

**MUJERES Y HEMBRAS EN TELEVISIÓN, DISCURSOS ICONOGRÁFICOS
CONTEMPORÁNEOS**

Monografía de grado para optar al título de Maestro en Artes Visuales

Haminton Stiven Mora Zuleta

Asesor

Fernando Antonio Rojo Betancur

Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín

Facultad de Artes y Humanidades

Medellín

2017

**MUJERES Y HEMBRAS EN TELEVISIÓN, DISCURSOS ICONOGRÁFICOS
CONTEMPORÁNEOS**

Monografía de grado para optar al título de Maestro en Artes Visuales

Haminton Stiven Mora Zuleta

Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín

Facultad de Artes y Humanidades

Medellín

2017

Agradecimientos

Esta investigación no habría sido posible sin el compromiso de diferentes personas que desde su conocimiento aportaron para que este proceso fuera consolidado con rigor. Agradezco a la docente Danny Zulay Urrego Cárdenas quien inspiró mi indagación en este tema y que con su apoyo me permitió entender esta exploración como una construcción académica desde mis propias experiencias personales.

Agradecimiento especial para el docente Fernando Rojo Betancur quien con objetividad y disciplina asesoró finalmente toda mi propuesta y logró ayudar a solidificar las respuestas a las diferentes preguntas que fueron surgiendo a medida que la búsqueda se hacía más importante.

Agradezco a la Facultad de Artes y Humanidades del Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín por abrirme las puertas a un proceso educativo que se ha convertido en un proyecto de vida.

Agradecimiento especial para todos y cada uno de los que hicieron posible, desde sus aportes como amigos y colegas, para que este proyecto tuviera una exitosa terminación.

Finalmente agradezco a mi madre Luz Marina Zuleta por su inquebrantable compromiso y entrega en todo lo que ha sido mi proceso como hijo y estudiante, y que seguirá siendo una constante importante en mi vida. A ella, más que a nadie, reitero mi profundo agradecimiento por ser una mujer a la que su singularidad no me permitiría jamás introducirla en un molde para definir su rol como mujer.

Glosario*

Arquetipo: Representación que se considera modelo de cualquier manifestación de la realidad.

Estereotipo: Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable.

Estética: Pertenece o relativo a la percepción o apreciación de la belleza.

Iconografía: Conjunto de imágenes relacionadas con un personaje o un tema y que responden a una concepción o a una tradición

Imagen: Figura, representación, semejanza y apariencia de algo.

Modelo: Arquetipo o punto de referencia para imitarlo o reproducirlo.

Pecado: Transgresión consciente de un precepto religioso. Cosa que se aparta de lo recto y justo, o que falta a lo que es debido.

Prototipo: Ejemplar más perfecto y modelo de una virtud, vicio o cualidad.

Símbolo: Forma expresiva que introduce en las artes figuraciones representativas de valores y conceptos, y que, a partir de la corriente simbolista, a fines del siglo XIX, y en las escuelas poéticas o artísticas posteriores, utiliza la sugerencia o la asociación subliminal de las palabras o signos para producir emociones conscientes.

*Definiciones tomadas del Diccionario de la Real Academia Española (DRAE). Recuperado abril 24 de 2017. Consultado en <http://www.rae.es/>

Tabla de Contenido

Resumen	7
Lista de Tablas	8
Lista de Ilustraciones	9
Introducción	10
Planteamiento del Problema	12
Justificación	13
Objetivo General	14
Objetivos Específicos	14
1 Marco Teórico	15
1.1 Antecedentes	15
1.1.1 Construcción de modelos de identidad femenina en la adolescencia a través de la producción de televisión actual en España	15
1.1.2 Caracterización de Estereotipos de Género en Telenovelas Chilenas: el caso de Canal 13 y TVN.	16
2 Metodología	19
2.1 Observación	19
2.2 Extracción	20
2.3 Análisis	24
3 Femenidad, Entre Imagen y Concepto	25
3.1 Sin tetas no hay paraíso, 2006	29
3.1.1 Contexto histórico [Colombia 2006]	29
3.1.2 Contexto histórico de la telenovela [Sin datos del año]	29
3.2 La imagen y el cuerpo en Sin tetas no hay paraíso	32
3.2.1 Descripción de la escena	32
3.2.2 La carne	32
3.2.3 La mercancía	39
3.2.4 De la idea al ideal	41
3.3 Café con aroma de mujer, 1994 – 1995	42
3.3.1 Contexto histórico [Colombia 1990-1995]	42
3.3.2 Contexto histórico de la telenovela [1985 – 1995]	43
3.4 La imagen y el cuerpo en Café con aroma de mujer	45

3.4.1	Descripción de la escena	45
3.4.2	El pecado.....	45
3.4.3	El procreador.....	46
3.4.4	Metamorfosis	48
Cronograma de Actividades.....		50
Resultados y Discusión		51
Conclusiones		52
Recomendaciones		56
Trabajo Futuro.....		57
Anexos		58
	Entrevistas.....	58
Bibliografía y Videografía.....		60

Resumen

La presente monografía es un proceso de indagación y reflexión acerca del cuerpo femenino y su representación en la televisión colombiana. Como base, he tomado las producciones *Sin tetas no hay paraíso*, historia homónima del libro del escritor Gustavo Bolívar, que fue llevada a la pantalla por Caracol Televisión en el año 2006, y *Café con aroma de mujer*, telenovela original del guionista y productor Fernando Gaitán Salóm que fue realizada por RCN Televisión y emitida por el desaparecido Canal A de Colombia, en 1994.

Realizo un análisis sobre la forma en cómo fueron adaptados algunos modelos de belleza en la televisión colombiana y se hace una intersección con estas dos telenovelas, para encontrar la manera en la que el cuerpo femenino es personificado, y cómo termina siendo una propuesta sobre la estética, iconografía e ideología que habla del *ser mujer* y el *ser femenina* en un contexto social específico como el colombiano, donde por décadas ha primado la imagen de la mujer como un *objeto* de deseo, de devoción, y que deviene un alto grado de fetichismo, el cual, en muchos casos, ha sido alimentado por la imagen que tiene el hombre sobre la mujer y la construcción que desde allí ha trascendido a los medios de comunicación, para generar prototipos y estereotipos sobre la figura femínea.

Lista de Tablas

Tabla 1 Mujeres y hembras	19
Tabla 2 Capítulo.....	20
Tabla 3 Escena	22

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1 Escena La diabla y El titi	22
Ilustración 2 Escena La diabla y Catalina.....	22
Ilustración 3 Escena Gaviota y su madre	22
Ilustración 4 Escena Gaviota y su madre 2	23

Introducción

Desde su llegada a Colombia el 13 de Junio de 1954, en el gobierno del General Gustavo Rojas Pinilla, y con equipos traídos desde Alemania y Estados Unidos, la televisión ha sido uno de los pilares que ha logrado grandes aportes a la industrialización en Colombia, no sólo como medio tecnológico de difusión masiva, sino como generador de empleo y posibilitador de opiniones, críticas y elementos que dan facilidad a todos los ciudadanos de conocer posturas políticas, sociales, culturales y económicas.

En los años 80 la televisión colombiana disponía de tres canales: Cadena uno, Cadena dos y Cadena tres. Era en Cadena uno y Cadena dos donde las empresas privadas Caracol y RCN emitían su programación por medio de concesiones (La programación televisiva estaba en manos de empresas privadas)

En el año 1996 comienza el proceso para licitar los canales de televisión privada en el país, y en 1997 esto se hace realidad, las licencias fueron entregadas a Caracol y RCN, quienes dieron sus inicios como cadenas radiales. Las transmisiones de Caracol Televisión y Canal RCN Televisión comenzaron oficialmente el viernes 10 de julio de 1998; pero anteriormente, por ejemplo, RCN ya se había convertido en una marca importante en la televisión no sólo de Colombia sino de América Latina y Europa con una de las telenovelas de mayor audiencia, *Café con aroma de mujer*, protagonizada por la virreina nacional de la belleza 1985

Margarita Rosa de Francisco, fue un éxito rotundo en nuestro país, siendo posteriormente emitida en más de 90 países alrededor del mundo, doblada a 5 idiomas, y adaptada en México por TV Azteca en el año 2001 (*Cuando seas mía*) y Televisa en el 2007 (*Destilando Amor*)¹.

¹ ("Detrás del mito: Café con aroma de mujer", 2006)

En el año 2006, después del impacto de *Café con aroma de mujer*, y con el cambio de siglo, Caracol Televisión emite la serie *Sin tetas no hay paraíso*, obra homónima del libro de Gustavo Bolívar, que además de haber sido todo un éxito en las tiendas literarias, se convirtió en televisión en todo un suceso a nivel de audiencia. Según datos oficiales de IBOPE Colombia², la serie en su capítulo final logró 58,6 de Share (por cada 10 televisores encendidos, 5 veían la serie) y 17.8 de rating. Logró ser la ficción más vista del año 2006 en Colombia.³ La historia se convirtió en un éxito internacional, siendo emitida en más de 50 países alrededor del mundo. Tuvo versión en Estados Unidos por la cadena Telemundo en el 2008 (*Sin senos no hay paraíso*) y en el mismo año tuvo versión en España por Telecinco (*Sin tetas no hay paraíso*).

Las características principales de estas dos telenovelas, que servirán para desarrollar una propuesta conceptual acerca de la imagen de la mujer, es la importante distinción y exaltación que estas historias proponen como universos independientes sobre el rol femenino en dos contextos sociales diferentes.

² Instituto Brasileiro de Opinión Pública y Estadística, encargada de la medición de audiencia en Colombia.

³ Producciones más vistas por año en Colombia. Ratingcolombia.com <http://archivo.ratingcolombia.com/p/producciones-mas-vistas.html>

Planteamiento del Problema

¿Cuál ha sido la construcción estética e iconográfica de lo femenino a partir de los personajes femeninos de las telenovelas colombianas *Sin tetas no hay paraíso* emitida en 2006 y *Café con aroma de mujer* emitida en 1994?

Teniendo en cuenta que estas historias fueron realizadas con una década de diferencia, la iniciativa pretende valorar la imagen consumida como un eje partidario que permita encontrar características únicas que propusieron estas telenovelas en relación a lo que se presenta como imagen de la mujer en la contemporaneidad, viendo el cuerpo, la imagen y la feminidad como un conjunto de íconos que presentan y representan imaginarios que en algunos casos podrían convertirse en concluyentes para alcanzar un paralelismo entre televisión y televidentes.

Justificación

Esta investigación nace con el interés de conocer las directrices de comportamiento, estética y signos iconográficos establecidos por la televisión colombiana en *Sin tetas no hay paraíso* de 2006 y *Café con aroma de mujer* de 1994, donde los personajes femeninos tenían un rol primario y dejaban de lado las líneas de personajes femeninos puros y endebles establecidos por las telenovelas latinoamericanas a través del tiempo.

Se hará un análisis de la imagen de la mujer y de lo femenino en ambas telenovelas para reconocer en ellas los factores que han sido determinantes para asumir posturas estéticas y sociales que de alguna manera son tomadas como referentes en la cultura popular.

Objetivo General

Analizar la construcción estética e iconográfica de lo femenino a partir de los personajes femeninos de las telenovelas *Sin tetas no hay paraíso* (Caracol Televisión – 2006) y *Café con aroma de Mujer* (RCN Televisión – 1994)

Objetivos Específicos

Exponer las diferentes maneras en cómo está representado el cuerpo desde lo estético e iconográfico de la personificación femenina en televisión, por medio de dos telenovelas colombianas.

Identificar los modelos de feminidad y prototipos de belleza estipulados por las telenovelas colombianas *Sin tetas no hay paraíso* y *Café con aroma de mujer*.

1 Marco Teórico

1.1 Antecedentes

1.1.1 *Construcción de modelos de identidad femenina en la adolescencia a través de la producción de televisión actual en España.*

Tesis Doctoral presentado por Celene Gómez Vargas. Universidad Internacional de Catalunya. Facultat Humanitats.

En esta investigación Celene Gómez hace una búsqueda en los dramatizados que se emitieron en España por un período de cinco años, donde intenta reconocer y analizar los personajes de estas historias para así poder determinar por qué el comportamiento de estos afectó el comportamiento de las adolescentes en España, de este modo hace un rastreo de esas similitudes que se fueron adoptando, expresando que los seres humanos en cualquier momento de la vida necesitan tener un ejemplo a seguir, siendo la televisión un fácil precursor de modelos de comportamiento, que si bien no los juzga como “buenos o malos” si profundiza para poder entender el fenómeno. Toma como referentes las series *Lo que se avecina*, *Física o química*, *Los Protegidos* y *El Barco*.

Celene reflexiona acerca de esos personajes, su comportamiento y clarifica:

Nos ayudará a descubrir los valores que originan sus acciones y, a través de ellos, identificar los modelos de mujer que en la actualidad ofrecen los contenidos de ficción televisiva. Los campos de análisis contemplados en el estudio son las relaciones sociales de los personajes que se describen con sus conflictos y soluciones. En relación a los personajes profundizo sobre quiénes son y cuáles son sus móviles de actuación. De otra parte, la metodología que

expondré trabaja transversalmente la ficción tanto de manera cualitativa a través de la descripción, como cuantitativa” (p. 2)

Propone ciertos perfiles de feminidad que ofrece la publicidad como, por ejemplo, *La mujer adorno*, que sería una mujer poco inteligente y que su única función es posar y sonreír. *La mujer escaparate*, que, en pocas palabras, es la mujer trofeo de la cual hace gala un hombre, mostrándola como un triunfo.

1.1.2 Caracterización de Estereotipos de Género en Telenovelas Chilenas: el caso de Canal 13 y TVN.

Estudio de análisis de contenido de pantalla. Departamento de estudios 2009. Consejo Nacional de Televisión.

En esta investigación se realiza un análisis de lo que en sociedad es el “deber ser mujer” y “deber ser hombre” según los estereotipos de género que propone la televisión chilena por medio de Canal 13 y TVN, canales de mayor audiencia en el país. La pregunta de investigación que usan como base es *¿De qué manera son presentadas las imágenes de masculinidad y femineidad en las telenovelas chilenas transmitidas en horario todo espectador?*

Se realiza una investigación con dos telenovelas puntuales, *Cuenta conmigo* del Canal 13 y *Los exitosos Pell* de TVN, las cuales fueron emitidas en prime time (Horario de mayor audiencia). Realizan un desglose de las características de las telenovelas, teniendo en cuenta el tiempo de duración del capítulo, la emisión de los capítulos en la semana, y los capítulos totales con los que cuenta. Para su posterior análisis, recurren a observar los capítulos iniciales de las historias, por lo que exponen que esa es la mejor manera de conocer los personajes y

empezar a identificar y diferenciar esas características que pueden ser secularizadas en la sociedad. También en un cuadro analizan la cantidad de personajes – hombres y mujeres – y sus respectivas edades. Muestran la ocupación del personaje en la historia, orientación sexual, comportamiento, imagen, gestos, habilidades, relaciones con los demás personajes, relaciones de pareja, tipos de conflicto en la historia, estrato socioeconómico, entre otras, que le permitan ahondar y delimitar más las características de estos personajes.

En la Tesis Doctoral de Celene Gómez, su objetivo principal es hacer una relación de las ficciones elegidas con el comportamiento de los jóvenes en España, pudiendo identificar cómo esos modelos de comportamiento pueden ser presuntamente asumidos como ejemplos de vida, y de qué manera los estereotipos que están propuestos en dichas teleseries, pueden repercutir en la manera en cómo la mujer asume su propia identidad.

Por su parte, el estudio realizado por el Consejo Nacional de Televisión de Chile, tiene que ver con el campo de la antropología. Presenta la forma en cómo los medios de comunicación plantean aspectos que tienen que ver con la masculinidad y la feminidad en dos canales de televisión, por medio de las telenovelas que son emitidas en el horario de mayor audiencia, para identificar estereotipos de género y la desigualdad que esto conlleva.

Así, podemos notar que estas dos investigaciones, tenidas en cuenta como antecedentes teóricos – aunque están en el marco de la televisión y su análisis – se alejan del campo de las Artes Visuales, y la construcción estética e iconográfica que presentaré en esta investigación.

Para la sustentación conceptual de la presente investigación, se tuvieron en cuenta diferentes autores que, a través de sus escritos, presentaron definiciones puntuales sobre la feminidad y el cuerpo humano, que sirvieron como base para hacer una intermediación entre sus palabras y

mi propio discurso, el cual pudiese tener una estructura crítica y conceptual, en la cual podría sustentar las propias apreciaciones que surgieron en torno a la investigación y el posterior análisis propuesto. Para este propósito, uso lo planteado por autores importantes para las teorías contemporáneas como Jean Baudrillard, que presentó diversas teorías acerca de los medios de comunicación y la manera en que, por ejemplo, estos funcionan como ‘simulacros’ de la realidad. También hizo énfasis importante en las relaciones que se dan con las culturas de “masas” y el consumismo.

Para hacer apreciaciones sobre la imagen se tuvo en cuenta a Hans Belting, importante historiador de arte alemán, quien presenta teorías que sirven para entender la imagen como un compilado de signos y símbolos.

Expongo también algunas definiciones propuestas por Omar Rincón, periodista, académico, ensayista y crítico de televisión, quien profundiza en la manera en qué los medios de comunicación presentan los personajes en sus telenovelas o los productos que no son de ficción como noticieros y programas periodísticos, para analizar los vínculos que se dan con el televidente que finalmente es quien consumirá el producto.

Además, es necesario hacer un puente con material periodístico, por ejemplo, notas de prensa, asimismo proyectos audiovisuales como documentales, que están mostrando una cara de Colombia sobre productos televisivos y de consumo que reflejan las prácticas sociales de un país.

2 Metodología

2.1 Observación

Realizar un proceso de observación de las telenovelas *Sin tetas no hay paraíso* y *Café con aroma de mujer* para identificar los patrones de comportamiento, la forma de vestir, el lenguaje de los personajes, la interacción de los personajes femeninos con los masculinos y con otros femeninos.

A continuación, establezco dos modelos de feminidad, según los planteamientos encontrados en *Sin tetas no hay paraíso* y *Café con aroma de mujer*, que servirán como base fundamental para entender dos aspectos esenciales, el comportamiento desde la razón del ser humano en estas telenovelas y la estética como condición de lo bello en las artes y la propia naturaleza de las personas.

Tabla 1 Mujeres y hembras

<i>Mujeres</i>	<i>Hembras</i>
Según los estereotipos de comportamiento y forma de manejar su propia imagen, retratados en <i>Café con aroma de mujer</i> , las mujeres son aquellas que buscan en el éxito profesional, la independencia y el dominio de su destino, la posibilidad de encontrar el camino hacia la felicidad y, sobre todo, alejarse del marcado machismo planteado en la sociedad colombiana durante décadas. Estas mujeres trabajan en el campo, en las fábricas de las grandes ciudades, y aunque son conscientes muchas veces de su belleza, no la ven como un insumo que potencialice el éxito que buscan, siempre prima su inteligencia y la manera en cómo la puedan usar para resolver sus conflictos y alcanzar sus objetivos.	Como lo muestra <i>Sin tetas no hay paraíso</i> , las hembras son aquellas que dependen del poderío masculino, más allá de ser una forma de generar relaciones sentimentales, es una relación de transacción, a cambio de dinero ellas ofrecen su cuerpo que es su valor agregado más importante. A las <i>hembras</i> no les importa el poder intelectual, solo les interesa tener un cuerpo lo suficientemente bien estructurado en cuanto al tamaño de los senos y de sus caderas, además de qué tanto saben de sexo para ofrecerlo como mercancía que se vende y que les pertenece a los hombres. Les importa el placer que puedan obtener los hombres, de esto fundamentalmente depende, si dicha transacción se pueda seguir haciendo.

2.2 Extracción

Extraer las escenas, organizadas por capítulo, minuto y frase clave para identificarlas como foco de atención en el proceso de indagar y/o cuestionar.

Ejemplo: *Sin tetas no hay paraíso, capítulo 01, minuto 06:16, “pueden ser de caucho, de madera, de piedra, de lo que sea, con tal de que se le vea pues...lo importante es que sean grandes”*

En el siguiente ítem, a modo de ejemplo, se presentan algunos personajes y escenas con sus correspondientes descripciones. Se tendrá en cuenta los personajes, palabras y acciones más relevantes.

**En total se extrajeron un aproximado de mil (1.000) escenas*

Tabla 2 Capítulo


<i>Telenovela</i>	<i>Personaje</i>	<i>Descripción</i>
Sin tetas no hay paraíso Programadora: Caracol Televisión Año: 2006 Horario de emisión: 10 pm Director de escena: Gustavo Bolívar	<i>Catalina Santana</i>	Rol: Protagonista. Edad: 17 años. Necesita 5 millones de pesos para operarse los senos.
	<i>Jessica ‘La Diabla’</i>	Rol: Antagonista. Edad: <i>sin especificar</i> . Proxeneta.
	<i>Paola</i>	Rol: Reparto Edad: <i>Sin especificar</i> . Prepago ⁴

⁴ Mujer que tiene sexo por dinero pero que no trabaja en burdeles o prostíbulos, algo que le permite ser más selectiva con los clientes que tiene y con el dinero que cobra por su servicio.


	<i>El titi</i>	Rol: Antagonista Edad: 30 años aproximadamente Narcotraficante
Café con aroma de mujer Programadora: Canal RCN Año: 1994 Hora de emisión: 8 pm Director de escena: Pepe Sánchez	<i>Teresa Suárez</i> <i>'Gaviota'</i>	Rol: Protagonista Edad: 20 años aproximadamente Recolectora de café
	<i>Carmenza Suárez</i>	Rol: Reparto Edad: 40 años aproximadamente Recolectora de café. Madre de la 'Gaviota'.

*En las siguientes escenas se omiten algunos personajes que también están en el plató, pero que no considero importantes para el proceso de investigación.

Tabla 3 Escena

Telenovela	Descripción Gráfica	Descripción escena	Capítulo Escena Personajes en escena	Parlamento/Palabras clave
<i>Sin tetas no hay paraíso</i>	 <p>Ilustración 1 Escena La diabla y El titi</p> <p>Dailymotion Grupo Miranda</p>	Aparecen en escena Jessica, proxeneta del barrio, conversando con un mafioso para saber cuál de las niñas se irá con él para pasar el fin de semana.	Capítulo 01 Minuto: 4:25 Personajes: Catalina, El titi, Jessica, Paola.	“La de blusita verde está bien caivil ⁵ , pero no se le ven las teticas ... Decile que está muy lindita, pero está muy plana”
<i>Sin tetas no hay paraíso</i>	 <p>Ilustración 2 Escena La diabla y Catalina</p> <p>Dailymotion Grupo Miranda</p>	Jessica le cuenta a Catalina que no fue elegida por ‘El titi’ porque tiene los senos pequeños.	Capítulo 01 Minuto: 6:16 Personajes: Catalina, Jessica.	“Él dice que usted está muy bonita y todo, pero se tiene que operar. Y es que a ellos le gustan grandes... Pueden ser de caucho de madera, de piedra, de lo que sea, con tal de que se le vean, pues...Lo importante es que sean grandes”
<i>Café con aroma de mujer</i>	 <p>Ilustración 3 Escena Gaviota y su madre</p>	Están Gaviota y su madre acomodándose en un cuarto de Casablanca. Allí se quedarán durante el mes de octubre para la cosecha de café.	Capítulo 01 Minuto: 6:27 Personajes: Gaviota, Constanza.	“Si pierdo la costumbre se me olvidan las letras, y si se me olvidan las letras, se me olvida leer y escribir, y si se me olvida leer y escribir, me voy a quedar recogiendo café toda la vida y yo así no me quiero quedar. A mi leer y escribir me va a servir

⁵ Significa “Bonita” en jerga popular colombiana.

	<i>YouTube - MundoFOX</i>			<i>para mucho más que para recoger bultos de café”</i>
<i>Café con aroma de mujer</i>	 <p><i>Ilustración 4 Escena Gaviota y su madre 2</i></p> <p><i>YouTube - MundoFOX</i></p>	Están Gaviota y su madre en el baño de un restaurante. Gaviota le cuenta que estuvo íntimamente con Sebastián Vallejo, nieto del dueño de Casablanca.	<p>Capítulo 03</p> <p>Minuto: 05:50</p> <p>Personajes: Gaviota, Constanza.</p>	<i>“Yo no la entiendo a usted. Toda la vida diciendo que se iba a guardar para el hombre que la mereciera, para un hombre que la quisiera de verdad y qué pasa, se le entrega a un hombre a los dos días de conocerlo”</i>

2.3 Análisis

Después de obtener la información, se realizará el proceso de análisis, donde se abordarán las características principales que funcionan como detonantes para crear un argumento que genere una reflexión estética sobre el papel de estas mujeres como íconos en la televisión y la construcción de una feminidad que es influida por prototipos y estereotipos que con el paso del tiempo se podrían haber vuelto redundantes en los medios de comunicación; de ese modo confrontaré, entrelazaré, hallaré similitudes, diferencias y demás en la indagación, y así poder intentar resolver o hacer un acercamiento sobre la construcción estética e iconográfica de lo femenino a partir de *Sin tetas no hay paraíso* y *Café con aroma de mujer*.

3 Feminidad, Entre Imagen y Concepto

La Real Academia de la lengua española define la mujer como lo que es relativo al sexo femenino, y lo femenino, como lo relativo a la mujer.

Biológicamente la mujer es la que tiene ovarios y la posibilidad de reproducirse por medio de la inseminación de un espermatozoides masculino que penetra el óvulo para el proceso de fecundación; es algo que biológicamente no se puede cambiar. Si vamos más allá de la función de fecundación, la mujer es la que tiene un cuerpo que posee un par de senos y una vagina que son los que visiblemente la diferencia del hombre y su falo.

Partiendo de la escueta definición de la Real Academia de la Lengua, la feminidad siempre ha sido ligada intrínsecamente al ser mujer y a las prácticas que conllevan a esta naturaleza, caminar de una forma determinada, utilizar ropa que exalte las cualidades físicas, los senos, la cintura y su cadera.

La feminidad no es algo que sólo atañe al ser mujer. Son ese tipo de posturas ideológicas y estéticas que en una sociedad definen la belleza y el pensamiento; que van más allá de la forma de vestir de las mujeres y que permea el pensamiento masculino. No es sólo la manera en cómo las mujeres se ven a sí mismas sino cómo ellas desean que otras mujeres las vean, cómo desean que los hombres comiencen a crear una imagen de ellas, de la forma en cómo racionalizan ciertas situaciones, cómo se visten para ciertos eventos, cómo es el manejo de su cuerpo, la teatralidad de sus manos, la forma en cómo gesticulan cada vez que dicen ciertas palabras; y esto, medido milimétricamente para poderse diferenciar de ellas y de ellos y así crear una postura que las pueda individualizar en una sociedad que se mide a partir de la imagen serializada.

“La incertidumbre acerca de si mismo genera en el ser humano la propensión a verse como otros, y en imagen” (Belting, 2007, p. 15). Podría afirmar que muchas veces la feminidad está mediada por la imagen que mujeres y hombres tienen como prototipos o estereotipos de lo femenino, que está ligado directamente a diferentes formas de belleza. Por ejemplo, en Etiopía, a las mujeres de un grupo étnico específico se les incrusta un platillo llamado *labrets*, en los labios, que desde la niñez empieza a ensanchar esta parte del rostro como un símbolo estético que enraíza costumbres culturales, y que permitirá en la adultez ser un ejemplo de fortaleza para que aquella mujer sea entregada como esposa a uno de los hombres de la comunidad.

La Venus de Willendorf, figura paleolítica hallada en Willendorf Austria en 1903, y que data de entre 20000 y 22000 a.C. Es la muestra de un canon de belleza donde primaban los senos grandes y un vientre abultado, esto porque se tenía la creencia que entre más grande el cuerpo de la mujer, mayores serían las posibilidades de tener descendencia que naciera sana y que no representara peligros para ella a la hora del parto.

En la contemporaneidad, y conociendo estos prototipos de belleza que están fundados directamente a las creencias y a la imagen que tiene el hombre acerca de la mujer y la propia mujer acerca de ella y las demás, se puede tratar de abordar el asunto de los procesos culturales que se han dado en América Latina, para entender la concepción de belleza que se tiene, específicamente las diferentes formas de belleza, y estéticas que se plantean en televisión colombiana, y que fundamenta esta investigación. Es importante entender que la belleza – subjetiva por naturaleza – es completamente dependiente de la perspectiva de donde se mire, está ligada a los sitios donde vivimos, donde crecemos, donde socializamos, y la clase de información que consumimos; mientras en la actualidad podemos decir que una mujer con los labios ensanchados como pasa en algunas tribus de Etiopía, o mujeres voluptuosas como las esculturas

paleolíticas, podrían rayar en lo absurdo – por desconocimiento cultural – para ellos, en su momento, podrían resultar descabellados los prototipos de belleza que hay en nuestra actualidad, que desde un imaginario colectivo, nos remiten directamente a mujeres delgadas con cuerpos curvilíneos que son perfectos para ser parte de la industria del entretenimiento, que son esos espejos de la cultura popular que se repite en la televisión, la publicidad, y se critica en las artes.

La televisión es un pilar importante para conocer diferentes pautas que le permitan al espectador/televidente encontrar imágenes con las que se pueda identificar, que a su vez funcionan como estereotipos que representan hombres y mujeres, situaciones y lugares, que pueden resultar inalcanzables para la sociedad en general, pero que se ven como arquetipos que hay que lograr para encajar.

Sin tetas no hay paraíso y *Café con aroma de mujer* se unen como dos paradigmas sociales que presentaron prototipos de la feminidad, desiguales. No es sólo la imagen siendo consumida por quien con detenimiento observa los contenidos presentados, sino quienes ven en esos contenidos un modelo que se debería perseguir, o una proyección propia que se intenta alcanzar como una utopía, y que se aleja del ser humano que se debate entre el discurso inverosímil que los guionistas de estas telenovelas presentan; pero que el sujeto en su afán de buscar algo en lo que se pueda referenciar, encuentra como un punto de partida para identificarse e identificar a los demás, o verlos como arquetipos de lo que se debe seguir para la construcción cultural de su efigie.

El análisis de imagen en el arte nos ha permitido entender los procesos de forma y figura como alegorías que nos están delimitando diferentes esquemas compositivos, aquí desmenuzaremos al máximo la imagen propuesta por dos telenovelas a las cuales lo único que las une es la diferencia

que presentan en su tesis de feminidad, desde la sumisión y la ética como valores predominantes, hasta la corrupción y las actitudes inicuas.

Hans Belting en *Antropología de la imagen*, afirma lo siguiente:

Una *imagen* es más que un producto de la percepción. Se manifiesta como resultado de una simbolización personal o colectiva. Todo lo que pasa por la mirada o frente al ojo interior puede entenderse, así como una imagen, o transformarse en una imagen. (p. 14)

3.1 Sin tetas no hay paraíso, 2006

Relata lo vivido por Catalina, una joven de 17 años de edad de un barrio pobre de la ciudad de Pereira en Colombia, al cual llegan *traquetos*⁶ para ofrecer dinero a mujeres a cambio de favores sexuales. Catalina cree que hacerse los senos es prioridad, para así poder disfrutar del dinero de los capos de la droga, por lo que busca la forma de conseguir el dinero de la operación, para tener los senos grandes, sin importarle lo que tuviera que hacer para conseguirlo.⁷

3.1.1 Contexto histórico [Colombia 2006]

El 2006 fue una época oscura para Colombia en tanto que los enfrentamientos y pérdidas de personas en manos de guerrilleros de las FARC fue contundente contra la sociedad y el estado. Nueve concejales fueron asesinados en Rivera, Huila, el concejal del municipio Gil Trujillo Quintero, fue capturado por miembros de la fuerza pública acusado de colaborar con información que diera como resultado la masacre y ser parte de la Columna Móvil Teófilo Forero. En un intento de secuestro es asesinada Liliana Gaviria Trujillo, hermana del presidente César Gaviria. En el año 2006 la Corte legalizó el aborto en tres casos; violación, malformación del feto y riesgo inminente de muerte de la madre.

3.1.2 Contexto histórico de la telenovela [Sin datos del año]

Sin tetas no hay paraíso plantea un problema en la contemporaneidad de la sociedad. Con el recurso del narcotráfico de por medio, se teje la historia donde la mujer es un objeto de satisfacción; mientras su figura sea más voluptuosa y su moral menos importante, podía

⁶ Se le dice **traqueto** en Colombia a la persona o individuo relacionado directamente con el tráfico de sustancias ilegales, de manera más específica, cocaína y marihuana.

⁷ Colombia, S. (2016). Ver *Serie Sin Tetas No Hay Paraíso Colombia Online. Novelas*. <http://www.novelasxd.com/serie/sin-tetas-no-hay-paraíso>

dedicarse a seducir a hombres involucrados con el narcotráfico por una compensación económica. La historia se cuenta desde uno de los barrios más humildes de Pereira, envuelto entre la estética mafiosa que, aunque existía, se encontraba oculta entre la sociedad.

El personaje protagónico de la serie, desde diferentes perspectivas es complejo, una mujer humilde con los ideales equivocados, o más bien, tergiversados por la realidad del narcotráfico que siempre ha estado visible en la sociedad colombiana. Ve en su físico, al que le falta un par de senos grandes, una posibilidad de tener dinero y conseguir el éxito.

“Con un par de siliconas puedo cambiar todo mi mundo, todo lo que yo tengo alrededor”. A esto hace referencia Catalina en el capítulo siete de la serie, pensando en que su cuerpo es un medio para salir adelante y las siliconas la plasticidad que necesita para generar transacciones.

La estética narco es la exigencia de los narcotraficantes en Colombia por las mujeres bellas, esculturales y proporcionadas en gran tamaño, para satisfacer sus necesidades sexuales y de compañía. La serie nos presenta un grupo de mujeres que están dispuestas a vender sus cuerpos, su virginidad y su estilo de vida con tal de conseguir el dinero fácil para poder adquirir todo lo que materialmente necesitan para vivir con comodidades, que ellas piensan, son importantes.

Catalina y sus amigas proponen una estética de la feminidad donde son subyugadas y dependientes de los hombres y su poder económico en una sociedad del consumo en que importa más lo que se ve que lo que se siente.

En el primer capítulo de la serie, cuando Catalina ve a sus amigas bajarse de las camionetas lujosas de los mafiosos y con las manos llenas de paquetes y fajos de dinero, se cuestiona: - *Dios mío ¿esta es la vida que quiero?*, pero inmediatamente se responde a sí misma, - *A lo bien que sí,*

esta es la vida que quiero. Ella demuestra remordimiento, pero sucumbe y lo aísla porque se ve reflejada en esas mujeres de grandes implantes con las billeteras llenas de dinero, pues al ver a sus amigas sonriendo, se carcome de envidia, no porque las odie, sino porque ellas tienen lo que ella quiere, un par de tetas grandes y salen con los mafiosos más ‘duros’. Durante la primera década de este siglo, el modelo de feminidad que se impone es el de las mujeres malvadas.

Omar Rincón en *Telenovelas colombianas han creado mujeres más independientes y astutas*, artículo escrito para el periódico EL TIEMPO, señaló:

“La mujer del siglo XX tenía ética, era guerrera y dueña de su destino. Muestra de esto fueron personajes como Gaviota, que llevaron este tipo de mujer en su esplendor. La del siglo XXI, por el contrario, es una mujer cuya única ética es el dinero, es luchadora, pero vende su cuerpo y su alma”⁸

Según una investigación publicada por EL TIEMPO en el año 2007, en Villavicencio algunas mujeres vendían sus propiedades y se endeudaban para poderse practicar cirugías estéticas. El dermatólogo y cirujano estético Pedro Flórez, que habló para la publicación en esa fecha, aseguró que las mujeres se operaban con el fin de conseguir empleo y destacar entre sus amigas. “Ellas quieren tener una mayor autoestima. Los medios de comunicación y la moda solo hablan de personas delgadas y eso influye para tomar la decisión”⁹

⁸ Redacción EL TIEMPO. 2010. *Telenovelas colombianas han creado mujeres más independientes y astutas*. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7111129>.

⁹ Redacción EL TIEMPO. 2007. *Para hacerse cirugías estéticas, mujeres del llano están vendiendo sus propiedades y endeudándose*. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3444588>.

3.2 La imagen y el cuerpo en *Sin tetas no hay paraíso*

Capítulo 1 - Minuto 2:47

3.2.1 Descripción de la escena

Aparecen en escena Catalina, Paola y Jérica la ‘diabla’ usando blusas cortas y mini faldas, llega el Titi – narcotraficante – en busca de una de las mujeres que maneja la ‘diabla’ con la cual pueda pasar un fin de semana para desfogar su deseo sexual. Catalina y Paola están a la espera de la decisión de El Titi para saber quién será la elegida para pasar un fin de semana junto a él por dinero. El Titi se decide por Paola, rechaza a Catalina por tener un par de senos pequeños; Catalina se llena de frustración, pero aun así cree en el firme propósito de que en algún momento pueda ser elegida, en una conversación que sostiene con ‘La diabla’, que además de proxeneta es su mejor amiga, entiende que los senos pequeños no la llevarán lejos, y que si quiere pertenecer al lujoso mundo de las prepago, tendrá que hacer lo que sea para poder agrandar esa parte de su cuerpo que es por la cual los hombres no la preferirían.

3.2.2 La carne

Si bien la televisión como imagen propone prototipos de personajes y formas de pensar, es importante destacar que no todos estos elementos pueden servir como ejemplos o reflejos reales y fidedignos de las características humanas que podemos encontrar en un contexto social cotidiano, aún nos queda la duda si la televisión refleja la sociedad o si la sociedad es un reflejo de lo que se ve en la pantalla. Por ahora puedo decir que la televisión plantea personajes que están enmarcados en ciertos modelos de belleza y de comportamiento, pero no nos obliga a seguirlos y emularlos como una manera de generar un reconocimiento propio, aunque se supone que de alguna manera el papel de la televisión es generar una identificación con el espectador. Esa identidad puede ser estereotipada.

Las mujeres desde su propia iconicidad (senos, cintura curva y una vagina cubierta), desde la antigüedad han tenido que sufrir las transformaciones estéticas que han estipulado otros para ellas, y en muchos casos ellas mismas, tal vez como una manera de dependencia que está encadenada a la forma en cómo los demás las ven, generalmente desde un punto de vista masculino prevaleciente, que es la manera que finalmente interpreta esa forma estética en que la mujer *debe ser* para ser parte del marco social que el sujeto masculino crea conveniente, o que valide sus prácticas sociales y culturales.

La mujer interpretada por el filtro televisivo, en muchos casos, ha sido vendida como carne, esto puede evidenciarse desde la creación de la televisión misma, como medio difusor de reinados de belleza, telenovelas que venden imágenes, publicidad que vende cuerpos, caras y conductas; y todo esto ha hecho ineludible fijar nuestra mirada hacia otro tipo de contenidos para evitar la saturación de imágenes que nos hostiguen por su poca concordancia con la realidad, o más bien por esbozar realidades artificiales.

La mujer como carne es un sinfín de prototipos que se encuentran sumergidos entre problemas de identidad, o de mujeres que son convertidas en objetos sin materia y vaciados al deseo ajeno. La mujer ha fungido como musa inspiradora del hombre desde tiempos inmemorables; famosos pintores a lo largo de la historia han tenido como modelos a mujeres que se convierten en objetos de deseo, de diferentes formas y tamaños estereotipados o idealizados, así como la representación de mujeres que como modelos están dispuestas a ser pintadas, dibujadas y esculpidas tal cual es su propia realidad, no siendo idealizadas, en el sentido que no se está creando una imagen, sino copiando lo que el ojo pueda percibir, no se les inventa sino que se les refleja tal cual son.

Las telenovelas y lo que se proyecta en pantalla se convierte en parte de la cultura popular de una sociedad, si hablamos de una cultura como la latinoamericana que ha crecido por años inmersa entre la producción de telenovelas llenas de tragedias y dramas cargados de contenidos irreductibles, donde la mujer era como una deidad que tenía valores éticos y morales imposibles de doblegar, mujeres a las que no se les perdonaba el hecho de que tuvieran amoríos con otros hombres además del protagonista; mientras que el hombre, en su condición de masculinidad y poderío casi que sobrenatural y siempre en tonos machistas, era el único que estaba entre sábanas con diferentes tipos de mujeres sin ningún recelo, pero a la protagonista, mujer bella, pura y sensual por naturaleza no se le permitía tal vejamen, pues ella icónicamente podría ser la representación, por ejemplo, de las divinidades religiosas, una virgen que debía cuidar y resguardar su pureza por encima de todas las cosas.

En las novelas de antaño la mujer que mostraba una actitud de promiscuidad era execrable y punible, prostituía su propia esencia. Pero en el hombre, la promiscuidad era muestra de virilidad.

La televisión se ha encargado de construir diferentes facetas de lo femenino y sobre todo del ser mujer, prototipos que han permitido ejemplificar en la vida real esas mujeres y en algunos casos pensar que la televisión como entretenimiento puede adoctrinar. Todo lo relacionado con el medio televisivo ofrece experiencias estéticas, no sólo es un disfrute momentáneo de algunos minutos de la transmisión del programa que nos guste, sino la manera como generamos coincidencias con nuestras propias prácticas; cómo reímos y sufrimos con lo que acontece en la pantalla, ya no es sólo el regocijo de ver algo, sino inmiscuir nuestros sentidos en eso, dar juicios de valor sobre belleza, bondad y sufrimiento, que se remiten directamente a la manera en cómo digerimos el contenido.

En esta escena de *Sin tetas no hay paraíso* se puede ver cómo el cuerpo, desde la deconstrucción del imaginario televisivo, no es un compendio propio con autonomía, sino partes fragmentadas del cuerpo femenino que están juntas para goce de un tercero, no es visto el cuerpo como aquello propio de un ser humano pensante, sino que es carne o mercancía que se vende y que le pertenece a alguien; por ende, lo divido en tres partes: tetas, vientre y vagina.

3.2.2.1 *Las tetas*

Los senos o el busto, se puede llamar de cualquier manera, pero es la protuberancia más característica del *ser mujer*, de *ser femenina*. Ha sido vista a través de la historia como la manera primaria en que es alimentado un recién nacido, es una curiosidad generalizada o tabú ver una madre amamantar su hijo, y mejor aún, ver estas dos protuberancias que varían en tamaños – y dependiendo del tamaño es la particularidad atractiva de la mujer –, exhibidas como objetos en la publicidad y la televisión.

“No falta quienes atribuyan la obsesión a la influencia de los medios de comunicación masiva; rara vez figura en pantalla una presentadora, modelo, actriz o bailarina –en parte, objetos de deseo sexual– cuyo busto esté por debajo de la talla C, volviéndose así imágenes de referencia en lo concerniente a atractivo erótico para millones de hombres y mujeres en todo el mundo. No cabe duda respecto a la explotación mediática de ese reclamo erótico de la mujer, ni de la responsabilidad de sus operadores por la obsesión generalizada, pero sería injusto hacerles cargar con toda la culpa; productores de TV, cineastas, modistos, publicistas y otros de los medios no crearon la motivación, tan sólo siguen la tendencia” (Monasterios, 2013)

Cuando se habla de feminidad es casi como decir que *tetas* es un sinónimo intrínseco, a través de la historia no solamente la publicidad se ha valido de este par de particularidades femeninas

como un recurso para vender productos, sino que el arte nos ha mostrado una gama amplia de obras que han involucrado esta parte de la anatomía femenina donde se resaltan.

Paulina Bonaparte como la *Venus victoriosa* del artista Antonio Canova, es un ejemplo de obras de arte que exponen una estética femínea donde se les da gran importancia a los senos. Las obras del pintor francés Guillaume de Seignac, también están enmarcadas en esta forma de producir; mujeres bellezas que tienen sus senos desnudos, no de una forma grotesca ni vulgar, sino un modo de desnudar los diferentes tipos de belleza que podrían haber inspirado el modo en cómo se producía el arte.

3.2.2.2 *El vientre*

La cintura o el abdomen es fundamental para el cuerpo femenino porque de ahí son las raíces del nacimiento. La posibilidad de tener durante nueve meses otro cuerpo, le da la única oportunidad a la mujer de ser quien tenga el control de esa parte que a medida que avanza un embarazo empieza a cambiar.

En *Sin tetas no hay paraíso* este fragmento del cuerpo funciona en común acuerdo con los senos, porque una parte debe aprobar a la otra, ya que entre las dos logran una armonía estética que pueda mercadearse de la mejor manera. De nada serviría tener unos senos grandes si el abdomen no es plano y, por el contrario, tiene las huellas de un embarazo o hace alarde del exceso de comida.

3.2.2.3 *La vagina*

Para hablar de esta fracción de la mujer podría empezar diciendo que es para muchos la culpable de la violencia de género. Es la parte fundamental para alcanzar el placer sexual entre hombre y mujer, y en muchas ocasiones, como pasa en la serie a la cual he estado haciendo referencia, es

la condición por la cual los hombres pagan un valor. La penetración es el final de la relación sexual que se consume por los billetes que pagan el deleite fingido de una mujer que lo hace sin amor y sin libido por una compensación. A ella no le pagan para que su vagina hable, en caso de que pudiera hacerlo, le pagan para que abra las piernas y deje ver eso que a los hombres hace felices.

La artista colombiana Lina Pardo Ibarra confronta, según ella “los preceptos que los medios de comunicación promueven frente a un proceso cíclico y fisiológico de las mujeres, la menstruación”, en un performance llamado *Una mujer en rojo* realizado en la Universidad de los Andes en Bogotá. En una vitrina que dejaba ver la incomodidad para adaptarse al espacio, y con sólo una camisa que cubría la parte superior de su cuerpo, estuvo cinco días, mientras algo tan natural como su propio proceso menstrual caía al suelo. La vagina ya no es el contenedor de fluidos y un espacio lleno de mitos y tabús, es visible y casi que palpable.

Milo Moiré, artista conceptual Suiza, también ha sentado precedentes estéticos frente al uso de su vagina como medio para comunicarse con el espectador, en una acción realizada en Londres, tiene dos cajas con espejos incrustados, uno en la parte del pecho y otro en la parte de la vagina, así permite que el espectador introduzca las manos sobre las cajas y pueda tocar sus partes. Los espejos, según ella, servían para visibilizar la realidad de la sociedad. Cada persona en los 30 segundos que podía tocarla debía mirarla fijamente a los ojos, así podría saber con certeza cuáles eran las emociones de la artista frente a dicha situación. Esta obra titulada *Mirror box* que intentaba reivindicar la sexualidad femenina, se realizó en medio de polémicas por las constantes agresiones contra mujeres que se desarrollaron en algunas ciudades en Alemania.

El periodista chileno Paul Walder escribió para Polis, revista online de la Universidad Bolivariana de Santiago de Chile, un ensayo donde presenta diferentes posturas a partir del cuerpo como eje que se fragmenta, aludiendo también a lo femenino y su relación con la sociedad, un cuerpo que tiene diferentes disposiciones. “El cuerpo de una modelo, la maniquí, no es cuerpo, sino que es un patrón, una disciplina, una norma, que es pauta rigurosa de comportamiento social. Es el estándar a seguir como necesario acto de inclusión social. La maniquí no sólo es un molde estético; es un signo complejo funcional a sus patrocinadores. (Walder, 2004). Es así como este cuerpo que es de usufructo de los demás es moldeado como un objeto que está a disposición y que no tiene poder sobre sí mismo, puesto que está siempre dependiendo de un impulso ajeno de quien finalmente tomará posesión.

“La mujer no está en posición de deseo, está en la posición, muy superior, de objeto de deseo” (Baudrillard, 1984, p. 126), ¿pero qué tanto puedo afirmar que es una posición “superior” siendo un “objeto” de deseo?, pues bien, ver el cuerpo como objeto de deseo ya lo coloca en un estatus más alto, el placer visual va de la mano con la avidez, pero en este caso el cuerpo como objeto obtenido por medio de una transacción desecha todas las oportunidades de adulación, la intención no es lograr llegar a algo que sea inalcanzable, porque el dinero está pagando por eso, entonces este cuerpo femenino ya no es un objeto superior porque banalizado y comercializado lo pone en una posición de sumisión.

Puedo crear un discurso propio que converja con definiciones plurales del cuerpo, aquí expondré algunas de esas tesis para compaginarlas con nuestro proceso formal en cuanto a dos series de televisión que funcionan como productos, cada una de ellas con sus propias particularidades y especificidades, con significados iconológicos diferentes. El cuerpo como mercancía y el cuerpo

como ideal. A continuación, ampliaré las lecturas que se pueden realizar respecto el cuerpo femenino, en una de las dos series televisivas ya enunciadas (*Sin tetas no hay paraíso*).

3.2.3 La mercancía

Es un cuerpo que se convierte en un objeto que se vende, se comercializa o se alquila por horas o días, ese cuerpo que debe ser perfecto para cumplir los caprichos de una fuerza masculina que paga precisamente por ello. Es un cuerpo al que le faltan un par de senos grandes para poder ser vendido con éxito que, a pesar de la minifalda y la blusa corta, ofreciéndose como carne en un mostrador, no logra su cometido, no es atractivo para alguien que ve ese cuerpo como incompleto o sin desarrollo, que para su deseo personal jamás podría saciar sus necesidades. Esa figura plana está siendo violentada y subestimada por sus características naturales, depende de la decisión del otro para poder sentir que su belleza está siendo aprobada.

“El tener que pedir pone al que pide a merced del dador que puede caer en la tentación de poner condiciones” (Giberti y Fernández, 1989, p. 127). Las condiciones son claras, el cuerpo como mercancía debe estar moldeado a los desmedidos deseos del hombre, en este caso el personaje de esta serie que es quien dispondrá finalmente del dinero, que en su estatus de superioridad tiene la balanza a su favor, no necesita que ellas le pongan condiciones, es él quien está poniendo la pauta para disponer, es él quien dice lo que se debe hacer, y con este primer rechazo, es con el que le está expresando a la mujer, dócil por naturaleza, que debe moldear su figura para acomodarse al prototipo y expectativa de él, aquel ideal de belleza que la sociedad en la que ella se encuentra inmersa está imponiendo, la sociedad de las tetas grandes, de los cuerpos perfectos y medios para el placer.

“El cuerpo se transforma es una mercancía visible y sobre todo exhibible, un objeto con valor de cambio, un bien de consumo de características icónicas y simbólicas que ha de cotizarse en el mercado visual” (Walder, 2004, p. 6).

Este cuerpo como objeto es trascendental para la mujer porque interesa lo que puede lograr con él, el poder económico que alcanzará con esto tiene en sí misma un poder que le permite manipular las situaciones a su antojo, es un cuerpo que como objeto está fragmentado. Los senos para ser admirados y tocados, un estómago plano que jamás podrá alumbrar un hijo, y una vagina que sólo será usada para disfrute masculino, ni ella misma podrá disfrutar de esa parte de su cuerpo, pues cada vez que sea vendida a diferentes hombres no significa necesariamente que este le represente o provea un placer para ella. “Es imposible hablar de dependencia sin tomar en cuenta las múltiples y complejas violencias que ella implica y genera” (Giberti y Fernández, 1989, p. 126).

A partir de las imágenes que ofrece una serie de televisión como *Sin tetas no hay paraíso* podemos proponer diferentes apartados con relación a lo femenino y el cuerpo como materia con la que eso femenino tiene una conexión específica. Lo femenino pasa de ser un discurso social entre diálogos contemporáneos donde se relaciona el *ser mujer* con distintas prácticas sociales que se masifican como si fueran ‘*barbies*’ en la estantería de un almacén, ya no es sólo el discurso de una mujer que a su corta edad tiene en su mente la imagen de su madre, con una escoba en su mano, y con un recogedor de basura en la otra, como si esa imagen reduccionista tuviese que repetirse y propagarse en la sociedad para seguir estereotipos artificiales marcados por una comunidad machista que pretende tener a la mujer como un objeto que funciona para ciertas cosas solamente; dicha masificación de contenidos visuales son repetidos como fórmulas químicas, algo que obliga a tomar posturas críticas frente a lo virtual y lo real, en este caso

haciendo alusión a lo virtual como lo que está implícito en una pantalla, tomando la televisión no como ejemplo de lo que ocurre en el mundo, sino como difusor de realidades alternas con valores compositivos propios y tal vez falsos.

3.2.4 De la idea al ideal

Este es el cuerpo más común, deviene patrones de belleza, cuerpos con formas y tamaños moldeados en quirófanos que son sujetos a los diseños que son imolutos en una cultura donde lo que importa es lo que se ve y cómo se ve. No importa lo que piensa la mujer que ya no es dueña de su cuerpo, importa lo que dice ese aspecto que ha sido modelado con escalpelo. Estas esculturas andantes están en constante conversación con procesos culturales como la moda. “La moda es el éxtasis de lo bello: forma pura y vacía de una estética giratoria. La simulación es el éxtasis de lo real: basta con que contempléis la televisión: en ella todos los acontecimientos reales se suceden en una relación perfectamente extática, o sea, en los rasgos vertiginosos y estereotipados, irreales y recurrentes, que permiten su encadenamiento insensato e ininterrumpido” (Baudrillard, 1984, p.6)

Son esos estereotipos y esas irrealidades de las que habla el filósofo y sociólogo francés Jean Baudrillard (Reims, 1929 – París, 2007), las que están en constante movimiento, las que como imágenes se difunden y se generalizan hasta tal punto que las mentes más débiles las pueden empezar a traer a su realidad y apropiárselas como si fueran parte de su identidad e imagen. La moda es únicamente una tendencia que se sistematiza por el uso constante, y aunque sus tendencias puedan ser descabelladas, se crea tanta apropiación, asimilación y empatía, que se vuelve algo ‘normal’ y ‘corriente’, casi unívoco, en la cultura de masas que consume los medios masivos de comunicación, donde los cambios drásticos no son vistos con estupor porque son un ícono transformado en común denominador.

3.3 Café con aroma de mujer, 1994 – 1995

Protagonizada por **Margarita Rosa de Francisco**, cuenta la historia de Teresa Suárez apodada “La Gaviota”, ella y su madre son recolectoras de café que durante todo un año viajan a diferentes zonas cafeteras de Colombia buscando trabajo donde haya cosecha. En octubre se dirigen a la hacienda Casablanca donde tienen empleo asegurado por su propietario. Al iniciar una de las cosechas muere Octavio Vallejo, dueño de la hacienda. Toda su familia que vive en el exterior regresa al país para el funeral del patriarca. En ese regreso está Sebastián Vallejo, nieto del fallecido, quien después de un par de encuentros con la Gaviota, quedan enamorados el uno del otro. Sebastián retorna a Londres donde residía, con la promesa de que en un año regresará a Colombia y se encontrará con Gaviota. Ella por su parte se entera que está embarazada y decide viajar a Europa a buscar a su amor, pero sus planes se ven truncados porque es engañada por una red de prostitución con fines de venderla en París. En su regreso a Colombia, Sebastián cree que la mujer a quien ama se fue de prostituta para Europa y siendo manipulado por su hermano decide casarse con una amiga de su cuñada.

Después de algunos inconvenientes en Europa, Gaviota llega a Colombia el mismo día que Sebastián se está casando con otra mujer, decepcionada, decide marcharse de la hacienda e ir hasta Bogotá para seguir un nuevo rumbo en su vida, bajo el nombre de Carolina Olivares.

3.3.1 Contexto histórico [Colombia 1990-1995]

En 1994 en Colombia apenas se estaba estrenando la constitución política de 1991, en este proceso estaba la apertura económica del presidente César Gaviria y aún se celebraba la caída del narcotraficante Pablo Escobar Gaviria que fue dado de baja el 2 de diciembre de 1993. La lucha del gobierno en contra del narcotráfico fue uno de los temas más importantes en esta época, la cual se vio en confrontación con la elección de Ernesto Samper Pizano en segunda vuelta, como

presidente de Colombia (1994 – 1998) pues después de la elección, llegó lo que se nombró el proceso 8.000 donde se alegaba que a la campaña presidencial le había entrado dinero procedente del narcotráfico del Cartel de Cali. Por medio de la investigación se enviaron a prisión a congresistas y magistrados.

3.3.2 Contexto histórico de la telenovela [1985 – 1995]

Café con aroma de mujer fue rodada en el Quindío, en medio de las zonas agrícolas que eran un reflejo de la pujanza de los campesinos propios de las tierras cafeteras en Colombia, se mencionaban las haciendas e inmensas hectáreas de tierra donde se cosechaba el café y a donde llegaban personas de todas partes del país a recogerlo. El ambiente de las cantinas y las rancheras interpretadas por el personaje principal, fungieron como un conector en medio de las historias que se tejían dentro de la trama. “*Los paisajes de la zona cafetera colombiana son únicos: los de Brasil, por ejemplo, son más industrializados. Los nuestros son románticos, poéticos, inspiradores*”¹⁰

Gaviota, el personaje femenino central de la serie, es la representación de una mujer liberal, más no libertina, que podía sentarse en las cantinas llenas de hombres a tomar aguardiente y cantar rancheras. Una mujer sensual y sencilla de cabello rizado y alborotado que no era un símil de las mujeres capitalinas de la época, se vestía de forma humilde y proponía un estereotipo de mujer donde resalta el costumbrismo y se alejaba de las historias modernas de las mujeres con cabello sujetado, vestidas para laborar en las fábricas y siendo parte de la ciudad. Gaviota era una mujer sin estudios con un lenguaje corriente, y que se comportaba de acuerdo a las poéticas del campo.

¹⁰ Monroy, M. L. 2004. *Café podría ser novela de época*. EL TIEMPO. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1552212>

Era una mujer con una ética y moral intachable; creía que el amor se podía experimentar una sola vez en la vida, con un solo hombre, no había más posibilidades.

En los diferentes personajes femeninos de *Café con aroma de mujer* podemos notar las distintas personalidades que puede haber en una sociedad, la historia no se aleja del todo de la realidad del país, aunque más que ser una historia que retrate la sociedad como tal, es una historia que muestra bosquejos de esa sociedad que hay latente, que posteriormente adopta ademanes de los personajes que ve en la televisión y que muchas veces pueden ser asumidos como una postura social y estética.

Omar Rincón (2001) en *Televisión, pantalla e identidad*, sostiene lo siguiente:

“La televisión es un espejo social ya que reproduce los modos de vida y las formas de pensar, representar e imaginar que tenemos como sociedad, como informativo o comunidad. La sociedad puede ser leída en sus valores, gustos, intereses a través de la televisión que produce” (p. 45)

Continúa enfatizando que la televisión también es un dispositivo cultural porque ofrece estilos de vida que de cierto modo permiten identificación social.

Desde la propuesta estructural del guion, se crea una historia donde el personaje de Gaviota es el eje de toda la telenovela por su comportamiento independiente, por su belleza particular que hace una semblanza entre las campesinas de Colombia, y sus diálogos inspirados en las mujeres comunes que no eran eruditas y la autonomía donde dejaba claro que no necesitaba un hombre a su lado para construir una vida laboralmente exitosa, aunque como en toda telenovela, si lo necesitaría para ser feliz.

3.4 La imagen y el cuerpo en *Café con aroma de mujer*

Capítulo 1 – Minuto 6:20

3.4.1 Descripción de la escena

Gaviota y su madre llegan a la hacienda Casablanca con el fin de acomodarse para poder trabajar en la cosecha, como es habitual en cada octubre.

A su llegada, uno de los peones les muestra la habitación en la que estarán los días que duren trabajando. Al entrar, Gaviota ve lo sucia que está la habitación y posteriormente encuentra una mesa en la que ella lee y escribe. Por su parte, la madre de Gaviota enciende una vela a la Virgen, que según ella les servirá para que les vaya bien en la cosecha. El peón critica a Gaviota por su interés de seguir ‘haciendo tareas’ en dicha mesa, a lo que Gaviota responde tajantemente que leer y escribir es lo que le permitirá dejar de recoger café algún día.

3.4.2 El pecado

El *pecado* puede acontecer en un cuerpo que está mediado por las imposiciones éticas y morales que son asignadas por la sociedad, que es la que finalmente dicta cuál es el ‘buen deber ser’ del ser humano, sobre todo respecto la figura de la mujer. *El cuerpo como pecado*, visualmente está compuesto no sólo por su fisiología, sino también por una forma de vestir y unos atributos físicos que son escondidos porque se supone no deben estar expuestos, más bien, se deben usar vestiduras para cubrirse.

En *Café con aroma de mujer* el cuerpo de la protagonista es un cuerpo que cuida sus virtudes que han sido determinadas por su proceso de vida en sociedad, en la medida que el personaje piensa que su cuerpo se convierte en un templo impenetrable por el hombre, pues ese cuerpo debe respetarse por encima de todas las cosas ya que para ella este no es un objeto de regodeo, sino que debe ser entregado al hombre que finalmente interponga el amor por encima de todo.

El cuerpo como pecado está ligado directamente a lo religioso; pensar en el temor a Dios si se hacen las cosas como no están establecidas por la Biblia, o imponer por encima de sus propios deseos el miedo a cometer faltas a la moral que se convierten en pecados que la iglesia castigaría, pensar que la mujer debe perder la virginidad con el hombre que finalmente la tomará como esposa, como si esto fuera una obligación.

En *Sin tetas no hay paraíso* este “cuerpo como pecado” es un cuerpo al que no se recurre, ya que la serie está planteando cuerpos grandes y ropas miniaturas, y la parte de la ‘conciencia’ y el ‘deber ser’ son características de la moral que el personaje principal obvia por obligación.

3.4.3 El procreador

Un producto es algo que se compra o se vende porque tiene algún tipo de funcionalidad, por ende, puede servirnos para algo. Ver a la mujer como un cuerpo que sólo funciona para procrear es volver a ver la mujer como un objeto que a diferencia de *El cuerpo como mercancía* no se vende ni se compra como una ‘cosa reutilizable’, sino que acá es un objeto que tiene la posibilidad de reproducirse con la ayuda de un hombre, es un cuerpo visto como la única opción de seguir preservando la vida, y eso es una característica única de la mujer.

El objeto procreador es un cuerpo que vive en un cautiverio que es su propio cuerpo, que depende de las decisiones de los demás, es más, podría asegurar que estas mujeres son tenidas en cuenta como cuerpos que producen más cuerpos, en esa necesidad del ser humano de crear familias entre hombres y mujeres que se puedan perpetuar por medio de la reproducción. El cuerpo no está hecho para el placer sexual sino para la procreación, por lo que la idea del matrimonio podría convertirse más en una regla establecida en sociedad que por una manera de encontrar la felicidad. Aquí el cuerpo es un espacio confinado a un mero propósito de reproducción, que desecha múltiples posibilidades de libertad.

La mexicana Rocío Boliver, conocida también como ‘La congelada de la uva’, es un artista de performance que ha explorado en diversas ocasiones los procesos artísticos por medio de su vagina. La artista hace una fuerte y constante crítica a la opresión sobre las mujeres, pero no solamente desde la postura del machismo, sino desde la misma opresión que generan las mujeres con ellas mismas.

En uno de sus performances, Boliver cose sus labios vaginales, algo que sin duda extralimita el dolor psicológico por el que pasan muchas mujeres; ella lo exterioriza de un modo crudo y visceral. No sólo está criticando la manera en cómo se pueden sentir atadas las mujeres a su propio cuerpo y a su propia definición de feminidad con un órgano que es tan codiciado por los hombres, sino que se toma la libertad de cerrarlo y demostrar que las mujeres deberían ser dueñas de su propia carne, de sus propios órganos y que estos no están en función meramente de reproducción. El dolor podría convertirse en un placer visto desde la abyección.

No puedo hablar de libertad sin mencionar la seguridad, y es porque normalmente se entendería que para ser libre se necesita estar seguro, ya que, en un mundo de hombres, dominado por hombres y que pocas veces es para mujeres, las relaciones afectivas se convierten en *yugos* difíciles de separar, el amor se mantiene como una fuerza capaz de atravesar barreras y concluye como un argumento anquilosado en los primeros siglos de la existencia del humano. Nadie ve el amor, dicen que se puede sentir, es una fuerza sanadora capaz de hacer que cualquier delito perezca y cualquier perdón sea otorgado, pero esta es sólo una idealización a la que muchos se han acostumbrado, la realidad puede variar y ser más dramática. El cuerpo como procreador que apela por la libertad es el que no necesita del dinero o del placer para ser feliz y está inmerso en un mar de emociones.

Aquí quiero dar a entender la palabra *libertad* como la posibilidad de manejarse al azar ante distintos aspectos sociales del diario vivir, pero el cuerpo como libertad no está completamente libertado, al contrario, afirmo que está íntegramente encadenado a los deberes que demanda la sociedad. Hablamos de una libertad expresada en la forma en cómo se comporta el cuerpo, los movimientos que hace y las palabras que usa para expresarse, pero en *Café con aroma de mujer*, esa libertad es domesticada por medio del amor y con la creencia de que esa es la fuerza que permitirá la felicidad, encierran a la protagonista en un inmenso y tergiversado argumento de que el amor de pareja es la prosperidad total, y que su cuerpo libre por andar en los cafetales cantando rancheras y abriéndose las venas por el dolor causado por culpa del desamor, es lo que finalmente la podría hacer libre, pero es una libertad falsa, su cuerpo no es independiente completamente, ya le pertenece a alguien; el amor que siente por el hombre es lo que la mantendrá atada, es libre porque se mueve sin necesidad de que alguien la hostigue, pero su cuerpo y su mente ya le pertenecen a uno solo, y es ahí cuando su conducta estará intervenida por lo que dicte su moral.

En estas distintas alegorías de aceptar el cuerpo, la moral será un valor preponderante. La mujer tiene poder de decidir con quién disfrutar de su sexualidad y no lo hace, sigue siendo una falsa libertad porque está condicionada al amor, y el amor como condición no le permite llevar a su cama un hombre diferente, es 'libre' más no 'libertina'.

3.4.4 Metamorfosis

En el primer capítulo de la telenovela *Gaviota* hace referencia a ese interés superior de salir adelante, de alcanzar la realización como mujer por medio del éxito profesional, estudiando y cultivando su inteligencia. Ve a los hombres como esa potencia en la que no debería caer una joven inteligente con aspiraciones. Pero todo da un vuelco en el capítulo tres (3) cuando ella

reconoce que sostuvo relaciones sexuales con Sebastián Vallejo a sólo dos días de haberlo conocido. La manera en cómo maneja sus emociones y el uso que le da a su cuerpo puede ser tan hipócrita que termina cayendo en un argumento facilista como ‘el amor a primera vista’, sigue reinando ese dogma irrefutable que es el amor y que hace que su cuerpo se entregue a un desconocido. La libertad que la llevaba a cantar rancheras en las cantinas como si fuera una copera¹¹ queda en el olvido y su espíritu de autonomía y desapego hizo una rápida y fastuosa metamorfosis. Su cuerpo sucumbió ante el placer y su ideología cambió tanto que lo entregó en medio de unos sensuales aguardientes y unos poéticos cafetales.

“Lo que está en juego actualmente es una demanda de amor, de afecto, de pasión, en una época en que su necesidad se hace sentir cruelmente. Es toda la generación que ha pasado por la liberación del deseo y del placer, toda esta generación fatigada de sexo es la que reinventa el amor como suplemento afectivo o pasional” (Baudrillard, 1984. p 102)

Los deseos sexuales y el cuerpo con el amor de intermedio es una relación tan interesante como la mezcla del sexo con la sudoración, son dos insumos que se compaginan tan perfectamente por un desaforado momento que es imposible separarlos, cuando Gaviota se entrega a Sebastián Vallejo está concediendo eso que para ella era tan preciado, la virginidad, está feneciendo ante los placeres carnales de la vida y así pone en duda toda su ideología de género, prostituye su pensamiento y lo lleva al mero placer de la penetración que tiene como excusa el amor.

¹¹ Modismo usado en algunas ciudades de Colombia para referirse a las mujeres que trabajan en bares o cantinas atendiendo clientes y entregando tragos, en algunos casos relacionado con el trabajo sexual.

Cronograma de Actividades

Cronograma de Actividades 2016											
Actividad	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Planteamiento del problema	■										
Revisión de Bibliografía	■										
Formulación de objetivos			■								
Primer Entrega				■							
Formulación de Introducción y Justificación				■							
Correcciones							■	■	■		
Formulación Metodología								■			
Redacción Anteproyecto								■	■	■	
Segunda Entrega										■	

Cronograma de Actividades 2017							
Actividad	FEB	MAR	ABR	may-05	may-19	may-22	may-30
Asesorías	■						
Revisión de Bibliografía	■						
Reformulación de Planteamiento del problema			■				
Reformulación Introducción y Objetivos		■					
Redacción Marco Teórico	■						
Entrega Final con Asesor					■		
Entrega Final de Trabajo de Grado Avalado por el Asesor						■	
Fallo Jurado Lector							■

Resultados y Discusión

La belleza enmarcada en la televisión funciona como cualidad que diversificada en cada sociedad es un elemento clave para entender los procesos de raciocinio en una cultura en específico; por ejemplo, la estética de las mujeres orientales dista mucho de la estética de las mujeres occidentales, y la forma en cómo se hace televisión en cada uno de esos hemisferios es una pequeña muestra de lo que somos, pero no nos representa, sólo exagera nuestro comportamiento y la manera en cómo somos físicamente para poder llegar a ser un producto de consumo y entretenimiento.

Conclusiones

La pantalla televisiva puede tender a verse como un reflejo de la realidad, como un espejo en el cual cada uno de nosotros, los televidentes, exaltamos esos defectos que más nos atemorizan, y los cuales son más característicos y notorios cuando vemos la perfección con la que los personajes en televisión se ven. Maquillajes perfectos, cabellos estilizados, figuras con una bella simetría y un acertado manejo del lenguaje; en algunos casos nos sentimos menos importantes cuando esas cualidades expuestas recaen sobre una misma persona que tiene el éxito en su haber – según la televisión –, y vemos cómo poco a poco se va desvaneciendo en nosotros la idea de alcanzar ese mismo ‘estatus’ y sólo como consuelo nos queda la idea de la contemplación. Es como ver el azul del mar en pantalla y volver a la realidad y lo más cercano que tenemos son los pequeños riachuelos que pasan cerca a nuestra casa, la decepción es tan grande que se vuelve casi una obsesión o una compulsión intentar imitar esas actividades que se ven, se nos olvida que es ficción y como todas las ficciones, son basadas en irrealidades que intentan venderle a la gente metas inalcanzables. No podemos negar que esperamos se conviertan en actividades inexorables al momento de sentarnos frente a la pantalla, pensando que somos lo que está ahí reflejado, aunque parezca demasiado sinuoso y carezca de verdad.

Una de las características más apabullantes de la televisión es el pensar que riqueza es igual a belleza, y que pobreza es igual a fealdad. Es una aberrante relación que tiene que ver con que el feo debe operarse y “refinarse” y que los ricos deben ser déspotas y presumidos. Es pensar que los ricos tienen plata y la belleza de los pobres es el amor. Creer que el fin justifica los medios y que el cuerpo con su engranaje es la salida a los problemas cuando en realidad es un problema aún mayor.

El cuerpo funciona como herramienta de persuasión y capitalización de emociones y expresiones estéticas que desencadenan acciones activistas, en un intento de usarlo para dar a conocer actitudes políticas, encontramos que se demanda una colectividad y se originan las acciones a las que se recurre para ser escuchado sin necesidad de tener textos a su alrededor. Surge así el cuerpo político como una materia expresiva que no está condicionada por otras particularidades, y que en su propia intimidad es capaz de inclinar las diferentes situaciones que van emergiendo de la propia realidad asfixiante¹².

La crítica de arte mexicana feminista Mónica Mayer, en su libro *Rosa chillante: Mujeres y performance en México*, hace un recorrido por diferentes posturas políticas y estéticas de artistas mexicanas en los años 70's, 80's y 90's. Con el enunciado “*El cuerpo femenino sirve de metáfora para hablar de los problemas políticos entre ambos países*”, describe a la artista Lorena Wolfffer, quien “en *Si ella es México, quien la golpeó* (Yerbabuena Center for the Arts, San Francisco, 1998 y AC DC, Washington, 1998), mientras recorre una pasarela vestida como *Top model* durante 45 minutos, con su cuerpo maquillado con moretones y golpes, se escucha una cinta de una sesión del Senado de Estados Unidos en la que hablaban horrores sobre México” (Mayer 2004, p. 55). El cuerpo es un motivo y un vehículo para hacer un retrato gráfico de una problemática política y social en la que todo un país se encuentra envuelto.

El cuerpo femenino con todas las ambigüedades que puede tener en cuanto a la manera en cómo se presenta en cada sociedad, las diferentes formas de belleza, y la apreciación y casi devoción que se le puede demostrar, es una de las razones por las cuales los conceptos y los preceptos

¹² Una realidad compleja y conflictiva inherente a las problemáticas sociales contemporáneas

acerca de la idea de perfección se vuelven una “abstracción” de diversos elementos físicos, que han mutado durante años y que se mantienen como discursos que van en contravía.

La mujer representa el deseo, la veneración, el conocimiento, la naturaleza, el nacimiento, la fecundidad, la perpetuidad y un modelo. Todos estos elementos están envueltos en un sin número de apologías a la belleza y a la feminidad que están ceñidas en discursos feministas, machistas o misóginos. Muchas veces se pretende cosificar a la mujer y la feminidad como un cuerpo inerte que tiene una función específica en la sociedad, casi siempre relacionada con el placer o la reproducción.

La publicidad vende mujeres que sirven para ser amas de casa en patéticos comerciales sobre elementos de limpieza, productos alimenticios y demás quehaceres domésticos. La mujer como objeto sexual que tiene una figura moldeada para salir en comerciales de fragancias o videos musicales; y las mujeres con exceso de peso que deben estar lidiando siempre con comerciales donde sólo se habla de ropa para *mujer con figura* (delgada), pues parece que ese es el modelo perfecto o ideal.

Construir una estética femenina puede ser una tarea fácil en un país como Colombia donde la misma realidad puede dotar la ficción, el problema es cuando no se sabe separar estas dos circunstancias, y parece que están unidas en una sinergia donde el televidente no logra distinguir entre lo real y lo ficticio, sino más bien termina construyendo una propia estética sobre feminidad que tiene un poco de real y un poco de invención.

“No es nunca el Bien ni lo Bueno, sea éste el ideal y platónico de la moral, o el pragmático y objetivo de la ciencia y de la técnica, quienes dirigen el cambio o la vitalidad de una sociedad; la

impulsión motora procede del libertinaje, sea éste el de las imágenes, de las ideas, o de los signos” (Baudrillard, 1984, p. 71)

Dar juicios de valor sobre cuál sería el mejor o el peor modelo de belleza basándonos en *Sin tetas no hay paraíso* y *Café con aroma de mujer* sería caer en una redundancia, sería criticar de manera compulsiva e inorgánica un insumo que he explorado con ahínco y dedicación. Sólo, a través de las definiciones que he propuesto, podemos distinguir y de alguna manera esclarecer esos prototipos que la televisión impone como realidades cuando dice “basado en hechos reales”, como si con eso bastara para darnos a entender que la construcción estética e iconográfica de lo femenino pudiera ser esa base conceptual con la que sustentan sus personajes.

Recomendaciones

La telenovela como formato de entretenimiento no debería tener ninguna responsabilidad social, debería alejarse de los modelos morales que son implícitos en el ser humano. El televidente, más que todo, debería desechar la idea de que la televisión es un ejemplo moral. Los íconos usados en cada escena, los simbolismos que aluden a la religión, estereotipos de belleza y comportamiento no deberían tomarse como posibles factores a emular, ya que la televisión es entretenimiento, no es educación, no debería ser ejemplo para los demás, es un conjunto de quimeras que están prestas para un disfrute efímero.

El arte siempre debería estar inmiscuido en las problemáticas sociales para dotarse de la información que allí se está gestando, sea en cuanto a la teoría o a la producción de obra de arte, para que funcionen como una amalgama.

Trabajo Futuro

Como objetivo potencial, sería importante poder abordar estas telenovelas haciendo un énfasis y profundizando en los personajes secundarios, terciarios, y aquellos llamados en la televisión como “reparto” o “extras”, quienes también son piezas fundamentales de los dramatizados y tienen diferente peso en la trama, y que proponen características particulares en cuanto a la iconografía, la estética y valores morales que pueden estar en contra posición con lo estipulado por el personaje protagónico de la historia. Analizar cómo las posteriores telenovelas tuvieron como referencia a *Sin tetas no hay paraíso* y *Café con aroma de mujer* para la creación de otros personajes. Poder detallar la forma en que se hizo esa televisión, y si influyó o no a la creación de otras series o telenovelas en Colombia. Hacer un diagnóstico de telenovelas producidas en el exterior y ver cómo son retratados los personajes que, en la historia, son de procedencia colombiana.

Anexos

Entrevistas

Sobre Sin tetas no hay paraíso

1. ¿Recuerda algún personaje en particular?
2. ¿Qué opina usted de este tipo de series?
3. ¿Representa *Sin tetas no hay paraíso* a las mujeres de Medellín?

Sobre Café con aroma de mujer

1. ¿Recuerda algún personaje en particular?
2. ¿Qué opina usted de este tipo de telenovelas?
3. ¿Representa *Café con aroma de mujer* a las mujeres de Medellín?
4. ¿Qué piensa usted del tipo de mujer que se plantea en *Café con aroma de mujer*?

Respuestas:

Sobre Sin tetas no hay paraíso

1. Un capítulo donde una amiga de Catalina se prostituye en un burdel, llega un tipo y le propone tener sexo sin condón, ella para poderle decir que no, le dice a él que tiene sida y él responde que él también tiene. Fue una escena muy fuerte
2. Se ha vuelto como un cáncer para la sociedad de nuestro país. Ya no solo se trata de mostrar una realidad sino de explotarla morbosamente para obtener audiencia y plata con eso.
3. De cierta manera son un reflejo de la sociedad de nuestro país, aunque por lo menos a mí no me representa, pero cuando era más joven y veía tantas niñas hablando de la serie,

creo que soñaban con ser como Catalina o tener las cosas que tenía La diabla y eso debe ser preocupante pues la televisión se vuelve un arma de doble filo.

Sobre *Café con aroma de mujer*

1. Lucía, la esposa de Sebastián, llegó a hacerle brujería para poder quedarse con él.
2. Historias como estas las deberían repetir, ya de eso no se hace, ahora es puro narco, prepagos y telenovelas de cantantes, nada más.
3. Por lo desinhibidas, tal vez.
4. De ese tipo de mujeres tan bonitas, sencillas y trabajadoras, ya hay muy poco.

Se realizaron novecientos ochenta y cinco (985) entrevistas a hombres y mujeres entre 25 y 50 años para conocer la postura que tienen acerca de la imagen que se proyecta en televisión sobre las mujeres, haciendo la especificidad que se trataba sobre *Sin tetas no hay paraíso* y *Café con aroma de mujer*.

Sobre la primera telenovela la mayoría de las personas concuerdan en que son estereotipos de la mujer que se han enraizado en la televisión una y otra vez y que se repiten como recetas que más allá de retratar una situación de la cotidianidad, se vuelven tediosas realidades ilusorias que si pueden convertirse en ejemplo para las personas de la ciudad. Las mujeres quieren senos y colas grandes y los hombres sueñan con ser los mafiosos que compren esas mujeres.

Acerca de *Café con aroma de mujer*, la mayoría coincide en que fue una telenovela que reflejaba con más fidelidad las costumbres y la pujanza de los pequeños gremios campesinos en Colombia. Destacaron las virtudes de la protagonista y la veían como un ejemplo positivo a seguir.

Bibliografía y Videografía

- Barbero, J.M (23 de abril de 2009) La investigación del consumo cultural en Colombia. *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com>
- Baudrillard, J. (2000). *Las estrategias fatales*. Barcelona, España: Anagrama.
- Belting, H. (2007). *Antropología de la imagen*. Buenos Aires, Argentina: Katz Editores.
- Caracol Televisión (Productor). (2014). *Colombia en el espejo, el documental de la historia de la televisión*. De <http://www.caracoltv.com>
- Consejo Nacional de Televisión. (2009). *Caracterización de estereotipos de género en telenovelas chilenas: El caso de Canal 13 y TVN*. Recuperado de <http://www.cntv.cl/cntv/>
- Detrez, C. (2002). *La construcción social del cuerpo*. París, Francia: Seuil.
- El 'boom' de las cirugías plásticas continúa en aumento en Colombia. (20 de agosto de 2014). *El país*. Recuperado de <http://www.elpais.com.co>
- Fernández, A., y Giberti, E. (1989). *La mujer y la violencia invisible*. Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.
- Gómez Vargas, C. (2016). *Construcción de modelos de identidad femenina en la adolescencia a través de la producción de televisión de ficción actual en España*. (Tesis Doctoral) Universitat Internacional de Catalunya, Facultat de Humanitats. Catalunya.
- Martínez, L., Samper, N., y Arango, F. (2015). *Bestiario de la televisión colombiana*. Bogotá, Colombia: Aguilar.
- Mayer, M. (2004). *Rosa chillante*. México: Conaculta/Fonca.
- Monasterios, R. (12 de septiembre de 2013). Senos y civilización. *Prodavinci*. Recuperado de <http://www.prodavinci.com>
- Para hacerse cirugías estéticas, mujeres del llano están vendiendo sus propiedades y endeudándose. (19 de febrero de 2007). *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com>
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas, o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*.
- Rincón, O., y Estrella, M. (2001). *Televisión, pantalla e identidad*. Quito, Ecuador: El Conejo.
- Señal Colombia (Productor). (2014). *60 años al aire*. De <http://www.youtube.com>

Telenovelas colombianas han creado mujeres más independientes y astutas. (3 de febrero de 2010). *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com>

TV Azteca (Productor). (2006) *Detrás del mito de Café con Aroma de Mujer*. De <http://www.aztecatrece.com>

Walder, P. (2004, Julio, 2). El cuerpo fragmentado. *Polis, Revista Latinoamericana*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/revista.oa>