



ANÁLISIS DE RECEPCIÓN DE MEDIOS: ¿SON LOS REYES UNA REPRESENTACIÓN DE LA CULTURA POPULAR COLOMBIANA?

Julia Isabel Roberto ^{1,2}

1 Lingüista, Estudiante Magíster en sociología. Directora grupo investigación: Comunicación, medios y mercadeo.

2 Asistentes de Investigación: Jorge Andrés Castro, John Fredy Vaca, Giancarlo Alvarado Pimienta y Ingrid Roxana Rodríguez.

Introducción

En la actualidad los medios de comunicación ejercen una gran influencia en cada uno de los espectadores que diariamente están frente a sus televisores para entretenerse, aprender o estar informados. Siendo este el punto de partida es de gran importancia que el análisis de la recepción de medios sea un factor importante y relevante que involucre a un gran número de la población, por esto se eligió la telenovela *Los Reyes* como objeto de análisis; esta producción fue transmitida por el canal RCN en el horario de la noche y marcó altos niveles de audiencia, ya que la temática daba cuenta de contextos cotidianos.

A través de esta investigación se quiso determinar si realmente la telenovela *Los Reyes* es la representación de la cultura popular o por el contrario sólo se convierte en una telenovela que adapta roles de la vida cotidiana y crea en torno a ellos, una serie de ficción por medio de cada uno de sus personajes.

Las telenovelas a lo largo de la historia de la televisión han cautivado a todos los grupos sociales, en este caso no importa si se es de clase alta, media o baja, todos en algún momento han dedicado un espacio de su tiempo para observar la programación que llega a través de los televisores, por eso se empezó a indagar hasta dónde una telenovela como “*Los Reyes*” puede ser vista sin importar clases, niveles socioeconómicos u oficios. En este caso la historia de dos familias logró llegar a muchos televidentes que se sintieron identificados o por el contrario indignados por aquello que observaban.

El hecho de que una telenovela sea un tema de conversación en diferentes contextos como la oficina, los hogares y las aulas de clase, llamó la atención del grupo de investigación que empezó



a cuestionarse sobre lo que sienten y piensan las personas luego de observar este tipo de telenovelas.

Es así que diferentes aspectos que se trataban en la telenovela como el léxico, los gustos, el vestuario y el comportamiento en general de los personajes, permitieron plantear la pregunta ¿Qué es lo popular?, este interrogante fue el punto de partida para la investigación, al contrastar desde diversos puntos de vista qué creen o cómo perciben lo popular las personas, en este caso específico se indagó a las amas de casa, los estudiantes y los trabajadores del sector de la plaza de mercado.

Indagar en cada uno de los diversos grupos sociales se convierte en la herramienta fundamental para los investigadores que deben estudiar cómo perciben los televidentes esta representación que veían a diario en la telenovela; por eso hablar e interactuar con personas de diversos grupos económicos fue importante para determinar si existe una representación fehaciente de lo cotidiano en lo que veían.

Así como hay comentarios positivos frente a la producción se dice que hay una diversidad de opiniones, ya que algunos espectadores creen que esta producción puede ser vulgar y ofensiva para algunos grupos sociales, por eso el grupo de investigación evaluó la percepción de aquellos televidentes que observaban la telenovela, como de aquellos que sólo escuchaban los comentarios y preferían no verla porque no era de su agrado.

Finalmente, para llevar a cabo esta investigación se realizó una recopilación de los antecedentes de la telenovela colombiana, además de tratar conceptos como cultura popular y mediática que permitieron determinar rasgos, características y aspectos de relevancia para el desarrollo del análisis.

Marco Referencial

La telenovela fue la evolución natural de las radionovelas y al igual que éstas, se basa en temas enteramente melodramáticos. Este género llamado en Estados Unidos *soup opera* se dirigió especialmente a las amas de casa, y por ende, la mayoría de argumentos tratados se centran en los intereses femeninos. Con una frecuencia de emisión diaria, las telenovelas, sobre todo en América Latina, ocupan gran parte de la programación de muchos canales privados y públicos.

Las telenovelas en Colombia se han convertido en una industria a gran escala, y de talla internacional, que producen ganancias astronómicas tanto para los canales que las emiten como para las compañías que las producen.

La telenovela Los Reyes se ha convertido en toda una sensación televisiva en nuestro país, logrando altos registros de sintonía y un gran éxito comercial no sólo para el canal que la transmite (RCN), sino para todos sus integrantes.

En el 2005, Colombia y México adoptaron la trama y el formato de esta exitosa novela argentina. En México la telenovela se llama “Los Sánchez” y actualmente es producida por TV Azteca, con muy buenos niveles de sintonía.

La trama es prácticamente igual a la de Los Roldan, solamente existen diferencias mínimas en los nombres de los personajes.

En agosto del 2005, Ibope, empresa encargada de medir los niveles de sintonía televisiva en Colombia, señaló que “Los Reyes” marcaron un promedio de sintonía del 37% en los hogares colombianos, mientras que la telenovela de Caracol “La saga” en su punto máximo llegó al 32%, confirmando la alta cantidad de televidentes que la novela tiene.

El éxito de “Los Reyes” se mantuvo imbatible, hasta que a mediados de agosto de 2006 el canal Caracol inició la emisión de la telenovela “Sin tetas no hay paraíso”, que mermó sensiblemente la audiencia de la novela de RCN.

Metodología

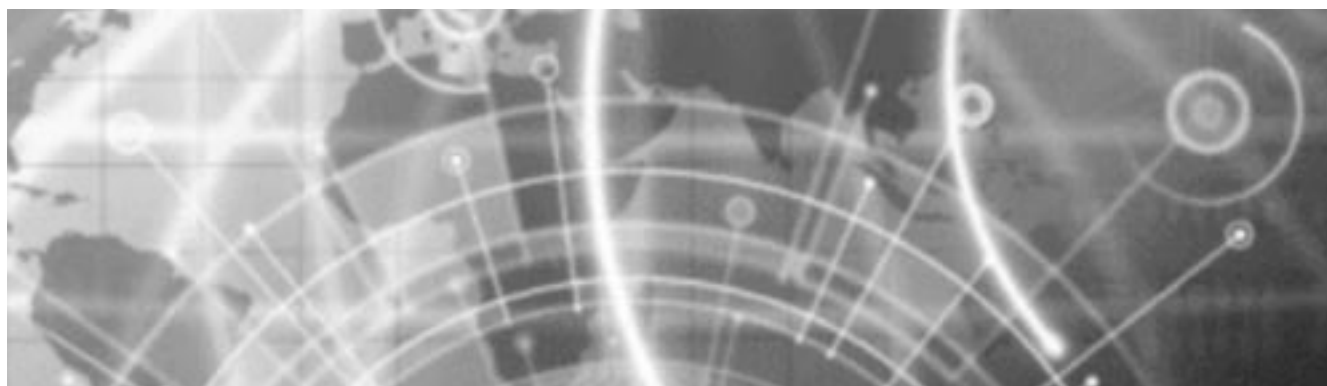
Para desarrollar la investigación se utilizó como instrumento un cuestionario, que se escogió porque daba la posibilidad que la población consultada respondiera de manera abierta sobre diferentes aspectos de la relación entre Los Reyes y la cultura popular, exponiendo sus puntos de vista y argumentación, donde se obtuvieron resultados cualitativos, factibles de análisis y que permitieron ahondar más en las afirmaciones que se formularon.

Las preguntas pensadas para la herramienta de investigación fueron determinadas para cierto grupo de personas, es decir, cada cuestionamiento fue realizado dependiendo del grado de escolaridad que tenía cada uno de los consultados, ya que según su nivel de conocimientos, tiene una visión y opinión de lo que observa.

Estas preguntas se realizaron de una manera netamente abierta, para dar la posibilidad a los individuos consultados de ser explícitos en cada una de las respuestas y de allí que fuera más sencillo tomar un resultado detallado al momento de analizar los resultados.

Con una cantidad total de 60 cuestionarios, se consultó a tres grupos sociales específicos y definidos: en primer lugar a las amas de casa, consumidoras de melodramas por excelencia y que pueden calificar la calidad y los contenidos, gracias a su experiencia. El segundo foco a investigar son trabajadores de una plaza de mercado, en este caso Corabastos, que dentro de la trama de la telenovela son personajes primordiales, al punto que el protagonista, Edilberto Reyes, trabaja en una plaza vendiendo frutas y verduras. Y el último sector son estudiantes universitarios, algunos televidentes de la novela, que gracias a su nivel académico están en la posibilidad de emitir conceptos profundos y críticos.

Todos los grupos tuvieron como patrón común tener por lo menos un conocimiento básico acerca de la trama de la telenovela, de sus personajes, de su desarrollo, etc. En la mayoría de los casos el rango de edad osciló entre los 18 y 50 años y su género, en gran parte de la población cuestionada es femenina.



En el caso de las amas de casa por tradición, su movilidad está dada dentro del hogar y su principal medio informativo y de entretenimiento es la televisión. Es claro que mientras realiza sus labores caseras consume y tiene una estrecha relación con los contenidos televisivos. Además ellas tienen un contacto directo con tenderos y con personas que trabajan en una plaza de mercado que son representados dentro de esta telenovela.

La investigación, además, incluyó la indagación de algunos trabajadores de una plaza de mercado, entre vendedores, conductores de camiones y a los populares “coteros”. El medio en el cual estaba inmerso cada uno de los participantes, es decir, su contexto social, compone el foco más importante para el análisis, pues de allí se podía determinar cuál era la relación de ese ambiente con el representado en Los Reyes. Además esta población era la más indicada para emitir un juicio de los que se transmitía la telenovela, ya que ellos eran los representados dentro de la trama.

El entorno estudiantil es jovial y se presta para un alto índice de interacción con otras personas, logrando confrontar sus opiniones con la de los demás. Es por esta misma razón que se incluyó este foco, ya que los estudiantes pueden realizar una evaluación de los contenidos de la telenovela con mayor profundidad.

Al momento de ejecutar los cuestionarios, cada uno de los investigadores se desplazó al ambiente en el que se desenvuelven cada una de las personas consultadas; lugares como Corabastos, instituciones educativas como la Universidad Gran Colombia y la Fundación Universitaria Panamericana, además de indagar a algunas amas de casa, sirvieron de espacio para lograr el desarrollo de la herramienta de investigación.

La facilidad con que se realizaron los cuestionarios permitió un resultado satisfactorio, ya que las personas objeto de investigación no tuvieron ningún tipo de objeción al respecto y en buena parte de los casos expresaron sin tapujos sus opiniones sobre la telenovela Los Reyes y su relación con la cultura popular.



Para obtener un mejor resultado, se realizó un filtro dentro de los cuestionarios, donde el único parámetro para aceptar o para no admitir un cuestionario era la extensión y el contenido de las respuestas. Se dejaron de lado cuestionarios donde las respuestas solamente eran monosílabos o donde la respuesta no contestaba la pregunta formulada.

Al momento de analizar las respuestas, se tuvo en cuenta el oficio desempeñado por cada uno de las personas indagadas, sus respuestas se tomaron con base a las semejanzas y diferencias contenidas dentro de los cuestionarios.

Es así que se contrastó cada una de las respuestas, comparando las respuestas de los tres focos y realizando un análisis y conclusión de cada una de ellas. Según su relevancia e importancia dentro de la investigación, se incluyó en el texto final las conclusiones de los interrogantes planteados.

Cabe resaltar que aunque los tres focos escogidos eran importantes, se le dio una mayor preponderancia a los trabajadores de la plaza de mercado, ya que sus respuestas pueden ser un termómetro de lo que la sociedad piensa sobre Los Reyes, ya que ellos fueron representados dentro de la trama de la telenovela.

Resultados

El estudio o análisis permite reportar los siguientes resultados

La cotidianidad y su relación con la cultura popular fue el punto de partida del análisis de las respuestas del cuestionario. Para muchos de los cuestionados lo que se vive cotidianamente es lo que construye a la cultura popular como tal.

Cabe resaltar que tanto para estudiantes como para trabajadores de Corabastos los medios de comunicación cumplen un rol preponderante dentro de la cultura; para ambos, los medios provocan una comercialización de las dinámicas culturales, causando que se motive a las personas a establecer parámetros para su diario vivir, basándose en lo que la televisión les comunica de forma temporal, es decir, que la moda del momento, motivada por una telenovela es la encargada de transformar a la cultura popular, cambiando, los comportamientos, el léxico, los gustos alimenticios y musicales, entre otros aspectos.

Sobre los contenidos emitidos en Los Reyes, existieron opiniones divididas, ya que algunos consideran que los contenidos mostrados pueden ser similares a los que se viven dentro de un ámbito social, donde interactúan personas en un escenario común, como una plaza de mercado, por ejemplo; en la misma medida otras personas piensan que lo mostrado en la telenovela toma algunos aspectos cotidianos de la sociedad, pero que se debe catalogar lo emitido como una exageración.

Dentro de la trama de Los Reyes, los trabajadores de la plaza de mercado juegan un papel importante, ellos mismos dicen que lo que se emite solamente puede ser considerado como una representación parcial de la realidad social, es decir, se puede ver representada la lucha de clases y las costumbres existentes en un núcleo familiar; pero no se emite la realidad de su trabajo y que al contrario, ellos se ven denigrados y sienten una estigmatización proveniente de la comunidad que los rodea.

Los estudiantes universitarios coinciden en que este programa es una falta de respeto para el público en general, ya que la cultura popular no se ve reflejada, y al contrario se recrean las diferentes situaciones en un tono burlesco, provocando que se trate a las personas representadas allí con menosprecio.

Pero lo mostrado no solamente afecta al sector de bajos recursos económicos, ya que su contraparte, la popular “alta sociedad” también puede sentirse denigrada. En la trama de Los Reyes, la opulenta familia Iriarte se caracteriza por su prepotencia y arrogancia, pero también por las acciones corruptas de sus integrantes.

Esto puede llegar a provocar que se cree un imaginario en contra de las clases sociales altas de parte de las clases menos favorecidas, produciendo una radicalización en la lucha de clases planteada en el propio melodrama.

Así mismo, se tiene claro que los individuos pertenecientes a la cultura popular no están representados en la historia de Los Reyes, porque cada persona es diferente en cuanto a su manera de pensar o de actuar; aunque se admiten que se usan algunos aspectos inherentes a la gente del común como sus comportamientos, gestos, gustos, como la comida, los carros y la afición hacia un equipo de fútbol, en este caso el Atlético Nacional de Medellín, etc.

Para buena parte de la población objeto de investigación, la relación entre los personajes de la novela puede ser una clara muestra de la realidad de la socie-

dad popular, porque en Los Reyes se refleja la carencia de comportamientos sociales y morales, entre otros, aunque otros consideran que no existe una realidad tan agradable; los trabajadores de una plaza de mercado deben trabajar largas horas, salir de sus hogares en la madrugada para lograr las ventas que necesitan para sostener económicamente a sus familias, es por ello que se puede afirmar que la novela toma personajes reales pero adaptados a un mundo ficticio, buscando cautivar a la teleaudiencia, mostrando una realidad paralela, donde si se llegaran a narrar las vivencias del mundo real, Los Reyes no conseguirían alcanzar su clave para el éxito: producir risa.

Si bien la televisión debe propender por la educación de la masa, su función también se encamina al entretenimiento y con base en ello es que se realizan producciones como Los Reyes que buscan desinhibir al individuo de la rutina y propiciar un momento de diversión.

Como ya se dijo, no todas las interpretaciones de los personajes de la telenovela están desenfocadas, pues cierta población puede que actúe de modo tal que se ajusten algunos papeles a la cotidianidad, pero lo que es evidente es que el objeto de la producción es sacar al televidente de la monotonía y del entorno denso en el que se halla sumido, para enrutarlo hacia una telenovela que le agrade por el tono humorístico que allí se proyecta.

Aunque esto puede llegar a crear una alienación en el individuo, ya que el televidente se aleja tanto de la realidad que lo rodea, que olvida sus problemas y se centra solamente en las vivencias emitidas en la telenovela.

Este nuevo tipo de telenovela, donde prima la comedia, y que ha inundado no solamente las pantallas colombianas, sino extranjeras, ha tenido un arrollador éxito. La clave para el alto nivel de audiencia ha sido precisamente el hacer reír mostrándole al público sus problemas cotidianos. Esta fórmula ya ha sido patentada por historias como la de Pedro el escamoso un hombre pobre, rebuscador y maltratado, o la de Betty la fea una mujer poco agraciada, abusada laboralmente y denigrada por una sociedad superficial. Estas historias han logrado que los televidentes sonrían a los problemas que en muchas ocasiones los aquejan en la vida real.



Los trabajadores de la plaza, por el contrario, muestran su descontento con lo emitido por Los Reyes, ya que consideran que lo actuado por los personajes no demuestra la realidad que tienen que vivir diariamente las personas que laboran en Corabastos y además se sienten agredidos y discriminados por las escenas de la telenovela, donde se enfatiza la falta de educación, ignorancia y el mal uso del lenguaje.

Ejemplo claro se constituye lo que se muestra en la telenovela acerca de la familia. Dentro de un ámbito familiar, Los Reyes toman algunos aspectos que logran asemejarse a la realidad; no obstante las relaciones intrafamiliares en la trama del melodrama sugieren un evidente y marcado irrespeto en el trato de hijos a padres y viceversa.

Esta situación es totalmente refutable, ya que es en la cultura popular donde en la mayor parte de los casos existe un mayor respeto entre los integrantes de una familia, enmarcada dentro de una cultura eminentemente patriarcal.

Además, la situación familiar representada en Los Reyes da cuenta de lo numerosas que pueden llegar a ser las familias dentro de la sociedad colombiana. Es común observar dentro de los núcleos familiares la inclusión de parientes lejanos, tales como tíos, abuelos, primos, etc., siendo ésta una característica no solamente de Colombia, sino de gran parte de América Latina.

Aunque muchas personas han mostrado su capacidad de reconocer que Los Reyes no exponen una realidad fiel de la sociedad, y específicamente que el lenguaje usado es grotesco, de la misma forma han reconocido que en algún momento han usado palabras o frases características de los personajes de la telenovela tales como “voy”, “péguele”, o frases como “ah bestia” o “cosa pútrida”, que son de las más repetidas.

Pero la razón que las personas arguyen para repetir aquellas palabras o frases es que únicamente lo hacen por moda y por la gran popularidad que ha logrado la telenovela. Esto puede hacer

ver dos cosas: se confirma lo dicho anteriormente, donde los medios de comunicación logran influenciar hondamente las costumbres de la gente, ejerciendo una clara comercialización de las dinámicas culturales, de la misma manera que se logra vislumbrar una ausencia de identidad propia, por lo menos al interior de la sociedad colombiana, ya que sus costumbres y cotidianidad se mueven al vaivén de lo que se emite en televisión, mas no existe una identidad fuerte y establecida de cada uno de los individuos.

Es en este momento donde cabe formular la pregunta: ¿si Los Reyes no son considerados como una representación fiel de la realidad, por qué tiene tan altos niveles de audiencia y logra modificar las costumbres de quienes la ven?. Para buena parte de la población consultada, la razón de ello es que la televisión colombiana no posee una oferta abundante de contenidos, y por ende hay que ver lo que emiten tanto los canales públicos como privados; muchos dicen que los programas que los canales colombianos emiten en los horarios de la noche no satisfacen las necesidades de entretenimiento y por ello se ven avocados a ver telenovelas.

Aunque algunos no comparten este argumento, comentando que pueden existir otros espacios de entretenimiento y educación y además se hace énfasis en que una telenovela no debe ser el espacio utilizado para tratar temas complejos, como por ejemplo, el travestismo, donde para muchos se trata este tema con algo de morbo.

Como se ha dicho, la gente reconoce que Los Reyes no logran hacer una representación fidedigna de la cultura popular colombiana, pero con mucha frecuencia se observa que en el exterior si se construye un imaginario cultural de Colombia. Esto se ha visto desde al auge de los melodramas colombianos que han sido exportados.

El primer caso es el de la historia de Café con aroma de mujer, que fue la primera novela que fue vendida a muchos países y donde aparte de la historia



de amor entre los protagonistas, se exaltó la cultura cafetera, resaltando a Colombia como un país productor de café.

En épocas más recientes las personas de otros países que ven novelas como Pedro el escamoso, tienen la idea de que el colombiano se comporta igual al personaje representado por el actor Miguel Varoni, con su baile característico, que no tiene parecido alguno con los bailes típicos colombianos y aunque la canción hace parte de la tradición musical, el baile es totalmente nuevo.

Pero se podría formular la siguiente pregunta: ¿Los Reyes han construido en otros países un imaginario cultural del pueblo colombiano? En un caso puntual de comparación entre Los Roldan, telenovela argentina que fue la base argumental de Los Reyes, y su versión colombiana, el melodrama argentino no tuvo una difusión a gran escala en Colombia, es así que no se podría hacer, en un primer momento, una valoración de sus efectos en la sociedad en función de crear un imaginario del pueblo argentino.

Pero, como se ha demostrado con producciones anteriores, las telenovelas colombianas consiguen altos niveles de audiencia en otros países y pueden ser vistas por millones de personas, que en su gran mayoría nunca han visitado a Colombia. Por ello desde lo que ven en los melodramas, y dependiendo de su éxito, construyen un imaginario cultural colombiano, que en muchas ocasiones no son fieles a la realidad.

La posible construcción de imaginarios culturales negativos, conlleva lentamente a un irrespeto por las costumbres colombianas, genera en alto grado el desamor por parte de los jóvenes hacia la sociedad de su propio país y estigmatiza a los personajes representados en Los Reyes, identificándolos como ordinarios, deshonestos y vulgares.

Si bien la telenovela los Reyes representan en parte las manifestaciones culturales de las clases bajas en Colombia, es evidente la tergiversación y el enfoque que se le ha dado a la novela, la gente más apropiada para emitir un juicio es la misma que se ha visto interpretada, por ello el foco de población se escogió con base en que fueran ellos, los que desmitificaran el hito que durante la transmisión de la telenovela se mantuvo sobre lo que era cultura popular y lo que en realidad es.

Finalmente, sobre el aspecto pedagógico de la telenovela, existe la idea de que Los Reyes pueden llegar a tener una función educativa, puesto que era una forma de aprender costumbres y modos de actuar de diferentes personajes de la vida cotidiana; aunque también para otro sector de la población, la telenovela no aporta nada al aprendizaje y, por el contrario, trata los temas con superficialidad y afirman que los momentos humorísticos se deben a exageraciones y al reiterado mal uso del lenguaje.

Conclusiones

En la investigación se determinaron varios factores importantes que destacan o demeritan el entorno de un núcleo social. Al realizar una profunda descripción del análisis de recepción de medios, como fin primordial del presente estudio, se realizó la descripción y análisis de la forma en que la población percibe lo que los medios de comunicación emiten, especialmente la televisión.

El estudio dio cuenta de la influencia de los medios de comunicación en el comportamiento de algunos individuos, específicamente al observar la telenovela Los Reyes, pues se adoptaban aspectos característicos de los personajes allí involucrados.

Otro hecho que determina el comportamiento de la gente es la forma en que analizan el contenido, dado que hay individuos con una visión más crítica de los productos televisivos.

Las telenovelas son productos que por sus características logran cautivar al televidente, este hecho ha transformado la identidad de diversos grupos sociales. Hay que aclarar, en cuanto a lo mostrado en la telenovela es una aproximación a la realidad, pues las coincidencias son mínimas y fortuitas.

Los medios de comunicación proponen e imponen patrones y estereotipos que suponen modos de actuar y de pensar, y que determinan todo el proceso de la cultura mediática. Esto se ve reflejado ya que la sociedad adopta lo emitido por la televisión, es así como las personas actúan según como se interrelacionan en la vida cotidiana.

Las circunstancias en las que se desenvuelven socialmente algunos individuos (dada su condición económica) establecen en ocasiones como única opción el consumo de productos mediáticos.

El televidente parece estar sorprendido por un conjunto de entornos confusos sumados a un espacio artificial que hacen que a éste le resulte cada vez más difícil retirar la mirada de la pantalla. La familiaridad de la televisión con su público, se da por la forma en que la televisión llega a éste.

Finalmente, la temática de algunas de las telenovelas emitidas se asemejan a los roles que personas del común asumen, sin tener en cuenta que esta representación afecta a aquellos que se ven interpretados en ellas, generando una estigmatización y un aislamiento social.

Bibliografía

- DAYAN, Daniel. En busca del público. Barcelona; Gedisa 1997. 146 p.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. Culturas populares en el capitalismo. México: Grijalbo, 2002. 215 p.
- _____. Diferentes, desiguales y desconectados. Barcelona: Gedisa, 2004. 34 p.
- GONZÁLEZ REQUENA, Jesús. El discurso televisivo. Madrid: Cátedra, 1995. 174 p.
- LOZANO, José Carlos. Teoría de la investigación de la comunicación de masas. México, Alambra Mexicana. 1996. 197 p.
- LULL, James. Medios, comunicación, cultura. Buenos Aires: Amaorrortu, 1996. 100 p.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo y CHARLES CREEL, Mercedes. Una estrategia de investigación con público femenino. En: La revolución de los medios audiovisuales Madrid; Ediciones de la Torre 1993; 203 y 204 p.
- _____. Televidencia. México; Universidad Iberoamericana. 1994. 10 p.
- MARTÍN BARBERO, Jesús y REY, Germán. Los ejercicios del ver y ficción televisiva. Barcelona: Gedisa. 1999 117 p.
- STEVENSON, Nick. Culturas mediáticas. Buenos Aires: Amaorrortu, 1996. 60 p.
- TELLEZ B., Hernando. Veinticinco años de televisión colombiana. Colombia. RTI. 1979. 74 p.

Webgrafía

- COLARTE. Historia breve de la televisión colombiana. Available from Internet: URL: <http://www.colarte.com/actores/General/recuentoTV.asp>
- EL IMPARCIAL. Agoniza la telenovela mexicana. Available from Internet: URL: <http://www.elimparcial.com/edicionenlinea/notas/Entretenimiento/20060831/140491.asp>
- EN RODAJE. **Seminario, melodrama e identidad**. Available from Internet: URL: http://www.enrodaje.cinacolombiano.com/4seminario_telenovelas.htm
- INTERACCIÓN. Available from Internet: URL: <http://www.interacción.cdal.org.co/documentación>
- LA OPINIÓN. Available from internet: URL: <http://laopinion.com/print.html?rkey=00050614185427945248>
- LÓPEZ, Laura. Los Simpsons y la reconstrucción social. Available from Internet: URL: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n5/Simpsons.htm>
- LOYOLA, María Inés. Los consumos de medios de comunicación en los mayores de 50 años: entre el asombro y la nostalgia. Available from internet: URL: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/11loyolaco.htm>
- MARTÍN BARBERO, Jesús La telenovela en Colombia. Televisión, melodrama y vida cotidiana. Available from Internet: URL: http://www.felafacs.org/files/barbero_0.pdf
- MERCADER, Antonio. Cultura y medios masivos. Available from internet: URL: <http://www.campusoei.org/pensariberoamerica/ric05a00.htm>
- QUINTERO, Claudia. Cultura masiva, elementos a considerar sobre el narcótico más temido de la televisión latinoamericana. Available from internet: URL: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/cmasas/2002/agosto.html>
- RINCÓN, Omar. Ellas son el centro de la pantalla y la pantalla es el mundo. Available from internet: URL: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n16/pantalla16.html>
- RONCALLO, Sergio. Televisión y melodramas: un encomio. Available from Internet: URL: http://www.lasillaelectrica.com/articulos_telemelodrama.htm
- SANTAMARIA, Javier. Los reyes de la televisión. Available from Internet: URL: http://www.enrodaje.cinacolombiano.com/4los_reyes_de_la_television.htm
- SHOER, Daniel. El mayor “boom de la televisión” Available from Internet: URL: <http://archivo.elnuevodiario.com.ni/2001/mayo/02-mayo-2001/nacional/nacional11.html>
- STRACCIA, Jairo. “Los Roldán”: el *post menemismo* llegó a la TV. Available from Internet. URL: [http://www.segundoenfoque.com.ar/los_rolდან.htm](http://www.segundoenfoque.com.ar/los_rolدان.htm)
- WIKIPEDIA. Melodrama. Available from Internet: URL: <http://es.wikipedia.org/wiki/Melodrama>