres y el papel de la mujer en las sociedades latinoamericanas han protagonizado un debate permanente en la vida política y en los medios de comunicación. El análisis que aquí se presenta se propone verificar si ese cambio queda reflejado en las telenovelas, o si las telenovelas de los años 2000 siguen difundiendo una representación tradicional de la mujer.

Para la construcción del corpus se han seleccionado 7 telenovelas de los años 90 y 6 telenovelas de los años 2000: el principal criterio de selección ha sido el cronológico, escogiendo una telenovela por bienio en cada una de las décadas; en base al criterio geográfico se ha intentado seleccionar telenovelas producidas en distintos países de América Latina. Una vez escogidas las telenovelas, se han transcrito 10 minutos (seleccionados casualmente) de cada una de ellas: los turnos se han anotado indicando el sexo del hablante para permitir la posterior recuperación automática de los turnos de hombres y mujeres. Se ha decidido adoptar criterios externos (el cronológico y el geográfico) en la selección de las telenovelas y recopilar casualmente los fragmentos de cada una de ellas para evitar introducir elementos de parcialidad que podrían haber resultado de la inclusión de fragmentos indicativos de una específica actitud hacia las mujeres. Sin embargo, el tamaño reducido de la muestra analizada no puede garantizar la representatividad absoluta del corpus y habrá que matizar las generalizaciones de los resultados en consideración de la peculiar composición del corpus. La Tabla 1 recoge el contenido de los dos corpus y su tamaño.

<i>NOVENTA</i>	<i>DOSMIL</i>
<i>Mi Pequeña Soledad</i> (1990, México)	<i>Salomé</i> (2001, México)
<i>Manuela</i> (1991, Argentina)	<i>Pasión de gavilanes</i> (2003, Colombia)
<i>Corazón salvaje</i> (1993, México)	<i>Amor sin condiciones</i> (2006, México)
<i>Canela</i> (1995, Perú)	<i>Doña Bárbara</i> (2008, Colombia/EEUU)
<i>Esmeralda</i> (1997, México)	<i>Ojo por ojo</i> (2010, EEUU, Colombia)
<i>Salud, Dinero, Amor</i> (1997, México)	<i>Lobo</i> (2012, Argentina)
<i>Cosas del amor</i> (1999, Perú)	
TOT. 4466 token	TOT. 4148 token

Tabla 1. Telenovelas incluidas en el corpus *NOVENTA* y el corpus *DOSMIL*.

Los métodos utilizados para analizar los corpus recogidos son los que se han venido desarrollando en el ámbito de la lingüística de corpus y que han sido aplicados en los estudios del discurso asistidos por corpus (Partington 2004; 2006) y en el análisis crítico del discurso basado en corpus (por ej., Baker et al. 2011). En particular, se utilizarán listados de frecuencias, palabras-clave y colocados para observar la distribución de palabras referidas a hombres y mujeres y para analizar el habla de hombres y mujeres en las telenovelas. Las palabras-clave, es decir, palabras que aparecen con una frecuencia estadísticamente inusual en un texto o en un corpus (Scott, Tribble 2006) y que, por lo tanto, se pueden definir palabras “típicas” de ese corpus, se obtendrán utilizando la medida estadística *log-likelihood*. Las colocaciones, es decir, ocurrencias «de dos o más palabras a corta distancia una de otra en un texto» (Sinclair 1991), se identificarán calculando la medida estadística 'información mutua' con el programa AntConc (Anthony 2006).

4. Resultados

4.1 Cuánto hablan mujeres y hombres

El primer aspecto que se ha analizado es la cantidad de palabras pronunciadas por hombres y mujeres en cada corpus.

Para este fin, para NOVENTA y DOSMIL se han creado dos subcorpus separando los turnos de hombres y mujeres: HOMBRE90, MUJER90; HOMBRE2000, MUJER2000.

<i>NOVENTA</i>	HOMBRE90	1725
	MUJER90	2424
<i>DOSMIL</i>	HOMBRE2000	2026
	MUJER2000	1838

Tabla 2. Número de palabras pronunciadas por hombres y mujeres en cada subcorpus.

Los datos recogidos en la Tabla 2 señalan un cambio en la participación de hombres y mujeres en los diálogos. En los años 90 predomina la presencia femenina (2424 palabras pronunciadas por mujeres vs. 1725 palabras pronunciadas por los hombres), mientras que en los años 2000 los hombres parecen tener un papel más central en los diálogos (pronunciando 2026 palabras frente a las 1838 palabras que corresponden a los turnos de las mujeres). Si bien estos resultados dependen de manera crucial de la muestra de episodios escogidos para el análisis, y cualquier generalización es necesariamente problemática, las cifras indican una mayor presencia masculina en las telenovelas en la última década, una hipótesis que parece ser confirmada por el análisis de las palabras-clave presentado en §4.2 y de los colocados en §4.4.

4.2 Comparación de las palabras-clave en NOVENTA y DOSMIL

La Tabla 3 muestra las 50 primeras palabras-clave de los dos corpus. Las palabras-clave de la primera columna se han obtenido utilizando *NOVENTA* como corpus de estudio y *DOSMIL* como corpus de referencia. En la segunda columna, en cambio, *DOSMIL* se ha utilizado como corpus de estudio y *NOVENTA* como corpus de referencia. De esta forma, la primera columna indica las palabras típicas de *NOVENTA* y la segunda columna las palabras típicas de *DOSMIL*.

<i>NOVENTA</i>	<i>DOSMIL</i>
señora	dejar
doctor	este
Esmeralda	Carlos
Francisco	Karina
el	puerta
Valeria	Raúl
Marcela	Qué
Es	Félix
Tina	Lola
antes	Raca
Doctor	Santos
esposa	hombre
hija	usted
Isabel	amiga
nieto	tiíta
Sol	y
ahorita	Alina
conocer	Claro
felicidad	decisión
José	Jimena
madre	ladrón
mañana	marido
nana	Nando
saberlo	niña
trabajar	Dónde
Cómo	lo
MUJER	abogado
o	Barbarita
del	Caracola
como	caray
Adriana	Clarita
Armando	corazón
auto	crear
basta	cálmate
Bernarda	dejo
Charo	diciendo
comer	Erasmo
Cuál	familia
debemos	Julio

decir	Lusardo
deja	mil
difícil	Monsalve
era	necesito
Esta	Ruth
grande	sola
grave	tenía
Guicho	Venecio
gusto	vieja
hijito	Yessenia
inocente	ni

Tabla 3. 50 primeras palabras-clave de cada corpus.

Las primeras 50 palabras-clave del corpus *NOVENTA* contienen un total de 22 palabras que se pueden relacionar con hombres y mujeres. De estas, 14 se refieren a mujeres (63%) y las restantes 8 a hombres (37%). En el corpus *DOSMIL*, en cambio, la proporción entre palabras referidas a hombres y mujeres parece ser más equilibrada, con una ligera prevalencia de las palabras masculinas (54% palabras referidas a hombres y 46% a las mujeres).

En *NOVENTA*, el 64% de sustantivos referidos a mujeres son nombres propios, mientras que los restantes sustantivos vinculan a la mujer con su posición social (*señora*), sus relaciones familiares y en particular su papel de madre y esposa (*esposa, hija, madre, nana*). El 50% de los sustantivos referidos a hombres son nombres propios y los restantes sustantivos hacen referencia a las relaciones familiares (*nieto, hijito*) o su trabajo (*doctor*).

En *DOSMIL*, el 67% de palabras referidas a mujeres son nombres propios, mientras que los restantes hacen referencia a su relación con los demás personajes o son apelativos usados para referirse a las mujeres en relación con su edad (*amiga, tía, niña, vieja*). Merece la pena notar la desaparición de referencias explícitas al papel de la mujer como madre/abuela, mientras se privilegian las relaciones jerárquicamente horizontales y no necesariamente familiares (*amiga*). El uso de *vieja* como apelativo genérico es indicativo de las variedades lingüísticas usadas por los hablantes. Por lo que atañe a los sustantivos que indican hombres, el 69% son nombres propios y los restantes hacen referencia al papel del hombre en la familia (*padre*) y a su profesión (*abogado*), o se utilizan para expresar juicios de valor acerca de los personajes masculinos (*ladrón, hombre*; véase §4.4 para una discusión de los valores morales asociados con la palabra *hombre* y lo masculino).

4.3 Palabras de hombre y palabras de mujer

En este apartado se comparan las palabras-clave de los turnos de habla de mujeres y hombres en los corpus *NOVENTA* y *DOSMIL*. El objetivo es identificar cuáles son las palabras típicas de los turnos de habla de las mujeres y cuáles las típicas de los hombres. En la comparación se identifican 5 categorías de palabras en base a criterios semánticos y pragmáticos, a saber: familia, violencia, amor, habla (verbos y sustantivos que se refieren al *hablar*) e interacción (verbos, pronombres, interjecciones, etc. que señalan la interacción verbal entre los personajes).

HOMBRES 90	MUJERES 90	HOMBRES 2000	MUJERES 2000
papá	señora	algo	Ay
Juan	Francisco	hablar	Carlos
nada	favor	dijo	Raúl
Bueno	esto	tiíta	qué
ser	allá	creo	Sí
mundo	digas	hora	tú
nana	dos	un	bueno
seguir	eres	amo	ladrón
tengo	hija	Barbarita	Nando
toda	Isabel	Caracola	señor
trabajar	nieto	conmigo	tu
o	felicidad	debo	Mira
algo	hablando	dice	abogado
Adriana	José	diciendo	corazón
auto	parece	Erasmus	cálmate
cada	tiempo	Está	dos
debemos	Esmeralda	gordo	El
difícil	tu	han	Esos
esperar	la	Lusardo	ha
Malena	ese	Monsalve	lejos
muerto	ahí	Oy	Mh
pegan	Al	quiere	necesito
Puedo	Armando	soy	Papá
ustedes	basta	tenía	vieja
volver	decir	tomó	Yessenia
órale	deja	vez	hay
Marcela	era	eso	Lola

en	Esta	las	Arcángel
ama	grande	Si	Arturo
amor	gusto	acaso	bendiga
ayuda	hijito	Ahora	Buenos
base	Mamá	alguien	bárbaro
caballeros	pediatra	anda	chapa
Deja	pronto	apures	claro
derecho	quedar	aunque	costurera
embarazada	Rodolfo	cada	Cuidate
esté	segura	capitán	daño
ganas	sientes	Carla	dejes
haya	siéntate	Cecilia	desgraciados
indicios	tuvo	cobarde	dime
interrumpir	tía	Colorado	días
llaves	ves	Cualquier	enamore
maté	ya	cuide	encuentra
mucho	Que	dar	entró
Nana	quién	decirte	fuiste
olvidado	tú	desgraciado	haces
otro	abuela	dije	hasta
oy	aire	doña	hicieron
París	allí	Es	lado
pelear	amigos	esperar	Lina

Tabla 4. Palabras-clave de los turnos de habla de hombres y mujeres en *NOVENTA* y *DOSMIL*.

La Tabla 4 contiene las primeras 50 palabras-clave de los turnos de hombres y mujeres en los dos corpus. Estas listas se han obtenido comparando las palabras estadísticamente relevantes en las parejas de *subcorpus HOMBRE90-MUJER90* y *HOMBRE2000-MUJER2000*.

En *NOVENTA*, la clasificación de las palabras-clave muestra que en los turnos de los hombres, el 18% de las palabras-clave se refiere a la familia (por ej., *ama de llaves, nana, papá*, etc.), el 8% alude a la violencia (*muerto, pegan, maté, pelear*), mientras que sólo una palabra se puede relacionar semánticamente con el amor (*amor*). Además, es importante notar que el 18% de las palabras son indicativas de interacción verbal en los diálogos: entre estas se encuentran las formas verbales de primera y segunda persona (*debemos, puedo, órale, deja, maté*), los pronombres expresos (*ustedes*) y los apelativos (*papá, nana*).

La distribución de nuestras categorías muestra cierta variación en los turnos de habla de las mujeres, donde disminuye (sorprendentemente) la proporción de palabras referidas a la familia (12%) y desaparecen las clases semánticas del amor y de la violencia, mientras que el 28% de las palabras se puede considerar indicativo de interacción verbal (*digas, eres, tú*, etc.). El 6% de las palabras es un verbo o sustantivo referido a la acción del hablar (*digas, hablando, decir*).

En su conjunto los datos del corpus *NOVENTA* señalan que, en sus turnos de habla, hombres y mujeres comparten el ámbito semántico de la familia, aunque en las palabras de los hombres cobra relevancia el tema de la violencia. El elemento más interesante, sin embargo, es la incidencia de palabras indicativas de interacción verbal, más frecuentes en los turnos de las mujeres: los turnos de los hombres se caracterizan como más monológicos, mientras que las mujeres parecen más atentas a la dimensión interpersonal de la interacción verbal.

En el corpus *DOSMIL*, las clases semánticas de amor, familia y violencia (característicos del género de la telenovela) casi desaparecen de las listas de las palabras-clave. En los turnos masculinos aparece una proporción mayor de palabras referidas al acto del hablar (12% frente al 2% de los turnos femeninos), indicando que en este caso la tendencia a “hablar del hablar” (ya señalada por Melloni 2005) que en el corpus *NOVENTA* parecía ser prerrogativa exclusiva de las mujeres, en *DOSMIL* pasa a caracterizar los turnos masculinos. Los turnos de las mujeres, por otra parte, evidencian mayor énfasis en la interacción verbal, con un 34% de las palabras-clave que indican implicación de hablante e interlocutor en lo dicho (por ejemplo, *tú, mira, cálmate, cuidate*, etc.), más del doble que en los turnos masculinos (16%).

El análisis de las palabras-clave se ha utilizado también para verificar la evolución de los turnos de hombres y mujeres, comparando las palabras estadísticamente relevantes en las parejas de corpus *HOMBRE90- HOMBRE2000* y *MUJER90-MUJER2000*. La Tabla 5 contiene la lista de las palabras-clave que resultan de esta comparación. En este análisis, además de las categorías consideradas antes, se tiene en cuenta la incidencia de nombres propios referidos a mujeres y hombres.

<i>HOMBRES 90</i>	<i>HOMBRES 2000</i>	<i>MUJERES 90</i>	<i>MUJERES 2000</i>
mundos	hombre	señora	Carlos
Juan	usted	Francisco	Raúl
Marcela	dejar	Es	Lola
o	Félix	Esmeralda	puerta
el	tiíta	doctor	y
ha	eres	allá	este
nana	este	hija	amiga
seguir	esto	Isabel	dejar

señor	fue	nieto	Karina
toda	Lo	ti	ladrón
trabajar	Raca	Valeria	mucho
papá	pasa	no	Nando
nada	Qué	antes	otra
Sí	acá	Doctor	qué
Adriana	Barbarita	felicidad	Qué
ahorita	Caracola	José	abogado
auto	conmigo	Me	Claro
debemos	contigo	Oy	Corazón
difícil	debo	puede	cálmate
doctor	dice	Tina	entiendo
esposa	diciendo	el	Jimena
he	don	Por	marido
Malena	Erasmo	todo	Mh
mejor	gordo	Cómo	necesito
muerto	Jimena	Ahora	niña
pegan	Karina	Al	Papá
Puedo	Lusardo	Armando	Santos
Sol	Monsalve	basta	Tengo
Todo	Quién	decir	vieja
uno	Santos	deja	Yessenia
ustedes	tenía	En	Mira
Valeria	me	era	cuando
órale	ya	Esta	ella
del	está	están	Dónde
Tina	aquí	grande	hay
ayuda	acaso	gusto	Alina
base	alguien	hijito	Arcángel
caballeros	Alina	Mamá	Arturo
conocer	apures	pediatra	bendiga
Deja	capitán	pronto	Buenos
derecho	Carla	Rodolfo	bárbaro
dices	Cecilia	segura	caray
embarazada	Cobarde	sientes	chapa
esos	Colorado	siéntate	costurera
grave	creer	tuvo	Cuídate
indicios	cuide	tía	daño
interrumpir	dar	ves	decisión
Jajaja	decirte	verdad	desgraciados
lejos	decisión	muy	dime
madre	dejo	quién	enamore

Tabla 5. Evolución de las palabras-clave en los turnos de hombres y mujeres a lo largo de las dos décadas.

Los datos de la Tabla 5 indican una serie de hechos interesantes, sobre todo en relación a la incidencia de nombres propios masculinos y femeninos en los turnos de hombres y mujeres. En los turnos masculinos del corpus *NOVENTA* los nombres propios masculinos constituyen el 2% de las primeras 50 palabras-clave; este porcentaje sube hasta alcanzar el 12% en los años 2000. La presencia de nombres propios femeninos en los turnos masculinos, en cambio, se mantiene invariada en las dos décadas. En los turnos femeninos se observa mayor equilibrio ya que las incidencias de nombres propios masculinos y femeninos, además de ser bastante parecidas entre sí, no presentan variaciones marcadas en las dos décadas (los nombres masculinos representan el 8% de las palabras-clave en *NOVENTA* y el 12% en *DOSMIL*, los femeninos constituyen el 8% en *NOVENTA* y el 10% en *DOSMIL*).

Otros hechos que merece la pena señalar son la disminución de referencias a la familia y a la violencia en los turnos de ambos sexos y el aumento de marcas de interacción en los turnos femeninos en los años 2000.

4.4 Colocados de mujer y hombre

El estudio se concluye con un análisis de los colocados de los lemas *mujer* y *hombre*, observando las palabras que aparecen frecuentemente en combinación con dichos lemas en los corpus *NOVENTA* y *DOSMIL*. La Tabla 6 contiene una selección de los colocados que aparecen en un entorno de 5 palabras a la izquierda y a la derecha de *mujer* y *hombre*.

	MUJER		HOMBRE	
<i>NOVENTA</i>	pegan	deseo	veras	sus
	viejas	buscan	saberlas	hijo
	tomó	aconsejan	pegó	vida

	terminan	sus	pegan	su
	supuesto	único	deben	tu
	quiera	todas	primer	
	pueblitos	siendo	matrimonio	
	privativo	Mi		
	parteras	mamá		
	enfermeras	señora		
<i>DOSMIL</i>	suceder		tantos	Mamá
	existe		oíste	haga
	salgan		Muchachos	desgraciado
	respetar		guapos	Vas
	Quizás		encontrado	dejo
	quería		Dispárame	todos
	pegándoles		dispárame	un
	pega		agárrenla	vamos
	pedirme		pega	salir
	machito		oyó	mujeres
	llegue		mató	mala
	matar		hice	hombre
	Cobarde		había	cosa
	miedo		entiéndame	eres
	Dios		domar	Usted
	puerta		das	vida
	hombre		apareció	te
	vida		alborotando	se
	tu		soy	mi
			Un	me

Tabla 6. Colocados de *mujer* y *hombre* en NOVENTA y DOSMIL.

En primer lugar, hay que señalar un dato relativo a la frecuencia de los lemas analizados que confirma lo hasta ahora expuesto: *mujer* como lema (*mujer, mujeres*) presenta una frecuencia ligeramente menor en la segunda década (ya que aparece 9 veces en *NOVENTA* y 7 veces en *DOSMIL*), mientras que *hombre* tiene una frecuencia más de dos veces mayor en *DOSMIL* que en *NOVENTA*.

Pasando al análisis de los colocados, en *NOVENTA* *mujer* se coloca a menudo con palabras que indican los roles tradicionales de la mujer (*parteras, enfermeras, mamá, señora*); el mundo femenino es representado como separado del masculino (*¿[...] es algo privativo de mujeres?*) y la condición femenina se asocia con una condición social inevitable de inferioridad y exclusión (*En esos pueblitos casi todas las mujeres terminan siendo siempre enfermeras, parteras, comadronas*); también llaman la atención el uso del posesivo *mi* (*mi mujer*) y la presencia del verbo *pegar* (ejemplos en Figura 1). En los años 2000 los colocados evidencian una mayor tensión en la relación entre los dos sexos, ya que *mujer* se coloca con verbos como *respetar, pegar, matar*, que apuntan explícitamente al problema de la violencia de género, enfatizando también la oposición entre hombre (*machito, hombre*) y mujer (*que no se atreva a ir de machito aquí, pegándole a las mujeres; Porque un hombre que les pega a las mujeres no es más que una pájara*) (ejemplos en Figura 2).

uriendo de sed. Brindo por Sol. Bueno, mamá... Mi mujer se tomó todo el día para arreglarse. ¿Cuánto se le engo todo el derecho del mundo a interrumpir a mi mujer arriba cuando yo quiera, aunque esté con su ama d arte de mí. ¿Puedo saberlo o es algo privativo de mujeres? Es lo único que deseo en el mundo, saberlo. Tod . Y ¿le pegó? No, los hombres no les pegan a las mujeres. ¿No? Por supuesto que no, no es de caballeros. T lo hagan, pero hay hombres que sí les pegan a sus mujeres, y mujeres que le pegan a sus hombres... ¿De vera ero hay hombres que sí les pegan a sus mujeres, y mujeres que le pegan a sus hombres... ¿De veras? ¿Y lo ha da, la muerte... En esos pueblitos casi todas las mujeres terminan siendo siempre enfermeras, parteras, com rsticiones que las viejas aconsejan siempre a las mujeres que buscan su primer hijo... No, los hombres no d tar espléndido. Necesito quedar muy bien con esta mujer. Sí, señora. ¿Rodolfo! ¡Hola! Yo muy bien, queri

Figura 1. Concordancias del lema *mujer* en el corpus *NOVENTA*.

icia no han aparecido... Eso no va a suceder, esa mujer no existe... MUJER: ¿Por Dios! ¿Qué es esto? ¿Qu o... Eso no va a suceder, esa mujer no existe... MUJER: ¿Por Dios! ¿Qué es esto? ¿Quietos! Sepárenlos, p mis nietas? ¡Te voy a enseñar a respetar a a las mujeres! ¡Cobarde, te voy a matar, te voy a matar! ¡Mis n se atreva a ir de machito aquí, pegándoles a las mujeres! Porque un hombre que les pega a las mujeres no e las mujeres! Porque un hombre que les pega a las mujeres no es más que una pájara... Mucho cuidado, don Ma Quizás quería pedirme que esas mujeres salgan por la puerta de servicio, señor. Pues, sí e perderte, Julio. Tengo miedo de que llegue otra mujer a tu vida y que te enamores de ella... Pero va a

Figura 2. Concordancias del lema *mujer* en el corpus *DOSMIL*.

El entorno colocacional del lema *hombre* presenta elementos importantes para la representación de la relación entre los géneros. En los años 90 los colocados de *hombre* hacen referencia a la violencia (*pegar*) y a las relaciones

familiares (*matrimonio, hombre de tu vida*, etc.) (véase Figura 3). En los años 2000, la mayor frecuencia del lema comporta una mayor variedad de colocados, la mayoría de los cuales presenta la violencia y la agresividad como una característica propia de lo masculino a través de verbos como *pegar, disparar, matar, domar*, etc. En el discurso se subraya el valor de *ser hombre* asociándolo a la capacidad del hombre de imponerse por la fuerza y dominar a la mujer (*Conque muy fiera, ¿no? Y yo te voy a domar, porque yo soy un hombre, oíste, un hombre... Muchachos, ¡agárrenla para que no se mueva!; Un hombre, entonces vamos, ¡dispárame! ¡Dispárame si eres tan hombre!*, véase Figura 4). Asociando la figura masculina a violencia y agresividad lo que se está haciendo es dar visibilidad y denunciar ciertos comportamientos.

os había visto tan enojados. Y ¿le pegó? No, los hombres no les pegan a las mujeres. ¿No? Por supuesto que res. Tal vez los caballeros no lo hagan, pero hay hombres que sí les pegan a sus mujeres, y mujeres que le pegan a sus mujeres, y mujeres que le pegan a sus hombres... ¿De veras? ¿Y lo has visto? Tú no conoces nada las mujeres que buscan su primer hijo... No, los hombres no deben saberlas mientras esperan su primer hijoanita. Seguro que viniste a ver el matrimonio del hombre de tu vida, para después echarte a llorar. ¿Qué t

Figura 3. Concordancias del lema *hombre* en el corpus *NOVENTA*.

machito aquí, pegándoles a las mujeres! Porque un hombre que les pega a las mujeres no es más que una pája iga ese viejo desgraciado. Hasta aquí apareció el hombre. ¿Qué, Félix? ¿Vas a salir corriendo o vas a enfr fiera, ¿no? Y yo te voy a domar, porque yo soy un hombre, oíste, un hombre... Muchachos, ¡agárrenla para q e voy a domar, porque yo soy un hombre, oíste, un hombre... Muchachos, ¡agárrenla para que no se mueva! ¿V élrix. Ahí está. Maté a Félix. Pero, ¿qué hice? Un hombre, entonces vamos, ¡dispárame! ¡Dispárame si eres t ntonces vamos, ¡dispárame! ¡Dispárame si eres tan hombre! Mamá... ¡se mató! ¡Se mató! Mamá, te prometo que a. La muchacha tiene una cosa mala para todos los hombres. Ya está alborotando todos los míos. Puede pasar e a usted para servirle también cuando se haga un hombre, ¿me oyó? Tonio, te deje mi caballo Colorado, cuí Mira, ni siquiera en Granada yo había encontrado hombres, y tantos hombres, tan guapos. ¿Qué? ¿Que qué des en Granada yo había encontrado hombres, y tantos hombres, tan guapos. ¿Qué? ¿Que qué descaró y qué desverg ón se puso así... Oye... Pues, ¿qué le das a este hombre tú? Bueno, no te lo niego... pero, caray, que Cla recisamente. Nando, entiéndame usted. Raca fue el hombre de mi vida y esos desgraciados tienen que pagar p

Figura 4. Concordancias del lema *hombre* en el corpus *DOSMIL*.

5. Conclusiones

Objetivo de este estudio ha sido investigar el papel de las telenovelas en la conservación o superación de estereotipos de género: utilizando una metodología basada en corpus, se han comparado telenovelas de los años 90 y de los años 2000 para verificar si los guiones de estos productos reflejan un cambio de actitud social hacia la mujer, o bien, si se puede considerar que las telenovelas siguen proponiendo como válidos modelos tradicionales de la relación entre los géneros.

Los resultados han evidenciado una evolución en la representación que las telenovelas proponen de hombres y mujeres. El cambio más evidente, confirmado por los tres métodos de análisis cuantitativo utilizados, atañe a los hombres, que, en la última década, han visto aumentada su visibilidad dentro de estos productos seriales: el estudio ha evidenciado que, en las telenovelas de los años 2000, los hombres hablan más que las mujeres (y mucho más de lo que hablaban en los años 90).

No solo, en general, en las telenovelas de los años 2000 se habla más de hombres, como demostrado por la aumentada incidencia de palabras referidas a hombres (incluidos los nombres propios masculinos) entre las palabras-clave y la mayor frecuencia del lema *hombre*. Estos datos indican que las telenovelas (en su origen productos mediáticos dirigidos a mujeres, donde estas eran las protagonistas absolutas) han evolucionado para reflejar un modelo más equilibrado de relación entre los géneros, en el cual hombres y mujeres comparten protagonismo.

Esta evolución afecta también la manera de hablar de los hombres, ya que las diferencias entre las palabras de hombres y mujeres, muy marcadas en los años 90, se ven algo mitigadas en los años 2000, cuando por ejemplo los hombres hablan menos de violencia y demuestran un interés, antes exclusivo de la mujer, por la narración y el acto de hablar: ese hablar que los personajes de las telenovelas hacen de lo que alguien ha dicho que otra persona ha referido, etc., ha dejado de ser prerrogativa femenina, transfiriéndose también a los hombres.

El único cambio importante que se ha observado en los turnos de las mujeres tiene que ver con el nivel de interacción de sus diálogos: si en los turnos de habla masculinos predomina un tenor monológico, en el de las mujeres, y sobre todo en las mujeres de la última década, se observa una incidencia muy alta de rasgos lingüísticos propios de la interacción. Esto, además de indicar el papel central de la mujer en la gestión de la interacción verbal, apunta a la mejor calidad de los guiones de los años 2000, que usan una lengua más natural y más adecuada desde el punto de vista conversacional.

Por último, el análisis de los colocados de los lema *mujer* y *hombre* ha revelado que en los años 2000 las mujeres dejan de ser asociadas a sus roles tradicionales (*enfermeras, parteras, comadronas...*), mientras que cobra centralidad la vinculación del hombre con la violencia, especialmente la violencia dirigida a la mujer. Son evidentes en estas asociaciones léxicas frecuentes la voluntad de denuncia y una clara intención educativa.

En su conjunto, los datos cuantitativos aquí analizados revelan que las telenovelas, por un lado, reflejan los cambios sociales proponiendo un modelo más equitativo de relación entre los géneros, y por el otro, insistiendo en la representación de la lacra social de la violencia de género, se plantean como instrumentos de denuncia y (potencialmente) agentes del cambio social.

Bibliografía

Anthony, Laurence (2006) "Concordancing with AntConc: An Introduction to Tools and Techniques in Corpus

Linguistics”, *JACET Newsletter* 55: 2085.

Asqueta Corbellini, María C., Clarena Muñoz Dagua, e Betty Martínez Ojeda (2003) “La Telenovela: ¿Ritualización Antidemocrática del Espacio Público?”, *Revista Mediaciones* 4: 81-91.

Baker, Paul, Costas Gabrielatos, Majid KhosraviNik, Michał Krzyzanowski, Tony McEnery, e Ruth Wodak, (2011) “¿Una sinergia metodológica útil? Combinar análisis crítico del discurso y lingüística de corpus para examinar los discursos de los refugiados y solicitantes de asilo en la prensa británica”, *Discurso & Sociedad* 5 (2): 376-416.

Beard, Laura J. (2003) “Whose Life in the Mirror?: Examining Three Mexican Telenovelas as Cultural and Commercial Products”, *Studies in Latin American Popular Culture* 22: 73-88.

Brown, William J., Arvind Singhal, e Everett M. Rogers (1989) “Pro-development soap operas: a novel approach to development communication”, *Media Development* 4: 43-47.

Casas Pérez, María de la Luz (2005) “Cultural Identity: Between Reality and Fiction: A Transformation of Genre and Roles in Mexican Telenovelas”, *Television & New Media* 6(4): 407-414.

De Lauretis, Teresa (1984) *Alice doesn't: Feminism, Semiotics, Cinema*. Bloomington, Indiana University Press.

Melloni, Alessandra (2005) “Palabras, palabras, palabras... Formas de habla en la telenovela”, *DeSignis* 7-8: 41-51.

Osuna, Yolanda (1984) “Imagen de la mujer en la telenovela”, *Revista Comunicación* 47: 78-89.

Partington, Alan (2004) “Corpora and Discourse, a Most Congruous Beast” in *Corpora and Discourse*, Alan Partington, John Morley, Louann Haarman (eds), Bern, Peter Lang: 11–20.

--- (2006) “Metaphors, Motifs and Similes Across Discourse Types: Corpus-assisted Discourse Studies (CADS) at Work” in *Corpus-based Approaches to Metaphor and Metonymy*, Anatol Stefanowitsch, Stefan Th. Gries (eds), Berlin, Mouton de Gruyter: 267–304.

Quintero Ulloa, Claudia, e José Rafael López Islas (1999) “Estereotipos de la mujer en las telenovelas mexicanas. Un análisis de contenido”, *Revista de humanidades* 6: 245-270.

Romero, Juan Bautista, e M^a. Dolores Degrado (2008) “Recepción de telenovelas y perspectiva de género”, *Comunicar* 31(XVI): 673-679.

Sabido, Miguel, e Rubén Jara (1989) “Marco teórico de las telenovelas mexicanas”, *Chasqui* 31: 24-30.

Scott, Mike, e Christopher Tribbe (2006) *Textual Patterns: keyword and corpus analysis in language education*, Amsterdam, Benjamins.

Sinclair, John (1991) *Corpus, Concordance, Collocation*, Oxford, Oxford University Press.

Notas

[1] De Lauretis (1984: 60) señala que el discurso del cine dominante desempeña «a political function in the service of cultural domination including, but not limited to, the sexual exploitation of women and the repression or containment of female sexuality».

[2] Casas (2005) señala que la representación de una sociedad más moderna y cosmopolita no es sino una respuesta a las presiones del mercado globalizado, que demanda la paulatina dilución de los caracteres tradicionales de la identidad nacional (religión, variedades lingüísticas, historia etc.) y su combinación con nuevos rasgos de las sociedades modernas internacionales, para crear productos más fácilmente exportables. Las telenovelas se verían así sometidas a la necesidad de reflejar «a complex, dynamic, yet conservative cultural community» al mismo tiempo que deben adoptar la identidad de una sociedad cosmopolita, liberal y moderna (2005: 108).

©inTRAlínea & Sara Piccioni & Rafael Lozano Miralles (2013).

"Preservación y superación de estereotipos de género en las telenovelas:", *inTRAlínea* Special Issue: Palabras con aroma a mujer. Scritti in onore di Alessandra Melloni.

Permanent URL: <http://www.intralinea.org/archive/article/2004>