

# **HACIA UNA NUEVA CULTURA TELEVISIVA: análisis de los públicos de la telenovela *Mirada de Mujer* (investigación en red)**

**Karla Y. Covarrubias Cuéllar  
y Ana B. Uribe Alvarado\***

---

## **Introducción**

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

Investigar en red implica que la conquista de nuestros objetos de estudio dependa sólo de nuestros propios recursos, es decir, que nuestras condiciones para producir investigación, se sustenten cada vez más en

una cultura de autofinanciamiento, de colaboración, de disposición y, por supuesto, de sentido.

A partir del surgimiento del Programa Cultura de la Universidad de Colima<sup>1</sup> en 1986, los investigadores Jorge A. González y Jesús Galindo Cáceres, han sido motivadores y propulsores de la red de investigación en nuestro país. Desde entonces hasta los últimos tiempos, se han abierto una diversidad de espacios de crecimiento a partir de las expectativas que ha generado la red. Bajo este contexto, destacamos el proyecto de investigación sobre *Telenovelas en México* puesto en marcha en 1987. Estuvo conformado por tres grandes áreas de investigación: la producción de la telenovela, la composición textual del género y los usos y apropiación social de éste por el televidente cautivo. En este tiempo histórico surge también el proyecto de investigación sobre *Cultura regional y cultura nacional*. En 1993 se consolidó otro proyecto de alcance nacional compartido en red: *La formación de las ofertas culturales y sus públicos en México, siglo XX (genealogías, cartografías y prácticas culturales)*. Hoy, en pleno 1998, compartimos en red también el proyecto de investigación sobre *Educación y tecnología*, que tiene como objetivo reflexionar acerca de la relación de los sujetos con la tecnología, así como el proyecto que hoy presentamos: *Hacia una nueva cultura televisiva: análisis de los públicos de la telenovela Mirada de Mujer*.

Además de los proyectos de investigación trabajados en red, se han generado otras actividades académicas en paralelo, como el *Grupo de los jueves*, dedicado a la charla abierta, cuyo corazón, conformado por doce personas, discute en la ciudad de México sobre temáticas diversas en torno a la cultura contemporánea. De este grupo de discusión surge la propuesta de fomentar una cultura de investigación en este país; para ello se estructuró el Diplomado en *Técnicas de Investigación en Cultura, Sociedad y Comunicación*, que se ha impartido hasta ahora en doce universidades mexicanas. Asimismo, a lo largo de todos estos años, al interior de cada una de las instituciones de educación superior que integran la red, se han organizado una amplia variedad de cursos, seminarios, talleres, charlas, mesas de discusión, todos ellos con el objetivo preciso de incrementar la formación académica de los equipos de trabajo.

Las expectativas de la red de investigación continúan su marcha: la revista *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, intenta ahora generar una cultura de expresión escrita en los jóvenes investigadores. En 1996, en la Universidad de Colima se llevó a cabo el I Coloquio de *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*; en 1997, este mismo evento académico se realizó bajo el auspicio de la Facultad de Artes Visuales

de la Universidad Autónoma de Nuevo León, en Monterrey, y en 1998 se llevará a cabo en la Universidad Iberoamericana, campus-León. El objetivo principal de estas reuniones es el de crear un espacio de discusión para que los jóvenes investigadores de la generación que vive sus años veinte, puedan expresar sus ideas acerca del trabajo académico, así como sus propuestas de investigación. En este marco de la red, también queremos mencionar al *Coloquio generación McLuhan*, realizado en 1997 en la Universidad Intercontinental de la ciudad de México; en este evento asistieron más de sesenta jóvenes investigadores de la comunicación nacidos en los años sesenta.

Como producto de esta energía generada en colectivo, existen otras propuestas que se están trabajando en red: muchas son las personas que han participado con su calor afectivo a través del tiempo.<sup>2</sup> El corazón de esta cultura de red, se sitúa en la llamada *Red de investigación, creación y cosmovisión* que ha sido configurada con la finalidad de hacer objetiva la conformación de nuestros grupos de trabajo en el *ciberespacio*. Es pues, bajo esta filosofía, que queremos compartir hoy una de nuestras apuestas por trabajar la investigación en red.

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

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

## I. Justificación del objeto de estudio

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

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

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

de TV-Azteca), y con ello analizar el surgimiento de un nuevo cuadro de producción de telenovelas.

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

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

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

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

## II. Objetivos

### 1. La relación telenovela y públicos en México

#### Objetivo general

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

#### Objetivos particulares

1. Conocer el nivel de identificación, uso y apropiación que los públicos mantienen con la telenovela *Mirada de mujer*.
2. Estudiar el tipo de lectura que los públicos hacen de este producto cultural.
3. Medir el peso específico de la telenovela en la vida cotidiana de los sujetos cautivos.

## 2. La telenovela desde la cultura regional

### Objetivo general

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

### Objetivos particulares

1. Conocer los comportamientos (formas de percepción y de apreciación de la telenovela) en cada ciudad (semejanzas y diferencias).
2. Identificar los parámetros culturales regionales de los que dependen los comportamientos específicos de cada ciudad.
3. Entender el tipo de valores sociales que incorporan los públicos en cada región analizada.

## 3. La telenovela como género: *Mirada de Mujer*

### Objetivo general

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

### Objetivos particulares

1. Conocer el tipo de lectura que hacen de la telenovela hombres y mujeres —entre 35 y 45 años de edad— de las seis regiones antes mencionadas.
2. Determinar el tipo de uso y de apropiación social del melodrama que hacen estos hombres y mujeres de clases social media y baja.
3. Estudiar de qué manera se representa a la familia (como valor social y moral) en la telenovela *Mirada de Mujer*.
4. Analizar la forma en la que se escenifican los conflictos sociales y culturales en la telenovela *Mirada de Mujer* y cómo son percibidos por los públicos cautivos.

5. Investigar cómo se construye la relación entre los públicos y la telenovela en los siguientes tópicos: telenovela y el mundo de la afectividad, telenovela y éxito/fracaso, telenovela y cuerpo (moral), telenovela y nuevo lenguaje televisivo, telenovela y estética.

### **III. Metodología: Protocolo de investigación**

#### **1. La telenovela *Mirada de Mujer* y la recepción**

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

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

#### **2. Las técnicas de investigación**

##### **Grupos de discusión**

Es una técnica a partir de la cual se puede trabajar en profundidad el objeto de estudio. Con los grupos de discusión se puede obtener un amplio conjunto de significados sociales (a través de discursos de los informantes) útiles y pertinentes para responder a nuestras preguntas de investigación. Las condiciones de producción de estos sentidos socioculturales implican una intensa interacción entre informantes. Así, el grupo de discusión es, en principio, una técnica cuyo diseño es abierto, en oposición al carácter cerrado como los es el de un diseño de encuesta, por ejemplo. Estas sesiones de grupo estarán conformadas por cinco informantes como mínimo y por un máximo de nueve. Se pretenderá siempre que los grupos sean impares. Con esta técnica de investigación,

queremos explorar la relación de la telenovela con el mundo de la vida cotidiana.

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

### **Etnometodología/ASBI<sup>4</sup>**

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

Cada ciudad de la red de investigación organizará un total de nueve grupos de discusión, de los cuales ocho serán producidos mediante los *grupos de discusión* y el noveno será trabajado con *ASBI*. Obtendremos por tanto una muestra cualitativa de cincuenta y cuatro grupos para el análisis global (cuarenta y ocho sesiones de grupo y seis grupos *ASBI*). El diseño de los grupos de discusión para este trabajo lo presentamos en los cuadros de la página siguiente.

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

Edad (años)	Estrato social	Género	Nivel de competencia
35-45	Medio	Hombres	Primera vez que ve telenovelas
35-45	Bajo	Mujeres	Siempre y/o frecuentemente ha visto telenovelas

Grupo número	Género	Estrato social	Nivel de competencia
1	Mujeres	Medio	Primera vez
2	Mujeres	Bajo	Primera vez
3	Mujeres	Medio	Siempre y/o frecuentemente
4	Mujeres	Bajo	Siempre y/o frecuentemente
5	Hombres	Medio	Primera vez
6	Hombres	Bajo	Primera vez
7	Hombres	Medio	Siempre y/o frecuentemente
8	Hombres	Bajo	Siempre y/o frecuentemente
9 (ASBI)	Mujeres	Medio	Siempre y/o frecuentemente

### 3. Delimitación temporal y espacial

Nos proponemos trabajar durante siete meses. Este período comprende cuatro reuniones nacionales de trabajo (cada una con objetivos concretos: presentación del proyecto y diseño del protocolo de investigación; capacitación para el manejo de las técnicas; y capacitación para el análisis regional y global) con dos representantes de cada universidad. De manera simultánea se desarrollará el proyecto de investigación bajo las siguientes etapas: reclutamiento, acopio de información, transcripción, análisis por región y análisis global.

### a) Cursos de capacitación

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

Después de largas horas de reflexión y de varios ejercicios en torno a una hermenéutica colectiva, se definió el *Campo Semántico* de nuestro proyecto, es decir, los límites y los referentes de significado que demilitan el corazón de la investigación. Dicho campo semántico fue definido como los *Usos y la apropiación social de la telenovela Mirada de Mujer*. Entendemos por ello a las diferentes formas de relación e interacción de los sujetos con la telenovela desde la vida cotidiana en las diferentes regiones del país (relación telenovelas—vida real).

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

- **Primer detonador:** *Vamos a hablar de la relación que ustedes ven en la telenovela Mirada de Mujer con la vida real...*  
Si no funciona...
- **Segundo detonador:** *Vamos a hablar de la relación de María Inés con Paulina y "Mamá Lena"...*  
Si no funciona...
- **Tercer detonador:** *Vamos a hablar de aquél momento en que Ignacio deja a María Inés por una mujer joven...*  
Si no funciona...
- **Cuarto detonador:** *Vamos a hablar de las escenas de la telenovela Mirada de Mujer que ustedes más recuerdan...*

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

- **Primer detonador:** *Platiquenme lo que quieran sobre estos personajes...* (se mostrará una serie de fotografías de lo personajes de la telenovela *Mirada de Mujer*).  
Si no funciona...
- **Segundo detonador:** *Mover imágenes en triángulo amoroso...* (mostrar imágenes de María Inés, Alejandro Salas e Ignacio San Millán).  
Si no funciona...
- **Tercer detonador:** *Mover nuevamente imágenes en triángulo amoroso-afectivo* (mostrar personajes de la telenovela: María Inés, Paulina y "Mamá Lena").  
Si no funciona...
- **Cuarto detonador:** *Mover nuevamente imágenes en triángulo amoroso-afectivo* (mostrar personajes de la telenovela: María Inés, Paulina y Andrés).

## b) Reclutamiento y levantamiento de información

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

## c) La transcripción de los grupos de discusión

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

## d) Análisis de resultados

En nuestra calendarización tenemos consideradas dos reuniones más de trabajo en red: una de ellas tiene el objetivo de capacitar y de reflexionar en torno a las posibles vías de análisis para cada región del país (del 1o. al 5 de mayo y del 6 del mismo mes al 21 de junio, cada ciudad par-

participante en el proyecto se responsabilizará de realizar su análisis con sus nueve sesiones de grupo); la última reunión de la red de investigación tiene la finalidad de acordar cómo trabajar el análisis comparativo (del 22 al 28 de junio), por supuesto que una vez analizada la telenovela desde las diferentes regiones. Para el análisis global, cada ciudad deberá entregar su informe final a las coordinadoras del proyecto de investigación el 29 de junio de 1998 para redactar los resultados globales durante los meses de julio y de agosto.

#### IV. Difusión y divulgación

De esta investigación obtendremos una compilación global que integrará los resultados obtenidos en cada ciudad, que será publicada en varios órganos de difusión de las universidades participantes, entre ellas, el espacio editorial de la revista *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* (miembro del padrón de excelencia del CONACYT desde 1994) en Colima, y la revista *Mass culturas* de la Universidad Iberoamericana, campus-León. Además, difundiremos los resultados del proyecto en congresos sobre ciencias sociales y comunicación, tales como el del CONEICC (Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación), la reunión de FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social) y en seminarios, coloquios y reuniones académicas en el extranjero. Los resultados podrán darse a conocer en órganos de difusión a través del *ciberespacio* como lo es la revista *Razón y Palabra* del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey se harán, asimismo, publicaciones de artículos en revistas especializadas en comunicación y cultura en el extranjero.

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

## Notas y referencias bibliográficas

- \* Profesoras-investigadoras del *Programa Cultura* del Centro de Investigaciones Sociales de la Universidad de Colima; coordinadoras del proyecto.
1. Puede consultarse el documento sobre el origen del *Programa Cultura* del Centro de Investigaciones Sociales de la Universidad de Colima, Colima, México 1986.
  2. Además del trabajo, estos proyectos académicos han impulsado las energías y los afectos de las personas que conforman la red de investigación, entre ellos destacamos la participación nuevamente de Jesús Galindo y Jorge González (Universidad de Colima), Heriberto López Romo (Televisa), Héctor Gómez (Universidad Iberoamericana campus-León), Ricardo Morales (Universidad Iberoamericana campus-Tijuana), Bernardo Russi (Universidad Intercontinental) y José Amozurrutia (CNCA).
  3. Una amplia bibliografía exclusiva sobre el fenómeno telenovela, apareció en: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. II, núm. 4/5, Universidad de Colima, febrero 1988.
  4. Jorge A. González Sánchez, "La cofradía de las emociones interminables (primera parte)" en: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Universidad de Colima, *op. cit.*, febrero de 1988. La segunda parte de esta reflexión puede consultarse en una compilación de Néstor García Canclini: "Metodología y cultura" en: *Pensar la cultura*, CNCA, México 1994.
  5. Al respecto, consúltese: Karla Y. Covarrubias C., Angélica Bautista F. y Ana Bertha Uribe A. *¡Cuéntame en qué se quedó! La telenovela como fenómeno social*. Trillas, México, 1993, trabajo que obtuvo el Premio Nacional de Tesis en Comunicación 1991.
  6. Jesús Galindo Cáceres. "La telenovela como texto y pretexto" en: *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, *op. cit.*, febrero de 1988.
  7. Sobre la producción de telenovelas en México véase: Guadalupe Chávez Méndez. *La producción de telenovelas mexicanas y su forma moderna y racional de operar*. Tesis de maestría en sociología por la Universidad Iberoamericana, México, 1992.
  8. Sobre la génesis del proyecto, véase Jesús Galindo Cáceres. "Vivir y sentir la telenovela" en: *Chasqui*, Ciespal, Quito, 1985, p. 16 y Jesús Martín Barbero. "Vida cotidiana, melodrama y televisión" en: *Seminario de investigación*, UPB, Medellín, 1986, p. 12.
  9. Los equipos de investigación de este proyecto están conformados por las siguientes personas e instituciones académicas: **Universidad de Colima**: Ana B. Uribe Alvarado, Karla Y. Covarrubias Cuéllar, Lupita Chávez Méndez, Ana Isabel Zermeño Flores, Angélica Rocha, Cecilia Chávez, Leticia Aguayo; **Universidad Intercontinental**: Bernardo Russi Alzaga, Aarón Borrás, Mónica Sánchez, Ana Gutiérrez, Susana Bernal, Erica Pedroza, Enrique Pimentel, Martín Sánchez, Rodrigo Bonilla; **Universidad**

- Veracruzana:** Lorena Laurencio Meza, Elizabeth Bonilla Loyo, Aída Marisela González, Audomaro Morales Falcón, Katya Araceli Vargas Contreras, Alma Martínez Maldonado, Mónica Ramírez López, Tiburcio Jesús Sosa Ramírez; **Universidad Iberoamericana campus-Tijuana:** Gerardo León Barrios, Luz Aída Ruíz, Omar Foglio, Kiyoko Nishkawa, David González Hernández, Yawi Guadalupe Sánchez Pérez, Humberto Huerta, Sergio Brown, Nora Pérez, Mariana Martínez Estnz, Itzel Martínez del Cañizo, Eunice Vargas, Ana Paola Rodríguez España, Karla Gerardo Dancil, Michel Torres Saucedo, Fernando López Mateos, Sebastián Díaz Aguirre; **Universidad Iberoamericana campus-León:** Efraín Delgado, Luis Zorrilla, José Manuel Vargas, Héctor Gómez, Nora Delgado, Estela Rojas, Georgina Tinoco, Sheida Gómez, Claudia Jurado, Nora Salgado, Mario de Alba, Francisco Morales; **Universidad Autónoma de San Luis:** David Madrigal González, Patricia Almaguer, Jorge Mirabal, Virginia Monreal Campa, Javier Contreras Alcántara, Leire Hurtado Abaunza, Arturo Patiño, Hilda Patricia Martínez, Marcela Portales Robledo, Adriana del Pilar Rodríguez, Alejandro Hernández Ramírez, Claudia Moreno Huerta, Gonzalo Patiño Avilez, Claudia Díaz Díaz. Un reconocimiento especial al Dr. Jesús Galindo por la asesoría académica y las energías invertidas para que este proyecto fuera posible.
10. Nos referimos al macro proyecto de investigación a nivel nacional coordinado por el Dr. Jorge A. González Sánchez. Al respecto véase la propuesta en: "La transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México durante el siglo XX (cartografías, genealogías y prácticas culturales)", en: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. VI, núm. 18, Universidad de Colima, México, septiembre de 1994.
  11. Puede consultarse el libro de Jorge A. González Sánchez y Guadalupe Chávez Méndez, *La cultura en México (I), Cifras Clave*. CNCA-Universidad de Colima, 1995. Dos libros más de la serie que están en prensa son: *Cartografías culturales y Genealogías e historias de vida*, próximos a publicarse.
  12. Resultados parciales se han mostrado en varias tesis de licenciatura defendidas en las ciudades en las que se realizó el proyecto. Citamos, como muestra, un conjunto de tesis en Comunicación Social productos del proyecto de investigación FOCYP y presentadas durante 1995 en la Universidad de Colima: Irma Alcaraz. *La firma Vale. Moda femenina en Colima durante el siglo XX*; Alejandra Cárdenas. *Una historia y tres generaciones y un mismo oficio*; Ángel Carrillo. *No ser, llegar a ser... Mito y distinción del magisterio en Colima durante el siglo XX: Un relato familiar de tres generaciones*; Ana Josefina Cuevas. *'Estreno nacional: el amor provinciano del público, la pantalla y la butaca (o la historia del cine desde la última fila en algunas poblaciones del sur de Jalisco y el estado de Colima)'*; Belén Díaz. *Relación de una familia colimense en el campo educativo en el siglo XX*; Ivonne Pérez Wilson. *¿Cómo se llamó la obra? Linaje de coroneras. Telón de fondo ante los públicos y las ofertas generadas por el comercio doméstico y el teatro en Colima, 1900-1993*; e

Irma Rodríguez. *Una dulce historia que nos narra los modos de apropiación y acumulación de los capitales culturales a través de tres generaciones de artesanos del dulce en Colima en el siglo XX.*

13. Jorge A. González Sánchez. "La voluntad de tejer. Análisis cultural, frentes culturales y redes del futuro", en: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Época II, Vol. III, núm. 5, Universidad de Colima, México, 1997. Jesús Galindo Cáceres. "La lucha de la luz y la sombra. Metodología y tecnología de la investigación en sociedad, cultura y comunicación", texto aprobado por el Consejo Editor para su futura publicación en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*.
14. Entendemos por *ASBI*: el *Análisis Semántico Basado en la Imagen*. Esta estrategia metodológica ha sido propuesta para trabajos cualitativos por el Dr. Reginald Clifford, profesor del Diplomado en Técnicas de Investigación. Decidimos incorporar la técnica de investigación *ASBI* en este proyecto porque la consideramos una herramienta creativa y novedosa para trabajar la producción discursiva en grupos.