

RESEÑA

REVIEW

Beatriz Méndez De Dios

Nota sobre la autora:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Remita cualquier duda sobre este artículo al siguiente correo electrónico:
mendezdediosbeatriz@gmail.com

Recibido: 01/06/2021 Aceptado: 01/10/2021



Copyright (c) 2021 Beatriz Méndez De Dios. Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](#).

Beatriz Méndez De Dios
*Representaciones mediáticas del amor, el sexo y el poder femenino:
Seis estudios de caso.*
Tania Rodríguez Salazar (coord.).
Editorial CUCSH-UdeG, 2016.
Revista Xihmai XVI (32), 79-98, julio–diciembre 2021

RESEÑA

*REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS DEL AMOR,
EL SEXO Y EL PODER FEMENINO:
SEIS ESTUDIOS DE CASO.*
Tania Rodríguez Salazar (coord.).
Editorial CUCSH-UdeG, 2016.



Todos los días se consumen productos mediáticos: novelas, música y cine, además de campañas publicitarias hechas por dependencias gubernamentales que se transmiten por radio y televisión, principalmente. Estos productos emiten distintos mensajes a través de las representaciones mediáticas que se hacen de sus protagonistas, y esto es un tema de investigación que ha abordado Tania Rodríguez Salazar, Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara, profesora e investigadora del Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la misma universidad y miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel I. Ha escrito diversos libros y artículos, entre los que destacan: *Las razones del matrimonio* (2001), *Vidas deseables. Cartografías de deseos y valores* (2009) y *Representaciones sociales. Teoría e investigación* (2007, coordinado con Lourdes García), así como *Representaciones mediáticas del amor, el sexo y el poder femenino: seis estudios de caso* (2016) del que ha sido coordinadora. Su línea temática es Sociología de la Cultura, el amor y las emociones, y sus líneas de investigación: Filosofía de la Afectividad y las emociones.

En el presente trabajo se ahonda sobre el último libro coordinado por Rodríguez que data de 2016, *Representaciones mediáticas del amor, el sexo y el poder femenino: seis estudios de caso*. Lo anterior con la finalidad de mostrar el contenido de este libro invitando al lector a que lo revise y se adentre en el tema de las representaciones mediáticas y dé su punto de vista sobre lo

Beatriz Méndez De Dios
Representaciones mediáticas del amor, el sexo y el poder femenino:
Seis estudios de caso.
Tania Rodríguez Salazar (coord.).
Editorial CUCSH-UdeG, 2016.
Revista Xihmai XVI (32), 79-98, julio–diciembre 2021

expuesto en la obra antes mencionada y los productos culturales que se consumen en la vida cotidiana.

El libro, como lo menciona en su título, consta de seis capítulos, donde los autores harán análisis de productos mediáticos distintos: dos telenovelas que van a contar historias distintas a las que el espectador está acostumbrado a ver, es decir, no serán las historias de amor romántico, sino que los temas que abordan estos programas son encaminados al placer femenino y al poder que ostentan las mujeres en la política; así como música, por una parte, canciones populares, y por otra, música independiente; además del análisis de un libro que mezcla estereotipos de amor romántico y prácticas sadomasoquistas; y por último se presenta el análisis de una campaña publicitaria emitida por una dependencia gubernamental.

En el primer capítulo, Tania Rodríguez Salazar y Zeyda Rodríguez Morales muestran un análisis sobre la telenovela *Las Aparicio* (2010) donde la trama que se muestra no es la tradicional, no muestra una historia de amor donde los protagonistas son de distintas clases sociales, se enamoran y con su amor logran vencer muchos obstáculos y al final viven felices. Esta producción de Argos Televisión vino a revolucionar los temas abordados en una telenovela, ya que toca un tema que hoy en día sigue siendo tabú en la sociedad: el placer que llegan o no a sentir las mujeres cuando tienen relaciones sexuales. Además del tema del sexo, los protagonistas de este programa son mujeres y en su vida tienen una maldición que no permite que ellas puedan “ser felices” con los hombres y logren concretar una relación amorosa.

Para el segundo capítulo, Sara Elizabeth Pérez M. hace el análisis de otra telenovela, *Infames* (2012), que al igual que *Las Aparicio*, es una historia distinta e igualmente producida por Argos Televisión. La trama versa sobre el poder que ostentan las mujeres en la política, ámbito del que por mucho tiempo habían sido relegadas. El contexto en el que se desarrolla la historia es el político mexicano del 2012. Las protagonistas de *Infames* trabajan con el narcotráfico y también hay corrupción en ese ámbito, por lo tanto, son ellas quienes hacen los negocios sucios y los hombres que fungen como candidatos son quienes dan la cara ante los medios de comunicación porque ellos son los que gobernarán el país ante los ojos de la población.

Beatriz Méndez De Dios
*Representaciones mediáticas del amor, el sexo y el poder femenino:
Seis estudios de caso.*
Tania Rodríguez Salazar (coord.).
Editorial CUCSH-UdeG, 2016.
Revista Xihmai XVI (32), 79-98, julio–diciembre 2021

Como se puede ver, en los dos primeros capítulos se hace el análisis de dos telenovelas que fueron producidas por Argos Televisión y que muestran dos temáticas diferentes a lo que habitualmente se muestra en televisión abierta y de las cuales el espectador se puede sentir identificado u ofendido porque en raras ocasiones se habla del placer que pueden o no sentir las mujeres cuando tienen relaciones sexuales, por otra parte, también es poco común que las mujeres sean quienes ostenten poder dentro de la política ya que ha sido considerado un espacio exclusivo de los hombres.

Para continuar, se abordarán los capítulos 3 y 4 del libro donde los autores hacen un análisis de música, esa que siempre acompaña las comidas, charlas, relaciones de amor, rompimientos de estas, entre otras situaciones cotidianas.

En el capítulo 3, Paulina Carlos centra su análisis en algunas canciones del ‘Divo de Juárez’, Juan Gabriel con las cuales más de uno se ha identificado porque en algún momento de sus vidas ha sufrido una decepción amorosa, y al respecto, Juan Gabriel, uno de los más grandes compositores que ha dado este país tiene canciones para dedicarle a la persona que ha cometido una traición dentro de la relación amorosa. Al momento de leer el análisis de la autora surge la incógnita, ¿qué es el amor como derecho: perseverancia u ofensa?, es decir, cuando se termina una relación sentimental, ¿es necesario rogar a la otra parte para que regrese o desearle el bien, pero en realidad lo que se le desea es el mal? Después de leer este texto, al lector le surgirán muchas dudas y reflexionará sobre la percepción del amor como derecho y, cuando vuelva a escuchar las canciones analizadas, vendrán a su mente las palabras de Paulina, aunque igual, puede suceder que cuando sufra de nueva cuenta una traición amorosa recurra a las canciones de Juan Gabriel para dedicarle a la persona que le ha engañado.

En el cuarto capítulo escrito por José Gabriel Zarzosa Parra se ve un análisis que muestra la contraparte de lo hecho por Paulina Carlos en el capítulo anterior. Zarzosa, centra su estudio en la música independiente y lo que a él le interesa es identificar las tensiones que se presentan en el sentir amoroso; es decir, explicar cómo es que los artistas independientes escriben y plantean las

Beatriz Méndez De Dios
Representaciones mediáticas del amor, el sexo y el poder femenino:
Seis estudios de caso.
Tania Rodríguez Salazar (coord.).
Editorial CUCSH-UdeG, 2016.
Revista Xihmai XVI (32), 79-98, julio–diciembre 2021

letras de sus composiciones para mostrar al público y si estos nuevos temas tienen alguna diferencia con las canciones ya son conocidas.

Estos dos capítulos que muestran dos caras de la música invitan al lector a reflexionar las letras de las canciones que escucha diariamente y que, al momento de dedicarle a la persona que lo traiciona o lo ama alguna de ellas, se pregunte si eso es lo que siente o le desea a la otra parte.

En la parte final del libro, se llega a dos análisis de productos mediáticos distintos a los cuatro primeros, llega el momento de analizar un libro que fue llevado a la pantalla grande y también, el de una campaña publicitaria que, en su mensaje, en lugar de buscar soluciones a un problema, continúa juzgando las acciones de las personas a las que dirige el mensaje.

Es así como, en el penúltimo capítulo, escrito por Zeyda Rodríguez Morales, se muestra el análisis de un *Best Seller: 50 Sombras de Grey* de E. L. James (2011), novela que fue llevada a la pantalla grande y que, a pesar de haberse hecho una película, la autora de este capítulo basa su análisis solo en el libro y su finalidad es estudiar la historia de amor que surge entre los protagonistas de esta trama, Anastasia Steele y Christian Grey, que tiene tintes de amor romántico y postromántico, es decir, no sólo se encuentran los estereotipos clásicos de una relación amorosa, sino que aparecen otro tipo de situaciones que la convierten en una historia de amor postmoderno, además de tocar el tema de las prácticas sadomasoquistas en el sexo.

Para finalizar, en el último caso de estudio, Paulina Reynaga Berumen busca, a través de un análisis semiótico, explicar cómo es que el Consejo Nacional de Población (CONAPO) aborda la problemática del embarazo adolescente a través de dos campañas de publicidad social que, pese a que parecen tener un mensaje positivo y buscan aminorar el “problema”, no ofrece ninguna opción de solución, al contrario, en su mensaje continúan juzgando a las personas, en este caso, a las y los adolescentes que tienen una vida sexual activa.

A partir de lo planteado en los seis casos de estudio, el lector puede identificar cuáles son las representaciones mediáticas que se hacen del amor, el sexo y el poder femenino en diferentes productos que van desde las telenovelas, pasan

Beatriz Méndez De Dios
*Representaciones mediáticas del amor, el sexo y el poder femenino:
Seis estudios de caso.*
Tania Rodríguez Salazar (coord.).
Editorial CUCSH-UdeG, 2016.
Revista Xihmai XVI (32), 79-98, julio–diciembre 2021

por la música, la literatura y culminan con las campañas de publicidad social, estos temas llevan a (re)pensar los productos mediáticos que se consumen y a mirar, desde otra óptica, los nuevos productos y a comprender los que han estado desde antes.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Usted es libre para **compartir** —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y **adaptar** el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución — Usted debe dar [crédito de manera adecuada](#), brindar un enlace a la licencia, e [indicar si se han realizado cambios](#). Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.

Beatriz Méndez De Dios
Representaciones mediáticas del amor, el sexo y el poder femenino:
Seis estudios de caso.
Tania Rodríguez Salazar (coord.).
Editorial CUCSH-UdeG, 2016.
Revista Xihmai XVI (32), 79-98, julio–diciembre 2021