



**UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA**
Unidad Xochimilco



“Reproducción y perpetuación de estereotipos en las narrativas melodramáticas de Netflix México”

Trabajo terminal de investigación para obtener el título de licenciado en
Comunicación Social que presenta:

Celia Ximena Aguilera Muñoz: 2182027043

Asesores responsables:

Mtro. Gabriel Pérez Crisanto

Dra. Aracelí Soni Soto

Mtro. Jorge Armando Dávila Ramírez

Área de concentración de
Narrativas Digitales y Redes Sociales.

Ciudad de México, Mayo de 2022

Índice	
Agradecimientos	3
Introducción	4
Planteamiento del problema	5
Justificación	6
Objetivos	8
Fundamentación	9
Desarrollo del estado del arte	9
Marco teórico	18
Hacia una concepción del melodrama como género literario y televisivo	19
La telenovela: época de oro	22
Repensando la ideología, una concepción crítica	25
Reproducción de estereotipos y habitus en las narrativas melodramáticas	26
El análisis de las narrativa	28
Alfabetización mediática: derecho a la información y derecho de las audiencias	29
Estudio de caso	32
Análisis de contenidos	32
Conclusiones parciales del análisis de contenidos	45
Análisis de audiencia: encuesta	46
Resultados del diagnóstico	47
Conclusiones parciales del análisis de audiencia	53
Análisis de entornos virtuales: netnografía	54
Entorno 1: LA CASA DE LAS FLORES	55
Entorno 2: cine morras	56
Entorno 3: Todo va a estar bien Tráiler Oficial Netflix	62
Conclusiones parciales del análisis de entornos virtuales elegidos	65
Propuesta de producto comunicativo	66
Conclusiones	67
Fuentes de consulta	69
Anexos	74
Manual de identidad visual gráfica y digital	74
Árbol del problema	74
Árbol de objetivos	75
Diagrama de Gantt	75

Síntesis del estado del arte (tabla)	76
Instrumentos de diagnóstico (guías y formatos)	82
Transcripción de notas de observación participante implementada para el diagnóstico	85
Resultados estadísticos y gráficas completas de las encuestas realizadas para el diagnóstico	89
Análisis sintetizado de contenidos digitales existentes (tabla)	98

Agradecimientos

Quiero agradecer a mi madre porque sin ella esta tesis no hubiera sido posible... literalmente.

A mi papá y a mi hermano por estar siempre que los necesito.

A mis abuelos porque los amo.

A mis tíos Gus y Gaby y a mi familia Aguilera.

A mi profesor Gabriel Perez Crisanto por su incondicional apoyo en esta tesis.

A mi perrita Runa por acompañarme todas las noches que me quedaba escribiendo.

Introducción

La revolución tecnológica que se ha desarrollado durante los últimos años ha dimensionado la redistribución de películas y series, a través de la televisión abierta pasando al consumo bajo demanda, generando una relación más cercana de los medios con la sociedad, ofreciendo la oferta contenidos audiovisuales en plataformas digitales gracias a la llegada del *streaming*¹.

Conforme crece la industria del streaming en todo el mundo, diversas plataformas buscan ganar el interés de los usuarios y en México, a pesar de la cantidad de ellas, Netflix se sigue consagrando como la plataforma número uno de streaming ofreciendo a sus usuarios una variedad de series y películas, como lo refiere Kantar (2019:1), “En México el 70% de usuarios de plataformas de streaming tienen suscripción a Netflix”.

El *streaming* cada vez toma más relevancia y sus producciones son hechas con la finalidad de conservar a sus audiencias; siendo estas los usuarios que tienen una suscripción a la plataforma y mantenerlos pendientes de producciones para que sigan contratando la plataforma mensualmente.

Es por eso que con la siguiente investigación se busca analizar los contenidos que Netflix está vendiendo a sus consumidores a través de las narrativas de sus producciones originales, en este caso con las series: *La casa de las flores* (2018) y *Todo va a estar bien* (2021) bajo conceptos sustentados en la teoría de la comunicación y metodologías de investigación.

Las series seleccionadas, tuvieron gran alcance entre el público de Netflix, siendo *La casa de las flores* la más reconocida entre el grupo de análisis, que fueron jóvenes pertenecientes a la generación z.

Esta investigación se dividió en tres partes, primero identificando los estereotipos de *La casa de las flores* y *Todo va a estar bien* con la ayuda de los entornos virtuales donde los usuarios participan activamente e interactúan con los contenidos. A este tipo de análisis de entorno virtual se le llama netnografía, igualmente se hizo uso de

¹ Streaming: Es el término que se utiliza para hablar de toda aquella emisión de contenidos audiovisuales realizada a través de Internet (NeoAttack,2020:1).

los conceptos teóricos básicos de la comunicación.

La segunda parte, consta del análisis de los resultados de la encuesta que se realizó para profundizar en las apreciaciones del público que lo consume, esta fué de ayuda para conocer el panorama real de las series actualmente y medir el alcance que tuvieron entre sus audiencias.

La tercera parte es la exposición de los estereotipos percibidos en las series ya mencionadas, evidenciando a los personajes que los representan, así como la construcción del estereotipo a través de la narrativa que lo rodea.

Finalmente se propone la alfabetización mediática como respuesta a la problemática abordada, ya que esta les brinda a los usuarios una forma de comprender y abordar crítica y creativamente lo que consumen, además de que se mostrarán las herramientas para reconocer los estereotipos que difunden estas narrativas repetitivas, por lo cual; con el producto comunicativo se proveerá de estas herramientas para incentivar el pensamiento crítico en las audiencias ayudándoles a desarrollar su cuestionamiento de productos audiovisuales fomentando la exigencia de contenidos más complejos y multiculturalistas que representan a una sociedad actual.

Planteamiento del problema

Netflix se ha posicionado como la plataforma líder en México por varios años, sin embargo conforme empezó a producir sus contenidos originales, lanzó al público series que catalogó como novedosas y alternativas pero que contaban con la misma narrativa que una telenovela, incluso con los mismos elementos pero adaptados a una nueva plataforma.

Netflix retomó esta narrativa melodramática inspirada en telenovelas ya producidas con anterioridad y continuó reproduciendo un formato que perpetúa los estereotipos clasistas, racistas, machistas elitistas y discriminatorios frente a sus

audiencias.

Además se aprovecha de la nostalgia de las audiencias hacia las afamadas telenovelas, repitiendo fórmulas narrativas y arrastrando problemas ideológicos que posteriormente son reproducidos en sociedad.

El seguir reproduciendo esta narrativa genera sesgos en la representación multiculturalista que aparentemente se pretende fomentar en sus nuevos contenidos, sin embargo al no ser así se permite la perpetuación de producciones que excluyen a ciertos grupos sociales y que limita a los jóvenes en su consumo crítico.

Ante esta problemática surgieron las siguientes preguntas de investigación: ¿Cómo se representan los estereotipos dentro de las series? y ¿qué percepciones tiene la generación Z mexicana sobre estos?

Justificación

Esta investigación resulta pertinente y necesaria ya que vivimos en una época en la que la tecnología está arraigada a nuestra vida cotidiana y los medios funcionan como canales para difundir ideas entre las audiencias, que a su vez son posteriormente reproducidas en sociedad.

El grupo de análisis son los jóvenes pertenecientes a la generación z, principales consumidores de las plataformas de *streaming* que según el estudio *el consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos, generación Z*, realizado por Televisa en asociación con IAB México (*Interactive Advertising Bureau*) realizado en 2018 afirma que “los jóvenes de la generación Z tienen acceso a sistemas de entretenimiento de paga por internet, principalmente streaming de video y audio. *Netflix* y *Spotify* encabezan la lista de estas plataformas online”.

Si bien, el streaming es un nuevo portal que facilita el acceso de un universo cinematográfico a un alcance mayor para la sociedad en general. Con esta investigación se pretende visibilizar la perpetuación de narrativas melodramáticas que vienen arraigadas desde la telenovela, adaptándolas a un nuevo formato de streaming el cuál perjudica a los consumidores debido a los mensajes estereotipados que se dan dentro de las series, consideradas erróneamente como “alternativas e inclusivas”, las cuales después se reproducen en su contexto social inmediato provocando la reproducción de estos estereotipos.

Con el análisis de las series de *La casa de las flores* y *Todo va a estar bien* y su continua reproducción de un melodrama usado con frecuencia en las narrativas mexicanas se busca identificar la forma en que se introducen los mensajes estereotipados que excluyen a ciertos grupos sociales.

Esto es importante debido al nivel de alcance de la plataforma Netflix, que se posiciona como la empresa número uno de *streaming* en México con “el mayor número de usuarios fué 25.9 millones hasta 2020 y un alcance promedio de 74.3 millones de usuarios” (Nielsen, 2020) por consiguiente su influencia es bastante, al igual que la serie de análisis “*La casa de las flores*” que tuvo mucho éxito y se posiciono rápidamente en el top 10 de Netflix Original llegando a más de 7.4 millones de espectadores y según el Financiero fue “la serie más vista en el país y la séptima con mayor rating en América Latina” en el 2018” en sus inicios fue vendida al público como una serie novedosa con contenido aparentemente inclusivo, fue muy popular en redes sociales e incluso se crearon páginas en honor a la famosa serie, donde los usuarios la comentaban y fue donde se hizo uso de la Netnografía como herramienta que aporta al campo de la comunicación social y enriquece el trabajo ya que brinda apoyo en las investigaciones de tipo digital donde se acude a los entornos virtuales como grupos de análisis.

La siguiente serie *Todo va a estar bien* producida por el actor Diego Luna no contó con la misma suerte y no hubo impacto mediático a pesar de contar con el uso de lenguaje inclusivo y tocar temas aparentemente novedosos, incluyendo en su narrativa diferentes esquemas del espectro de la comunidad LGBTT+; dio mucho de que hablar en redes sociales y no fue del gusto de las audiencias de Netflix.

Debido a que esta investigación es totalmente parte de un análisis de un ambiente 100% digital, las herramientas cibernéticas serán de gran ayuda para llevarla a cabo y será de gran importancia para sumar a las investigaciones sobre los medios digitales que hoy en día son los más usados por la sociedad.

Objetivos

Identificar las audiencias y la manera en que los estereotipos inciden en ellas, a través de la indagación en nuestro grupo de análisis (jóvenes de la generación z) de acuerdo a la forma en que estos perciben los patrones de melodrama en las series analizadas, así como la forma en que reconocen los estereotipos que las narrativas de Netflix reproduce, por medio de la aplicación de encuestas.

Analizar las series originales de *Netflix México La casa de las flores* y *Todo va a estar bien*, detectando los estereotipos de distintas índoles que éstas reproducen y cómo los representan, con base en distintas teorías de la comunicación.

Proponer la alfabetización mediática como herramienta brindada a las audiencias para que estas analicen los contenidos que consumen, esto con la ayuda de una página de instagram de nombre "Checaflix" en la que se encontrará información que les ayudará a generar una mirada crítica y multiculturalista sobre los contenidos de las plataformas digitales.

Hipótesis

Los contenidos de la plataforma Netflix México mantienen el formato de melodrama en sus narrativas de producción. Proyectando historias con matices alternativos pero

reproduciendo la misma narrativa y los estereotipos que esta conlleva adaptándolas a nuevas historias.

Fundamentación

Desarrollo del estado del arte

En la exploración del fenómeno a estudiar, realizamos una búsqueda de investigaciones relacionadas con los contenidos de Netflix y la percepción de los estereotipos. Se realizó una exploración documental, teniendo como categorías: Telenovela mexicana, estereotipos de género, representaciones, melodrama, Netflix, *La casa de las flores*, elitismo, clasismo y bioseries. Con lo anterior hallamos distintos documentos, artículos e investigaciones relacionados con nuestro tema de investigación. En este apartado no sólo nos damos cuenta de la bibliografía encontrada sobre nuestro tema de estudio, sino que rescatamos las ideas, que a nuestro juicio, profundizan en la problemática planteada.

El artículo “Las telenovelas como generadoras de estereotipos de género: el caso de México” (2017) donde las autoras Martha Pérez García y Sandra Adriana Leal Larrarte señalan cómo en el México posrevolucionario la telenovela nació como proyecto de apoyo hacia la nación, y por primera vez se implementó la difusión de distintos arquetipos² inspirados en patrones eurocentristas y anglosajones para contrarrestar figuras disidentes a través de la televisión, influenciando la desigualdad de género entre hombres y mujeres e influyendo desde las edades más tempranas en la normalización de estereotipos de distintas índoles así como fijando expectativas irreales.

² Arquetipo: Según Oxford languages es el modelo original que sirve como pauta para imitarlo, reproducirlo o copiarlo, o prototipo ideal que sirve como ejemplo de perfección de algo.

He ahí el inicio de la constante perpetuación que los ciudadanos recibimos no sólo de estereotipos, sino también de arquetipos y violencia simbólica por parte de los medios masivos, que continúa hasta el día de hoy.

En este artículo se utilizó una metodología cualitativa de tipo documental. Lo que más rescatamos de este escrito es el cómo actualmente existe una notoria escasez en la existencia de medios y plataformas que resaltan la responsabilidad de las televisoras y productoras por crear contenidos libres de estereotipos y arquetipos que perpetúen conductas dañinas en la socialización de los individuos. Con nuestro trabajo recepcional y el producto comunicativo pretendemos incidir y promover el pensamiento crítico en los consumidores de contenidos de plataformas de streaming como lo es *Netflix* México, presentando información que sirva al público para cuestionar los contenidos que consume.

En el artículo “Estereotipos sociales y medios de comunicación: Un círculo vicioso” (2009), escrito por Cora Edith Gamarnik retoma la investigación “Estereotipos y clichés” (2010) realizada por las autoras Ruth Amossy y Anne Pierrot Herschberg, resaltando cómo los estereotipos tienen un impacto considerable sobre la identidad social, funcionando como una forma más de violencia simbólica. Por lo regular este tipo de violencia, suele ser normalizada, ya que quienes la ejercen o la sufren, no son conscientes de esta práctica.

El estereotipo funciona como imágenes en nuestra mente que mediatizan nuestra relación con lo real. Son representaciones cristalizadas, esquemas culturales preexistentes que actúan como filtros. Estas imágenes son indispensables para la vida social. Uno necesita anclar cualquier conocimiento nuevo en algo ya conocido (Amossy, 2001). Para definir el estereotipo, las autoras se basan en las investigaciones teóricas realizadas por Pierre Bourdieu.

Este artículo no abarca los cambios durante los últimos años, de cómo la sociedad se ha visto invadida por distintos estereotipos, que dictan todo lo que uno debería ser y hacer; es así como la personalidad se ve afectada, y de alguna manera hasta cambiada, por este tipo de imposiciones sociales. En las narrativas digitales melodramáticas de *Netflix* los jóvenes de la generación Z identifican estereotipos como, de género, clase social, etnia u orientación sexual.

La televisión ha reproducido esquemas sociales por décadas mediante la telenovela, tal como lo plantea y aún siguen siendo perpetuados en las narrativas digitales melodramáticas. Consideramos que es necesario que las plataformas adapten sus contenidos a los cambios sociales que ha tenido la sociedad, y se atrevan a contar nuevas historias que abarquen papeles femeninos más complejos fuera de los estereotipos.

La investigación “Melodrama mexicano en la era de Netflix: Algoritmos para la proximidad cultural. Comunicación y Sociedad” (2020) escrito por Elia Margarita Cornelio Marí se basa en el análisis del discurso de los programas producidos por *Netflix* tomando de referencia *La casa de las Flores* y *Club de Cuervos* en el que se analiza que *Netflix* se jacta de ser un creador de contenidos con proximidad cultural, que refleja el ser de la sociedad mexicana, sin embargo sigue reproduciendo la misma serie de estereotipos de producción las telenovelas. Estas series originales son clasificadas por la plataforma en género como: comedia, biografía, o con un trasfondo político, y cumplen las características para pertenecer a una narrativa melodramática.

Netflix lidera el mercado de “televisión por internet” como se autodenomina, siendo la plataforma líder en distribución de contenidos audiovisuales y la producción original de los mismos.

Esta investigación recopila información sobresaliente sobre la obtención de datos específicos mediante la acumulación de algoritmos que proyectan una línea clara sobre los intereses de las audiencias.

La proximidad cultural es una atracción aparentemente común que las audiencias sienten hacia productos culturales, tales como la televisión o la música, que son cercanos en contenido cultural y estilo con la(s) propia(s) cultura(s) de las audiencias. La mayoría de las audiencias parecen preferir programas de televisión que sean lo más cercanos posible en idioma, apariencia étnica, vestido, estilo, humor, referencias históricas y conocimiento temático compartido. (Straubhaar, 2007: 26)

Los algoritmos marcan los patrones de preferencias de los usuarios, esto sucede mientras el *big data* recopila la información de los usuarios (las series o películas que busca, las películas que si termina de ver y las que deja a la mitad). Todo esto en referencia a sus gustos, guardando así miles de datos de información de perfiles similares a los nuestros y con esto es más fácil para la plataforma producir

productos que serán del agrado de los espectadores y que posteriormente, la misma plataforma te va a recomendar producciones que pueden agradarte incentivando el mayor consumo del espectador. El contexto cultural sirve como información que también almacena la plataforma, para crear contenidos más arraigados a las audiencias.

Esta investigación sobre la proximidad cultural es bastante completa, ya que abarca ámbitos sobre el tema que son pertinentes para nuestro proyecto, con los elementos que aborda se puede hacer un análisis más crítico y específico de la serie que analizaremos *La Casa de las flores*.

En el artículo de Forbes “Netflix encontró una fábrica de historias en México” (2021), se usa la entrevista al *CEO (Chief Executive Officer)* de la plataforma como metodología, explica como *Netflix* se convirtió en la primer plataforma de video bajo demanda que llegó al país en el año 2011, compitiendo con grandes empresas como lo son Televisa y TV Azteca, quienes después de analizar que la plataforma se convertía en uno de sus principales rivales decidieron retirar los convenios que tenían con la empresa norteamericana, dejando a *Netflix* sin los contenidos melodramáticos que los mexicanos estaban acostumbrados a ver, y orillándolos a crear unos propios.

A pesar de que Netflix contaba con más contenido, las telenovelas *Teresa y Rebelde* estaban dentro del top 10 de los programas más vistos. Lo cual lanzó al algoritmo el claro gusto de los consumidores por este tipo de contenidos que siempre se mantenían en el top 10 de preferencias en el territorio mexicano. Esto claramente formaba patrones que avisaban a los creadores de *Netflix* que los mexicanos preferían el melodrama, una representación de que la proximidad cultural fue la base para la integración de contenidos melodramáticos a las producciones originales de *Netflix*, siendo evidente que el público las prefería.

En 2015, Netflix lanza la serie *Club de Cuervos*, que fuera la primera producción original hecha en América Latina y con personajes mexicanos en su mayoría. La serie fue un éxito y remarcó la notable preferencia de los mexicanos por consumir contenidos próximos a su cultura, a su idioma y con personajes representativos de la sociedad mexicana aunque con una temática aspiracional, que es del agrado de los mexicanos.

El artículo “La casa de las flores busca reinventar el melodrama mexicano” (2018) escrito por Álvaro Onieva nos habla sobre la serie *La casa de las flores* que representa la relación amor - odio que maneja *Netflix* con los melodramas, ya que al darle la espalda las productoras de Televisa y TV Azteca asumieron que podrían generar contenidos de otra índole, sin embargo el público mexicano ha recibido de la mejor manera las series con un toque de novela. Incluso la integración del personaje de Verónica Castro, en *La Casa de las flores* fue un acierto por parte del director Manolo Caro, quien recuperó la nostalgia de esta actriz representativa de las telenovelas de televisión abierta, sabiendo que al integrarla prácticamente estaría asegurando que el público de adultos sería la audiencia de su serie y ganando público al presentarle este tipo de formato a los jóvenes de la generación Z, quienes rápidamente se interesaron en la forma en que Manolo Caro abordó temas que antes eran considerados tabú, por ejemplo: la diversidad sexual, el consumo de marihuana y principalmente la modificación a la familia tradicional representada por padre y madre, dándole un giro inesperado agregando una familia diferente con la aparición de un personaje transexual.

Es una familia con personajes que van desde una niña de 9 años a una mujer de más de 60. Con ese mundo generacional, tratamos de darnos cuenta de cómo hemos evolucionado como sociedad, cómo han cambiado los temas y cómo hemos aceptado unas cosas y hemos sido retrógrados en otras. Para mí es importante la diversidad y darle voz a todas las generaciones. (Caro, 2018)

Manolo Caro y esta producción original de *Netflix* sin duda alguna fue un fórmula arriesgada que retomó una narrativa tradicional adaptándola a una nueva sociedad en la que se presentan temas multiculturales, abordados claramente sobre una narrativa melodramática disfrazada de comedia.

En su artículo “Estrategias transmedia para el melodrama en México” (2021) Jerónimo Repoll recupera de Neira (2020) que este nuevo modelo de negocios “hiperpersonalizado” se rige por un público marcado por un “consumismo compulsivo” caracterizado por interpelar y construir.

En uno de los apuntes más interesantes del autor se rescata cómo *Netflix* (una empresa de difusión de contenidos) se convirtió en productora, esto citando la teoría de Cornelio Marí (2020), quien explica que mediante la utilización de algoritmos la

empresa logró configurar la fórmula que le brindaría esa comprensión cultural, misma que explotaría mediante “la centralidad del melodrama para las audiencias mexicanas” (Repoll, 2021: 6). El autor también explica que después de la pérdida del contenido de Televisa para la plataforma de *Netflix*, la compañía vio una oportunidad generando “una fórmula donde inyecta melodrama en otros géneros para diferenciarse de las telenovelas que siguen produciendo las televisoras locales (Cornelio-Marí, 2020: 18, en Repoll, 2021: 6). Es decir, que *La casa de las flores*, y *Todo va a estar bien* forman parte de esta fórmula que cubre a los contenidos como series de comedia de TV, pero que al final es sólo una forma más de clasificar un melodrama de telenovela. Uno de los aportes destacables del artículo mencionado, reside en la utilización de la netnografía, utilizando al espacio virtual como campo de recuperación de opiniones y comentarios de la audiencia y reconociendo el grado de expectación por parte de esta.

Referente a estos vestigios y transformación del formato telenovelesco hacia los productos VoD, la investigadora Fabiola Alcalá recupera en su trabajo “La visualidad de los personajes femeninos en series de ficción mexicanas producidas por Netflix” (2020), que, contrario a lo que se piensa, la forma de representar a las mujeres no es tan diferente que la que se ha hecho en la televisión. Así pues, se reconfiguran nuevos estereotipos femeninos, Alcalá identifica cuatro en las series *Yo soy yo*, *Club de Cuervos*, *Ingovernable* y *Sor Juana*, en las cuales la mujer tiene un papel protagónico. Es interesante que en cada serie se trató a la mujer con un estereotipo muy específico que se redacta a continuación:

El papel de “la mamá” quiénes hacen todo por sus hijos. Un papel bastante sufrido para la mujer que da la vida por sus hijos y está acostumbrada a hacer todo por ellos.

Las “trofeos”, este papel sexualizado de la mujer, quién aparentemente es tonta y está completamente sumisa al papel del hombre

La “homosexual”, este papel sin duda es una adaptación que poco se hubiera visto en una telenovela, sin embargo Netflix ha integrado a la comunidad LGTBTTIQ de una forma que nuevamente estereotipa a esta población. El papel de una mujer homosexual siempre es tratado como un problema en las series.

Cuando la homosexualidad es parte de la identidad y no del problema que se esté narrando es cuando vamos a tener personajes más cercanos a la realidad y tratamientos más justos con la cuestión de género y el tema de la homosexualidad (Alcalá 2019:114).

Es muy común ver a personajes, tales como “la inteligente” y más siendo representado por una mujer, sin embargo su aporte no es mucho y está encasillado en ser inadaptado o extraño

Explica la falta de matices en la caracterización del papel de la mujer, que quedó estereotipado desde su interpretación en las estructuras narrativas melodramáticas de la novela tradicional mexicana que representan el papel de la mujer con una dualidad extremista buena o mala, sumisa o rebelde. La reproducción de estereotipos es una constante en las nuevas programaciones de Netflix. De acuerdo a las investigaciones de la doctora Fabiola Alcalá, quién pertenece al Departamento de Estudios de Comunicación Social del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH) las cuatro series que usó de referencia para su investigación, en las cuales las mujeres son protagonistas arrojaron resultados bastante contradictorios con el mensaje que promueve Netflix de ser una empresa con historias novedosas y actuales, sin embargo la plataforma sigue perpetuando una narrativa vieja que es comúnmente aplicada a producciones de televisión abierta.

A pesar de las producciones y de que sí es verdad que estamos más cerca de lo cinematográfico en las series, con diferente producción y montaje más trabajado, ¿qué pasa con los contenidos, cómo son tratados los temas tabúes y qué temas nos importan?. Netflix se vende como un creador de contenidos diferentes y nuevos, pero no son tan diferentes a lo que nos ofrecía la televisión tradicional. Tal vez se permitan ciertas cosas que puedes ver a simple vista, como mostrar más escenas de contenido sexual o un lenguaje más coloquial, pero el tratamiento que dan a las mujeres no es tan distinto a las telenovelas. (Alcalá, 2020:111).

Todos los personajes femeninos representados en estas series están anclados al papel de un hombre y sometidos a las decisiones de terceros que en su mayoría con hijos o personajes masculinos. Así pues. los papeles femeninos no distan mucho de lo que ya se ha escrito y producido:

Las mujeres en la representación audiovisual del cine se han colocado en dos campos: las buenas o las malas, y eso se sigue distinguiendo. Las mujeres están al servicio de la mirada masculina, por lo tanto son representaciones de objetos del deseo, tienden a estar entre las madres abnegadas, las virginales y cándidas, o las malas que hacen daño y que narrativamente son castigadas. (Alcalá 2020:110)

Así pues, reconocemos una forma de configurar nuevos estereotipos femeninos en las series VoD, que finalmente no crean representaciones femeninas complejas, ni se les permite a estas personas desarrollarse independientemente de los personajes masculinos, y que únicamente viven las consecuencias de las decisiones de estos.

Por otro lado, una de las tesis más desarrolladas en el análisis de la serie *La casa de las flores* es la planteada por Carolina Hernández Garza en la tesis “Mensajes alternativos y sus lecturas mediáticas en tiempos de Netflix: un análisis a partir de la casa de las flores” (2020). Dicho trabajo recupera que la serie contiene un 56% de contenidos alternativos, es decir que tratan temas fuera de la hegemonía. A pesar de esto, la autora resalta que en la serie prevalecen protagonismos eurocéntricos, destacando la vida de clase alta de sus personajes principales.

Agrega que aunado a esto la serie es una “producción mediática fundamentalmente alternativa, representando un parteaguas, tanto para las producciones mexicanas, como para el estudio de audiencias y las lecturas que éstas pueden adoptar frente a contenido alejado de los cánones dominantes comúnmente encontrados en los medios.” (Hernández, 2020: 112). Esta autora también rescata la importancia social de las telenovelas, pues considera que marcó “el imaginario colectivo, difundiendo predominantemente discursos ideológicos de los grupos de poder con el fin de mantener el control social” (Hernández, 2020: 198). Con lo que concluye que la serie es disruptiva respecto a los mensajes hegemónicos que venían difundiendo en los contenidos melodramáticos, teniendo como ejes temáticos la diversidad sexual y la identidad de género.

La investigación también planteó una diferencia en la recepción de estos contenidos respecto a su pertenencia generacional, esto utilizando entrevistas con representantes del grupo, encontrando que:

“Las diferencias suscitadas en las lecturas de cada grupo estudiado, permitieron observar un conservadurismo generalizado aún permeado en las generaciones mayores del estudio, y una notoria apertura social mostrada por la generación millennial ante las temáticas abordadas por la serie, y que se infiere, forman parte ya de su realidad socio-cultural.” (Hernández, 2020:205).

Finalmente, esta tesis sienta las bases de lo que planeamos investigar en el presente trabajo, pero aplicado para la generación Z, ya que esta investigación no cubrió hasta esta generación. De esta tesis consideramos que es necesario reconfigurar, cuestionar y criticar el significado de “mensajes alternativos” pues aunque la serie efectivamente retome temáticas “tabú” no lo hace desde una visión integradora, si no desde una visión todavía privilegiada y eurocentrista.

El artículo “Class, pay TV access and Netflix in Latin America. Transformation within a digital divide” (2019), escrito por los Joseph D. Straubhaar, Deborah Castro, Luiz Guilherme Castro Duarte, Jeremiah Spence, retoman el concepto de proximidad cultural. Sus estudios revelaron que los mayores consumidores de *Netflix* son personas de clase media o alta, con el capital cultural para disfrutar las producciones de esta plataforma. Así mismo los resultados de su investigación sugieren que hay una marcada división de consumidores basados en edad, generación y clase social, lo cual de alguna forma limita el alcance de la plataforma.

Parte de su investigación señala la gran interrogante del consumo de plataformas como *Netflix* en una sociedad como es Latinoamérica y cómo afecta a esta el rezago cultural y tecnológico a los contenidos que se crean, mencionando que muchas de las etapas digitales que surgen en Estados Unidos llegan años más tarde a América Latina generando incluso un rezago de contenidos.

We will argue that the television eras and services, including the new Netflix era, are much more divided and restricted by social class and access to infrastructure in Latin America than in the United States or the global north. (Straubhaar et al, 2019: 4).

Este desfase indica también un cambio en la preferencia en los programas que se consumen en América Latina.

One key framework is the historical development of a generalised preference for local or national television, often referred to in the context of two related theories, cultural discount (Hoskins et al., 1989) and cultural proximity. (Straubhaar, 1991: 1)

La investigación indica que los consumidores emergentes de países de América Latina tienen mucha preferencia por contenidos donde sea evidente la proximidad cultural, es decir prefieren los contenidos nacionales, con actores nacionales y con narrativas que reflejan a la sociedad, que se usen palabras que la gente usa y con actores que la gente reconoce, tal sería la explicación al rotundo éxito que tuvo la serie de *La casa de las flores*, que sería un claro ejemplo del uso de la proximidad culturales en las producciones de una compañía norteamericana.

La lectura menciona que de acuerdo a su investigación, los países con sistema económicos poco desarrollados aún prefieren consumir contenidos de televisión local, siendo este un referente para *Netflix* en crear contenidos similares a los de TV abierta como lo es la telenovela, demostrando así que no solo los algoritmos influyen en la creación de contenidos, si no que también el contexto cultural y económico en el que se desarrollan.

Conversely, cultural proximity, similarity and relevance led audiences to tend to prefer national television programmes (e.g. telenovelas in Mexico and Brazil) over foreign productions. (Straubhaar, 1991: 238).

De la información obtenida en los textos consultados se utilizarán los aspectos relacionados con la metodología utilizada, especialmente en el análisis de audiencias realizado por Hernández. Adicionalmente identificamos que existen vacíos en la literatura relacionados con percibir la generación Z como una comunidad de interés para su estudio y la recepción de los estereotipos. Así pues, esta investigación puede aportar en ese aspecto, consiguiendo plantear un panorama sobre la forma en la que los jóvenes perciben las producciones de *Netflix*. Se buscará aportar al estudio de la recepción de los contenidos de la plataforma de *Netflix* en la generación Z mexicana.

Marco teórico

El marco teórico tiene por objetivo profundizar en las posturas conceptuales y teóricas que servirán para respaldar el análisis de contenido en las narrativas melodramáticas en las series de *Netflix*. Se analizará el concepto de melodrama y el uso de este género dramático en *Netflix*; también se revisarán las nociones sobre el melodrama y su configuración como telenovela mexicana, al igual que el poder de las imágenes en la creación de estereotipos y la forma en que estos influyen en la construcción de la

ideología. Esto servirá para estudiar la estructura de las series, que invaden la realidad y que de acuerdo con Martín Barbero (1987) son un objeto de formación de comportamientos para el espectador.

Hacia una concepción del melodrama como género literario y televisivo

Los géneros literarios son modelos en los que se encuentran los textos literarios de acuerdo con su tema, contenido o formas de expresión. El melodrama forma parte del género dramático, en este, existe una serie de personajes en conflicto que por medio de sus propias palabras, gestos y acciones hacen avanzar dicho conflicto.

De acuerdo con Pavis, el género dramático es una representación literaria de la vida mediante la acción” (1998:142). El autor cede su voz a los personajes, quienes desarrollan el conflicto ante los espectadores; la escenografía ayuda a que los elementos puestos en escena refuerzan el significado del mensaje que se quiere enviar.

El melodrama es uno de los subgéneros del género dramático caracterizado porque en él interviene una pieza dramática profunda en la que se expone toda la interpretación y expresión emocional de un personaje. Este género está dirigido a provocar y generar emociones en el público a través de estos recursos. Tiene su origen hacia el siglo XVII en Italia, se identifica como una representación dramática que, entre sus características contaba con la utilización de un drama cantado donde las palabras y la música se presentan intercaladamente. Parvis lo define al final de la revolución francesa como una obra donde la música interviene en los momentos más dramáticos para expresar la emoción de un personaje. (1983: 304)

En un inicio este concepto no abarcaba técnicas de interpretación hasta que llegó la pantalla cinematográfica y más tarde la televisión, que fue cuando se comenzó a estudiar en la construcción de las relaciones sociales.

El filósofo Martín Barbero (2017) ofrece una definición de melodrama acorde al contexto cultural de Latinoamérica, las prácticas comunicacionales y su relación con la identidad social. Él lo conceptúa como dentro de la “industrialización de la cultura” y que se utiliza como herramienta social que ejerce un control sobre cierta parte de la población que la consume. Para Martín Barbero (1992), el melodrama se dio como un

espectáculo total para un pueblo que puede mirarse de cuerpo entero. En este género se exponen las relaciones sociales que complejizan las nuevas relaciones que se incorporan en el entorno social.

El melodrama en Latinoamérica, de acuerdo con Barbero, (1992) "más que un género dramático es una matriz cultural que nutre el reconocimiento popular en la cultura de masas" (1992:32). Es por ello que sigue constituyéndose como un campo para estudiar la contemporaneidad y los estereotipos que nos rodean, ya que "en el melodrama todo está revuelto: las estructuras sociales y las del sentimiento, mucho de lo que somos, machistas, fatalistas, supersticiosos y de lo que soñamos ser, la nostalgia y la rabia."(Martín Barbero, 1987:312)

El melodrama ha encontrado su desarrollo en los países de América Latina. Este género moviliza "un conjunto de experiencias hechas de las escenas de la vida misma y cotidiana, bajo la que se desenvuelve la sociedad" (Martín Barbero, 1987:314), resaltando específicamente el caso de los latinoamericanos, quienes aprendieron a reconocer una identidad a partir de las narrativas estéticas que se utilizan en los diferentes medios.

Este género ingresa narrativamente a nuestras sociedades en los nuevos contextos sociales, revelando una modernidad a través de historias de amor, engaños, pasiones, traiciones y excesos que a su vez influyen en el comportamiento y pensamiento de la sociedad, generando estereotipos que afectan las relaciones sociales, por lo cual, el concepto de melodrama es parte esencial de esta investigación.

En las narrativas melodramáticas se nos presentan personajes que siempre tienen las mismas características y roles, en un contexto diferente. Barbero (2017) refuerza las bases repetitivas del melodrama y la creación de estereotipos encasillados en ciertos roles que deben cumplir de acuerdo con su estatus social, género o color de piel, logrando que el espectador se identifique con algún personaje. Una característica del melodrama es que integra la exageración (hipérbole) como parte esencial de sus recursos, acompañadas de música o gestos muy exagerados.

El melodrama televisivo es uno de los productos culturales con mayor incidencia en América Latina, tiene su origen desde la representación teatral de los

siglos XVIII y XIX. Como género se caracteriza por una trama compuesta por romanticismo acompañado musicalmente que tiene como peculiaridad hacer uso de lo sentimental para conmover a los espectadores a través de historias de amor y desencuentros. Las narrativas melodramáticas se caracterizan por su simplicidad y sus personajes estereotipados.

Para explicar el sustento social y cultural en la reproducción de los estereotipos en el presente trabajo es necesario recurrir al pensamiento del dramaturgo, investigador y productor Miguel Sabido. El cual generó algunos de los pilares de la telenovela mexicana, por su labor como director y teórico de la comunicación.

Primeramente, se debe comprender la “metodología Sabido” que está sustentada en distintos modelos de la comunicación, siendo el modelo de Shannon y Weaver el primordial al además de explicar el “proceso circular de la comunicación”. Marulanda Juana (2006) afirma que “las relaciones sólo pueden existir a partir de la comunicación constante a través de canales y discursos reutilizables que deben estar a disposición para poder ser usados”. No obstante, Sabido afirma que basado en lo anterior, es vital que exista un “desarrollo de dramatizados seriados en medios de masas” (Marulanda:2006:1) Ya que estos tienen dos funciones:

- a) Ser predecibles y por lo tanto entendibles para las masas
- b) Mantener a la audiencia entretenida a través de historias que han sido reproducidas constantemente, ya que estas con el tiempo entran en el imaginario colectivo.

Hay que tener claro la manera en la que Sabido define lo siguiente:

- a) El comunicador “como fabricante de un producto”.
- b) El medio “como el discurso” (En nuestro caso la telenovela mexicana adaptada a Netflix México)
- c) El receptor “como el consumidor”

Claramente esta visión es funcionalista, por ende, su principal causa es la reproducción y retroalimentación sistémica y con esto nos podemos dar cuenta de la planeación de este tipo de mensajes que refuerzan la ideología. Cuando hay

reproducción masiva en medios de comunicación (en nuestro caso Netflix) “el espacio privado va siendo colonizado por el público” (Alain Mons, 1994: 137) porque la conversación en lo público es constante.

Sabido considera que la clave para que esto ocurra en México es “emplear el melodrama para desarrollar caracteres y argumentos, con comportamientos sociales propuestos que conforman cierta identidad de un grupo o persona” (Marulanda, 2006:1). Esto da pie a que las audiencias acepten los programas emitidos y que lo inserten en su *habitus*.

La sociedad se nutre de los discursos, de la constante discusión de lo que existe en el imaginario colectivo.

Las telenovelas entonces “reintroducen la experiencia inmediata y vívida de los agentes con el fin de explicar las categorías de percepción y apreciación (disposiciones) que estructuran su acción desde el interior “ (Bourdieu y Wacquant, 2008: 35). Con lo cual, los estereotipos mostrados en la pantalla se contemplan, aceptan y reproducen a nivel ideológico en la sociedad.

Lo anterior podría funcionar como una explicación a por qué aún las audiencias más jóvenes siguen consumiendo los melodramas, ya que se fijan como un producto entendible, predecible y con una historia familiar y conocida.

Cabe aclarar que, a lo largo de la presente investigación, en ningún momento se intenta expresar una opinión negativa del melodrama, se entiende que este es parte de la larga historia de los géneros discursivos y que funciona como una herramienta para contar diversos tipos de historias. Es una fórmula que se ha ido adaptando a través de los años, perfeccionándose y asimilando los gustos de los y las espectadoras, por ende, es lógico que sea utilizado por las productoras para llegar a diversos tipos de públicos de manera eficaz, efectiva y con un éxito casi asegurado.

La telenovela: época de oro

La telenovela, como reflejo social, presenta cambios continuos, ya que el mundo del año de 1958 no es el mismo que el de 2022. Actualmente la telenovela se ha transformado tanto en su contenido como en sus formas narrativas, así como también

la manera en que el público la consume. La telenovela reside en una “matriz cultural” (Barbero, 1992: 32) que se ha mantenido durante siete décadas siendo el género que ha incidido emocional y cognitivamente en las audiencias.

Como narrativa cultural, la telenovela hace posible una especie de entendimiento mutuo dentro de las comunidades imaginarias. Como sugiere González “la telenovela mexicana es un producto hecho para significar, pero dicha significación anuda y anida en el imaginario con la memoria colectiva” (1998: 38). Es decir, durante todo este tiempo la novela ha contribuido a entender los procesos de socialización entre la sociedad mexicana.

La sociedad revela una relación de amor y odio sobre dicho género que ha servido como escenarios de integración y síntesis de estos elementos discursivos que todavía son vigentes. Guillermo Orozco (2006) pone de ejemplo el título de una novela del año 2005, *La esposa virgen*, ejemplificando el concepto de la virginidad como un valor cultural y como gancho para el *rating*, sin importar el año en el cual esta telenovela era reproducida. Los estereotipos ni son nuevos ni viejos en los melodramas de la televisión mexicana, siguen su reproducción y reconocimiento socializable hasta que no exista una mirada crítica por parte de las audiencias para descifrar el mensaje.

Una de las peculiaridades y relevancia de la telenovela es como se ha adaptado a los procesos de transformación comunicacional, pasando de la novela impresa a la radionovela y por último a la telenovela.

Con la llegada de las plataformas digitales, parecía ser el fin de la telenovela, sin embargo, está logrando volver a captar las audiencias que posiblemente habían dejado de consumir televisión por señal abierta por los servicios de las plataformas de *streaming*. Y es que la telenovela ha sabido desplegar una estrategia de marketing a través de la muestra de imágenes atractivas, como las de actores y actrices, semidesnudos masculinos y femeninos, la vestimenta, el lenguaje y los gestos, haciendo uso de la proximidad cultural. Y detrás de toda estrategia de marketing nos remite a la conformación de esencias de clase, de género, etnia, de orientaciones sexuales y de valores universales que aún perduran en el presente.

La telenovela en México se ha constituido como uno de los espacios de expresión, reconocimiento y recreación cultural por excelencia (Orozco, 2006), así como uno de los productos mediáticos masivos más distintivos y reconocidos de la industria televisiva. El melodrama como género literario y la telenovela como un formato industrial asocian la clave más significativa de la identidad de los sujetos sociales en las audiencias contemporáneas.

Durante la década de 1970 y principios de los años ochenta la producción de telenovelas tuvo un gran impacto en la sociedad mexicana. Miguel Sabido aplicó en varias de estas producciones de Televisa su metodología de “entretenimiento educativo” siendo un gran aporte para el tejido social permitiendo que más de medio millón de adultos continuaran su educación primaria gracias a sus telenovelas centradas en la planificación familiar que además redujeron el índice demográfico. Las telenovelas de Sabido también tocaban temas de valor familiar y la paternidad responsable.

En apoyo con la Secretaría de Educación Pública y otras instituciones afines como el Instituto de Salud, Sabido coprodujo las telenovelas *Ven conmigo* (1976), *Acompáñame* (1977), *Caminemos* (1980). Uno de sus trabajos destacados donde tomó la arriesgada decisión de hacer una crítica a la cultura machista que florecía en la época de los ochenta, integrando a la novela del mismo corte de entretenimiento educativo fue *Nosotras las mujeres* (1981).

La época de oro de las telenovelas fue durante el siglo XX, ejemplo de ello es la telenovela *María Isabel* en 1966, la cual alcanzó un rating nacional en México de 53.6, algo que no se ha visto en las telenovelas nuevas, que apenas alcanzan los 25 puntos (IBOPE-AGB, 2006). Seguir hablando de telenovela y la reproducción de estereotipos en este género obedece a que la narrativa melodramática ha sabido trasladar sus técnicas, sus lógicas de producción, géneros y sus estrategias a los nuevos medios digitales.

Hoy en día podemos ver un formato de consumo de la telenovela muy diferente, adaptado al *streaming*, incluso, podemos hablar de la sustitución del concepto de novela por el de series. Sin embargo, la narrativa melodramática es la misma que se ha presentado en las tramas a través de las series de Netflix.

Siendo México uno de los pilares de la industria cultural de Latinoamérica y obedeciendo el interés económico e ideológico del modelo funcionalista norteamericano, las series de Netflix México presentan una hibridación del intento progresista estadounidense con elementos típicos de la telenovela mexicana. Porque el mexicano ha creado una expresión melodramática propia que ha influenciado gran parte del cine latinoamericano e incluso el cine norteamericano (Loera, 2013:23).

Repensando la ideología, una concepción crítica

El concepto de ideología tiene diferentes perspectivas, que al momento de comprenderlo y delimitarlo presenta grandes dificultades cuando se utiliza como una herramienta de análisis. Este término fue utilizado por Destutt de Tracy con el fin de describir su proyecto en el que buscaba relacionar el análisis sistemático de las ideas y las sensaciones, con su gestación, combinación y consecuencias (Thompson, 1990).

Para efectos de esta investigación, utilizaremos el concepto de ideología desarrollado por John B. Thompson (1990) en su obra *Ideología y cultura moderna, teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. Dicho autor sitúa a los medios de comunicación como “agentes principales en la conformación ideológica de la cultura contemporánea” (1990: 143). Este desarrollo conceptual nos permite afirmar cómo los medios de comunicación sirven al orden social, y son un mecanismo para la difusión de valores y creencias colectivas.

Thompson elabora una descripción de la relación entre ideología y comunicación de masas, y su transmisión a través de los medios de comunicación. Las formas simbólicas, definidas como “las relaciones de dominación tienen enormes consecuencias en la propagación y difusión de los fenómenos ideológicos” (1990: 386).

La definición de ideología de Thompson consiste en “un conjunto de creencias que mantiene unido e inspira a un grupo o clase específico en el logro de intereses políticos”, nos apoyamos a la vez en esta investigación que retoma el concepto de Karl Mannheim (1993: 78) utilizado en su trabajo *Ideología y utopía*, quien la define como un “sistema de pensamiento o ideas que se sitúan socialmente y se comparten colectivamente”.

Las formas simbólicas participan en la construcción de las ideologías, su reproducción y circulación en las sociedades modernas no sería posible sin la industria mediática y su desarrollo, lo que Thompson (1990) denomina “la mediatización de la cultura moderna” (1990: 14), esto ha propiciado nuevas formas de relación social, que a su vez construyen relaciones de dominación que ayudan a establecer y mantener circunstancias específicas. En este sentido la plataforma de *Netflix* se configura como una nueva industria mediática, encargada de fijar y reforzar las estructuras ideológicas en sus consumidores a través de sus productos mediáticos. Ejemplo de ello, es cómo en las series manejan nuevos esquemas en las relaciones sociales que aún son tema de aceptación para algunos.

De acuerdo con esto, para Thompson las instituciones sociales confieren poder a grupos particulares de modo “sistemáticamente asimétricos” (1990: 103). Dentro de estas asimetrías, se encuentra la división de clases, género, orientación sexual y etnia, las cuales se siguen reproduciendo dentro de las narrativas digitales, a través de discursos hegemónicos inamovibles que menosprecian, violentan o invisibilizan a los grupos subalternos.

Reproducción de estereotipos y *habitus* en las narrativas melodramáticas

Un estereotipo se define como “la dimensión cognitiva de una representación grupal” (Páez, 2003: 752), es una idea o imagen atribuida a un grupo. Así mismo lo describe como “una visión generalizada o una preconcepción sobre los atributos o características de los miembros de un grupo en particular o sobre los roles que tales miembros deben cumplir” (2009:11). Estas dos definiciones nos permitirán identificar la manera en que los estereotipos establecen perfiles y patrones de cómo concebir el mundo a partir de una dimensión cognitiva establecida previamente por el *habitus*³, y la forma en la que esta visión se difunde a partir de los medios de comunicación.

Debemos comprender que los estereotipos no son productos del imaginario colectivo que se puedan modificar fácilmente porque son parte de “la identidad grupal de quienes los usan ... son una pieza del engranaje social que no se rige por las leyes del razonamiento...” (González, 1999: 102). Estos se aprovechan de la poca

³ El *habitus* es inconsciente y está naturalizado en las prácticas de los seres humanos. Son “estructuras estructuradas predisuestas para funcionar como estructuras estructurantes.” (Bourdieu, 1992).

alfabetización mediática por parte de la ciudadanía, ya que no está preparada para entender, comprender y apropiarse crítica y creativamente de los mensajes de los medios, debido a la falta de una lectura ideológica y crítica de sus mensajes.

La telenovela ha sido un medio para la reproducción de estereotipos de distintas clases, se ha encargado de promover ideales y ha reproducido una clara desigualdad (González, 1999). Al ser la televisión (y ahora el streaming) los medios más consumidos por los mexicanos, la narrativa tradicional de los melodramas se sigue perpetuando e influyendo en la construcción irreal de una sociedad donde se normaliza la desigualdad, el racismo y la violencia de género entre otras.

Los productos audiovisuales afectan la vida social y la forma de relacionarse de las audiencias, pues estos “son patrones culturales que condicionan a los individuos a cómo relacionarse consigo mismos y con su entorno; a través de su continua repetición, en los que intervienen los medios de comunicación” (Arranz, 2020:46). Las personas interiorizan y asimilan esos productos audiovisuales que consumen, se identifican con lo que miran en las series que pueden llegar a crear una auténtica identificación personal y colectiva, este imaginario colectivo que mantiene a los estereotipos puede entenderse e incluso cambiarlo gracias al *habitus* y el capital cultural.

El *habitus* es un concepto que nos permite entender los estereotipos e incluso modificarlos. Al igual que los estereotipos, generan y organizan prácticas que pueden estar objetivamente adaptadas para la perpetuación de una clase dominante y sus prácticas.

Un elemento esencial en la determinación del *habitus* es el capital cultural, el cual se produce desde el interior mediante la socialización, y que de acuerdo a Bourdieu (1992) se presenta en tres estados: “incorporado, objetivado e institucionalizado” (1992: 195). La incorporación de las jerarquías sociales por medio de los esquemas del *habitus*, inclinan a los agentes, a percibir el mundo como se nos muestra en las telenovelas y a aceptarlo como natural, más que a rebelarse contra él, pues según Bourdieu:

El sentido de la posición como sentido de lo que uno puede, o no, permitirse implica una aceptación tácita de la propia posición, un sentido de los límites o, lo que viene a

ser lo mismo, un sentido de las distancias que se deben marcar o mantener, respetar o hacer respetar (Bourdieu, 1992: 289).

Como ya se mencionó, el *habitus* es un concepto que puede modificar los estereotipos que se reproducen en las series de Netflix a partir de la acumulación de un capital cultural diferente con el que ha contado el público. Si como espectadores tuviéramos una mirada crítica hacia las series romperíamos con esta naturalización de prácticas, avanzando hacia una alfabetización digital, siendo consumidores críticos y buscando diferenciar más allá lo verdadero de la pantalla, pues esta no siempre muestra la realidad social.

El estereotipo se convierte en prototipo y en un modelo de comportamiento. Los estereotipos también son herramientas que ayudan a conocer el conjunto de prácticas y creencias ideológicas de un grupo.

El uso del estereotipo y de los roles en el mundo audiovisual participan en el control social con un gran potencial de difusión de la ideología dominante entre la sociedad. Los estereotipos creados por los medios muestran la desigualdad y discriminación entre grupos y los medios masivos refuerzan esta propagación. Su fuerza se potencia a través de Internet.

El análisis de las narrativas

Para analizar los conceptos anteriormente expuestos es necesario analizar las narrativas que son el eje central de esta investigación, ya que esta se define según Alzate, Sierra y Mendoza (2007) como “el relato los sucesos, hechos reales o ficticios, dicho texto abarca una serie de sucesos como inicio, desarrollo y fin, toda esta estructura sucede en un espacio y tiempo determinado”

Las narrativas, siendo todo aquello que nos cuenta una historia son la línea base de los contenidos creados en diferentes plataformas, y la forma en que estas narrativas son utilizadas como aparatos simbólicos que ejercen un control positivo o negativo en quién las consume.

“A través de nuestras narraciones, somos capaces de construir una versión de nosotros mismos, al mismo tiempo que actúan como medio a través del cual la cultura ofrece modelos de identidad y de acción a los individuos” (Bruner, 1997:

Este autor recupera el impacto del mensaje que se da a través de las narraciones ya que como el menciona “Narrar es un acto interpretativo que hace del relato una versión de una vida humana o de una comunidad cultural” (Bruner, 1997:15) retomando que las narraciones que se hacen para contar historias en la televisión son basadas en el imaginario colectivo o bien en sucesos reales sociales que los inspiran y las telenovelas desde sus inicios funcionaron como un ejemplo de la realidad y como formadoras de normas sociales y la identidad social.

Es así que con la modernización de los medios y con la llegada de las plataformas digitales surge lo que Scolari nombra *narrativas transmedia* que define como:

“Un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión”(Scolari, 2013: 33)

Con la llegada de las redes sociales es posible que una narrativa se comparta a través de dos o más medios, gracias a la participación de las audiencias y dándoles mayores canales de entrada a diferentes ambientes sociales, donde se puede retribuir a los usuarios dándoles más contenido de entretenimiento para ellos, creando una cultura de participación de usuarios en los que es fácilmente medible el agrado o disgusto del público ante nuevos contenidos.

Siendo Scolari quién definiría el uso múltiple de plataformas para ampliar el universo narrativo de una sola producción, llegando a más usuarios y apoyándose entre medios para fortalecer sus audiencias, sumando datos que forjen una narrativa alineada al gusto del grupo específico que quieran retener en la plataforma, creando narrativas que anteriormente fueron analizadas para ser su agrado, siendo cada vez más compatibles con los contenidos que producen para estos.

Alfabetización mediática: derecho a la información y derecho de las audiencias

Como se mencionó anteriormente el enfoque de esta investigación es derivado a la generación Z, quienes son los principales consumidores actualmente de las plataformas de *streaming* y en este caso de Netflix.

Al ser los jóvenes la principal audiencia de la plataforma tiene el derecho de exigir contenidos de calidad, sin embargo según este estudio, los consumidores de las series de Netflix tienen particular gusto por las narrativas melodramáticas e incluso se han convertido en uno de los géneros favoritos del público mexicano. Esta narrativa telenovelesca trae consigo muchos estereotipos de antaño, que han prevalecido durante décadas sin modificar al 100% la narrativa a una que sea un reflejo de la sociedad actual.

Es por esto que el papel de la alfabetización mediática que se define como: “Las herramientas para reconocer el papel fundamental de la información y los medios de comunicación en nuestra vida diaria, como parte central de la libertad de expresión y de información; facultan a los ciudadanos a comprender las funciones de los medios de comunicación y de información, a evaluar críticamente los contenidos y a tomar decisiones fundadas como usuarios y productores de información y contenido mediático”. (UNESCO, 2017:1)

Por lo tanto, la alfabetización mediática es muy importante, ya que permite brindarle al consumidor los instrumentos para tener una visión crítica de lo que consume y así ejercer su derecho como audiencia.

Los derechos de las audiencias incluyen el derecho a la información, a ser conscientes de los contenidos que reciben, ya que hoy en día es una necesidad para los humanos por lo que entre más habilidades y competencias se tengan para la comprensión de mensajes inmersos en el internet, será más fácil entender de manera crítica los elementos abordados.

El objetivo de implementar la alfabetización mediática en los consumidores de las plataformas de *streaming* brindando información relevante y habilidades a los capacitados de la alfabetización mediática que pueda ser de utilidad para reflexionar sobre los contenidos y los mensajes que brindan los medios, siendo conscientes de los programas que se consumen, las enseñanzas que dejan y como se reproducen ante la sociedad.

Se ha mencionado el papel tan importante de la televisión en la sociedad, que durante muchas épocas fue partícipe de los momentos en familia, y fue uno de los principales educadores de muchas generaciones que crecieron consumiendo sus producciones. Hoy en día el *streaming* cumple ese papel y sus contenidos están definidos para las masas, donde el consumidor no está totalmente involucrado en los contenidos que las plataformas ofrecen, no es proactivo de acuerdo a la función de ser crítico ante lo que ofrece la plataforma, es por eso que con este producto comunicativo, se busca sumarnos a la información mediática ya que es de suma importancia empoderar a las audiencias y hacerlas conscientes de lo que consumen ya que estos productos tienen un reflejo importante en la sociedad, brindándole al público información sobre crítica consciente de las series de diferentes plataformas de streaming.

La alfabetización mediática es fundamental, debido al crecimiento exponencial de las plataformas digitales y redes sociales que se han vuelto parte de nuestra vida cotidiana y como tal, forman parte de la formación individual y social por lo que, se considera brindar a las audiencias las herramientas necesarias para identificar los estereotipos presentes en las series, hacerlos responsables de los contenidos que consumen y poco a poco concientizarlos del daño que provoca la perpetuación de estos, así mismo otorgarles las bases para exigir contenidos de calidad que no excluyan a ningún sector de la población, aportando a su conocimiento crítico y éticamente funcional para el usuario.

Conforme se integre la alfabetización mediática a la educación de los usuarios se pretende favorecerlos de un pensamiento crítico con el que desafíen, más allá de lo que ven y escuchan, expandiendo su criterio y su nivel de pensamiento y proveer de herramientas para generar consciencia sobre un mundo sobresaturado de información y de contenidos mediáticos de poca calidad.

Estudio de caso

En cuanto a la parte de análisis de propuestas similares, se hizo una búsqueda de contenido en redes sociales relacionadas con ambas series. Al querer conocer la opinión de las audiencias, se recurrió a grupos donde se compartieran opiniones sobre estos productos audiovisuales. Primeramente, se seleccionó el grupo de *Facebook*, “LA CASA DE LAS FLORES”, por ser un grupo con un amplio número de miembros activos y por ser uno de los únicos espacios configurados en esta red social especialmente dedicado a la serie dando a entender el impacto transmediático de esta producción. El segundo entorno seleccionado fue, de igual manera un grupo de *Facebook*, “Cine Morras”, este fue seleccionado por ser un espacio feminista separatista, con un gran número de miembros y principalmente dedicado a comentar y debatir sobre productos audiovisuales.

Finalmente, el entorno de “Todo Va a Estar Bien, trailer Netflix” en *Youtube*, fue seleccionado por ser uno de los únicos espacios donde percibimos comentarios sobre el contenido de la serie ya que tuvo menos impacto y menos alcance en los usuarios de Netflix.

Análisis de contenidos

En una sociedad que cada vez es más compleja y que contiene una variación mayor de bloques o grupos donde cada uno tiene sus propios intereses e ideologías afines a estos los medios juegan un papel importante en la proyección de estos grupos y su aceptación o rechazo en sociedad. No obstante, los medios masivos emiten una especie de reflejo de la inmensa gama de acontecimientos, personalidades, culturas, pensamientos e ideologías.

Se ha explicado que la televisión al ser un medio para las masas refiere sus contenidos como un refuerzo de valores sociales, es por eso que la telenovela juega un papel importante y en este caso, negativo en la sociedad que la consume y reproduce los modelos de comportamiento. A los personajes estereotipados se les asignan cualidades específicas. Es por esto que la telenovela sigue reproduciendo el mismo modelo de personaje encasillado en una serie de características que lo hacen

reconocible para el consumidor, así mismo puede identificarse con él o con la situación que vive en la novela.

Como se dijo las telenovelas han sido consideradas por los líderes de opinión como un subgénero destinado a manipular y apaciguar a las grandes mayorías, crear falsos valores, e incluso mantener a las audiencias conformistas.” (Ibid, 2013: 125)

Sin embargo, como se ha comentado a lo largo de esta investigación, esas representaciones no siempre son fidedignas y dan cabida a estereotipos de caracteres diversos, que, en ocasiones, crean percepciones erróneas en la pantalla y fuera de ella.

Así se propicia la discriminación de los llamados “bloques subalternos” otorgándoles condiciones violentas, marginales e inhumanas en los casos más extremos. Por consiguiente, en los siguientes apartados se explicará con detalle los tipos de estereotipos encontrados en las series *Todo va a estar bien* y *La casa de las flores*. A razón de que el posterior análisis sea entendible y preciso.

La casa de las flores es una producción del año 2018, creada y producida por Manolo Caro, en compañía de Rafael Ley, María José Córdova y Mariana Arredondo, distribuida por *Netflix México*, protagonizada por Verónica Castro, Cecilia Suárez, Aislinn Derbe y Darío Yazbek Bernal. La serie cuenta con tres temporadas, con un total de 35 episodios y una película, estrenada en el año 2021. La primera temporada, que fue la elegida para analizar en este estudio de caso, se desenvuelve en torno a varias generaciones de la familia De la Mora, que ha conseguido un aparente éxito gracias a su próspera florería. Todo parece idílico para los De la Mora hasta que se encuentran con el cadáver de la amante de Ernesto (Arturo Ríos), el padre de familia. (*Netflix*, 2018)

Todo va a estar bien es una producción del año 2021, creada por Diego Luna y producida por La Corriente del Golfo y *Netflix México*, protagonizada por Flavio Medina, Lucía Uribe y Isabella Vázquez Morales, hasta el momento sólo cuenta con una temporada y un total de 8 episodios. La serie relata la historia de un matrimonio y su pequeña hija, que juntos exploran el concepto de la familia y de las relaciones románticas, afectivas y sociales desde distintas perspectivas en la realidad actual.

Para el análisis se describe cada estereotipo y enseguida se observará cómo se manifiesta en las series a través del personaje o personajes que lo identifiquen. Se mencionan algunos episodios en los cuales se observan los modelos de comportamiento,

en el entendido de que a lo largo de las series se repiten más o menos en el mismo sentido.

Género

Como ya se mencionó anteriormente los estereotipos son figuras creadas en el imaginario colectivo que simplifican las representaciones de los grupos sociales. En este sentido también se ha desarrollado en las telenovelas una figura femenina repetida y generalizada, que ha generado estereotipos de género.

Karina Tiznado (2017) explica al estereotipo de género como aquello ligado a el deber ser de lo femenino y lo masculino, arraigado en una visión dualista concretado en la sociedad por el rol que debe cumplir cada uno. Los estereotipos de género se encargan de definir las características de lo que debe ser un hombre y una mujer.

Algo muy importante sobre los estereotipos de género es que remarcan una relación de poder de tipo patriarcal, pues permiten que la “dominación de un sexo sobre el otro, aparezca como el propio orden de las cosas” (Tiznado, 2017: 49). De esta forma, el medio de comunicación reiteró el orden patriarcal.

Como señala Rocío Santillana (2004) la importancia de erradicar o al menos criticar este tipo de estereotipos reside en que son estos los que “influyen en la percepción propia y la del resto de la sociedad (...) y la posición jerárquica que ocupamos en estas dos categorías influyen en nuestra percepción personal y colectiva” (Santillana, 2004:137).

De esta forma la televisión se ha encargado de mostrar dos tipos de personajes femeninos. El primero el de la protagonista, basado en la bondad, el carisma, la ternura, el anhelo de una familia, la inocencia, la pobreza y hasta la virginidad. Y el segundo, el de la antagonista, basado en la maldad, la envidia, la riqueza y la lujuria.

Conforme fueron avanzando los contenidos, estos estereotipos fueron transformándose, pues, una de las primeras telenovelas en dar el paso de este cambio fue la producción *Mirada de mujer*, de la cual:

Nos percatamos que el rol social de la mujer se escenifica de manera diferente al papel tradicional que juega la figura femenina en las telenovelas producidas por Televisa (...) Aunque podríamos pensar que estamos hablando de una telenovela rompedora por abordar una temática diferente a lo acostumbrado (...) nos damos cuenta la prevalencia de un contenido moralizador, siguiendo los valores establecidos por la religión católica. (Tiznado: 2017: 57)

En este sentido la serie *La casa de las flores* incorpora esta narrativa de la mujer madura, Virginia de la Mora, quien se da cuenta del engaño de su esposo, y en el que pareciera que también la amante recibe un castigo, pues esta se suicida al inicio de la trama como una especie de "venganza". Una carencia de la serie es que nunca se profundiza totalmente en el sentir de Roberta, la amante. Lo que realiza diferente en este sentido la serie, es no generar rivalidades entre ambas mujeres.

La serie transforma los estereotipos de género de tipo etario ya que presenta, por un lado, el crecimiento del personaje de Virginia de la Mora, quien como una mujer consumidora de marihuana y a su vez dealer buscando solucionar sus problemas económicos. Y por otro lado la actriz Verónica Langer, quien interpreta a Carmelita, se enamora de un hombre más joven que ella.

El contenido logra el crecimiento de los personajes femeninos, siendo Paulina de la Mora una de los personajes mejor desarrolladas y que por ello mismo ganó el aprecio de las audiencias.

La serie también suele criticar la misoginia, pues se hizo muy famosa la frase "No vamos a ser parte de esa cultura machista que humilla a las mujeres por tener vida sexual activa, naco".

El caso más particular y con el que la serie quiso "apostar" por integrar un tema referente a romper los estereotipos de género fue el de María José, un personaje trans, la cual cuentan en la historia tuvo que separarse de su familia para poder vivir su identidad de género. Con este personaje se desliga y se muestra que la identidad de género no tiene que ver con la orientación sexual. También muestra las dificultades a las que se enfrenta una mujer transexual en la sociedad.

Por otro lado, la serie *Todo va a estar bien*, busca romper con los roles de género, ya que presentan una familia en la que el encargado de llevar la mayor parte de la crianza de la niña es el padre.

Uno de los capítulos de *Todo va a estar bien*, que más ahonda en criticar algunas prácticas referentes a los roles de género es el capítulo *Femenine/Masculine*, donde se pone en foco el machismo y misoginia de Ruy, misma que le ha llevado a destruir la relación con Julia.

Adherido a esto, la serie también cuenta con algunos sketches introductorios en los que se plantea criticar las relaciones heterosexuales monógamas, y el lugar de las mujeres en estas.

Orientación sexual

En las telenovelas mexicanas la mayoría de los personajes homosexuales sufren ataques homófobos, tanto de parte de sus propios familiares como de la sociedad, también reflejan la dificultad de declararse homosexuales pública y abiertamente. Los prejuicios son plasmados mediante actos y personajes homófobos que no hacían otra cosa más que estigmatizar las orientaciones sexuales, la escritora Amira Ortiz sostiene que “un hombre homosexual merecía el ridículo por no pertenecer a las convenciones heteronormativas.” (2020: 2)

El estudio sobre las orientaciones sexuales se da con base al rechazo hacia la población homosexual. Ya que socialmente las personas gays y lesbianas violaban los valores sociales, lo cual provocaba que fueran objeto de discriminación e imposición de estereotipos a este grupo. En las investigaciones no se encontró un concepto que defina los estereotipos de orientación sexual, después de una revisión podemos definir los estereotipos de orientación sexual como atribuciones y percepciones negativas o ridiculizadas, debido al desconocimiento sobre la población homosexual.

Las primeras apariciones de personajes homosexuales en la televisión generan estereotipos que denigran sus prácticas y comportamientos. Pensemos en los personajes homosexuales del siglo XX e inicios del S. XXI, donde estos personajes solo servían al chiste y la ridiculización, así era esta representación de la homosexualidad que existía en la televisión. En la actualidad, la serie *La casa de las flores* apuesta por la igualdad y la inclusión de la comunidad LGTBTTTQIA+, ya que

existen personajes bisexuales, homosexuales, drags y trans, sin embargo, de acuerdo con encuestas la población homosexual no estuvo bien representada.

En tanto, la serie *Todo va a estar bien* tiene una concepción cognitiva más inclinada al modelo de familia tradicional en México, haciendo una crítica al matrimonio tradicional con la siguiente pregunta “¿en qué momento institucionalizamos algo tan puro como el amor?” (Luna, 2021). Ambas series reflejan a través del melodrama los cambios en las relaciones de la familia tradicional. Pero de acuerdo con las encuestas aplicadas, las audiencias piensan que la serie producida por Diego Luna representa mejor estas nuevas relaciones en la familia.

La casa de las flores refleja en pantalla lo complejo que resulta en muchas familias aceptar a un hijo homosexual, como lo es el caso del personaje de Darío Yazbek (Julián de la Mora) quien tiene una relación con Juan Pablo Medina (Diego), a quien caracterizan como un hombre apuesto, atractivo y exitoso. Ellos viven una relación clandestina, ya que por su parte Darío, tiene novia, por la que solo siente atracción sexual, más no la ama. Sin embargo, la madre de Darío, se muestra preocupada ante el aviso de sus hermanas, a quienes ya les conto que él es homosexual, se muestra una escena donde se visualiza una charla de personajes femeninos de 60 años hablando sobre la homosexualidad, demostrando su desconocimiento del tema, denominándolo como una enfermedad.

En las representaciones de la diversidad sexual en las pantallas mexicanas las relaciones entre hombres son mayoría, sin embargo, fue hasta el 2017 cuando se le dio protagonismo al primer matrimonio homoparental en *Un papá a toda madre* (2017-2018). Esta cuenta la historia del matrimonio entre Rafael (Andrés Zuno) y Rodrigo (Raúl Coronado) y sus intentos por conseguir la adopción de un bebé. En esta novela se “protagonizó el primer beso entre hombres en un horario estelar de Televisa” (Ortiz, 2020: párrafo 5).

Temas como la homosexualidad y, ahora, la visibilización de las relaciones lésbicas, estas últimas, no se encontraban en las telenovelas por señal abierta. El modelo tradicional de familia ha cambiado, por lo cual, se refuerzan y visualizan los nuevos roles y conflictos que existen en la actualidad en este modelo. En estas series de *Netflix*, existe un cambio perceptible y se busca generar nuevos estereotipos en

las sociedades modernas, enfocándose en dos tipos de relaciones sociales: el modelo tradicional de familia y las relaciones afectivas de pareja.

Etnia

La discriminación racial ha sido uno de los factores más reconocibles en las telenovelas durante décadas y se ha perpetuado este estereotipo que discrimina a cierta parte de la sociedad.

La discriminación racial según la Convención Internacional para la Eliminación de todas las formas de Discriminación Racial (CERD), de las Naciones Unidas es:

Cualquier distinción, exclusión, restricción o preferencia basada en raza, color, descendencia u origen nacional o étnica que tenga el propósito o el efecto de anular o perjudicar el reconocimiento, gozo o ejercicio en pie de igualdad de los derechos humanos y de las libertades fundamentales. (CERD, 2012: 3)

La discriminación etno-racial de acuerdo con los rasgos físicos, color de piel, idioma, etc de acuerdo al rezago o exclusión de individuos ciertamente diferentes dentro de una misma sociedad es identificable entre estos dos conceptos de etnia y raza.

Mientras la raza se asocia a distinciones biológicas atribuidas a genotipos y fenotipos, especialmente con relación al color de la piel, la etnicidad se vincula a factores de orden cultural, si bien con frecuencia ambas categorías son difícilmente separables. (Hopenhayn-Bello,2021: 7)

Este estereotipo es evidente dentro de la sociedad mexicana, atribuido en sus inicios al colonialismo y arraigado dentro de la cultura de nuestra nación, siendo un constante valor utilizado en las producciones de control mediático que tienen repercusiones en los consumidores y por ende nuevamente en la sociedad, siendo un estereotipo que se perpetúa.

Dentro de los estereotipos más marcados en las series que se analizaron en esta tesis; el de etnia es uno de los más reconocibles e identificables a primera vista, además de ser uno de los favoritos y más usados dentro de estos contenidos.

Es fácil identificar el racismo, dentro de nuestro país ha existido por años una notable lucha de clases que se hace evidente preferentemente por el color de piel, asignando un rol de poder o de alto nivel social a la tez clara y un rol de sumisión o pobreza a la tez morena, que paradójicamente es el color que predomina en nuestro país.

Es imposible separar racismo de clasismo, tanto a nivel histórico como en la práctica social, pues en el último ámbito tendemos a leer la posición de las personas a partir de prejuicios y asociamos a las de piel morena con pobreza y menor educación, y a los de tez blanca con privilegios, sofisticación, belleza y éxito. (Navarrete, 2017: 1)

El discurso racista es muy evidente en la telenovela, ya que en su mayoría los personajes principales o el elenco en general es de tez clara y las personas morenas ejercen el papel de delincuentes, pobres, o personal de limpieza de las grandes casas, una vez más haciendo alusión al clasismo.

Desde que nacimos como país la discriminación por el color de piel ha condicionado todas las interacciones sociales, incluso las que se dan en el mundo del espectáculo. Sólo así puede explicarse que 97 por ciento de los protagonistas de las telenovelas, series de televisión y películas nacionales sean blancos, cuando 75 por ciento de nuestra población tiene una dermis mucho más pigmentada. (Páramo, 2021: 1)

Las telenovelas tienen 64 años en México y desde el inicio de estas, el racismo ha sido fundamental en su representación de la sociedad. Lo anterior ha tenido repercusiones negativas en la sociedad mexicana ya que perpetúan estereotipos, toleran y fomentan el racismo.

De acuerdo con la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas:

México es considerado uno de los principales países en los que existe la discriminación racial contra pueblos y personas indígenas. A pesar de que existen más de 10 253 627 habitantes indígenas en el territorio y que el 64.6% de la población mexicana es de tez morena, el 54.8 por ciento afirma que a las personas se les maltrata por su color de piel y el 15% ha sentido que sus derechos no han sido respetados por esta misma razón (Conapred, 2010: 12)

Las telenovelas efectúan un papel de aparatos mediáticos invisibilizados de la tez morena, y de los afrodescendientes que tienen una participación mínima o prácticamente nula en estas producciones.

Fomentar la discriminación racial y las clases sociales dentro de los contenidos de las telenovelas perjudica al público ya que imponen tendencias de cómo actuar y como ser, incluso el cómo vestir que puede terminar en un discurso nocivo, ya que:

El televidente tiende a imitar los patrones de comportamiento que aprende de la televisión, sin embargo, no siempre las conductas que adopta el público en respuesta a estos estereotipos son favorables al desarrollo de la sociedad. (Pérez, 114)

El nuevo tipo de melodramas continúa prevaleciendo el rezago de la tez morena, y se han dado pocas producciones en el que los principales personajes sean morenos, prevaleciendo el discurso y el contenido racista en las telenovelas.

La casa de las flores se jacta de ser una producción novedosa, que integra por primera vez en la pantalla chica, temas que eran considerados tabú, sin embargo, esta producción de Manolo Caro es acusada, como muchas otras de sus creaciones, de fomentar el contenido racista, por no contar con una diversidad racial en su elenco. El director de *La Casa de las flores* toma a personajes de tez blanca, asociándolo con ser una familia adinerada y de clase alta que vive en Las Lomas de Chapultepec, prevaleciendo el cliché de las familias que habitan esa zona de la Ciudad de México. Como toda familia adinerada cuentan con un servicio de limpieza que es dónde podemos encontrar a los únicos personajes morenos.

Delia es el personaje de la ama de llaves, uno de los pocos personajes de tez morena en la serie y con un poco más de visibilidad, incluso cada que aparecen en pantalla los personajes que representan a el personal de limpieza son mujeres y hombres morenos en la jardinería, que trabajan para familias ricas de la colonia.

Un personaje muy criticado en redes sociales fue *El Cacas*, un reo que compartió celda con el padre de la familia De la Mora. Evidentemente de tez morena y con apodo bastante humillante del cual se mofaban con frecuencia en la serie. Al principio es mostrado como un acosador con Paulina de la Mora quien visita a su padre en prisión. “Me saludas al Cacas” fue la frase que volvió famoso al papel del criminal, siendo

integrado después como un personaje carismático con el que la familia tenía comunicación para acercarse a su padre.

Se hacen mínimas integraciones de personajes de otras razas, en el primer capítulo de título *Narciso* se presenta al personaje Dominique, un hombre de raza negra, pareja de Elena. En la mayoría de sus escenas se hacen referencias a su color de piel, tanto él, diciendo que la familia notará que es negro y no tiene zapatos, y más importante cuando Paulina le dice a su padre que Dominique está en la fiesta, a lo que su padre contesta con “ ¿el Negrito?”, haciendo una evidente referencia a su color de piel.

Es importante analizar que las exclusiones raciales son evidentes en *La casa de las flores*. Normalizando el papel de los mexicanos morenos trabajando para familias ricas de piel blanca, no se da un papel importante a actores morenos y si se los da terminan siendo criminales, infieles o personal de limpieza. De igual manera sucede en la producción de *Todo va a estar bien*, una serie creada por Diego Luna que toca temas muy progresistas, sin embargo, cae en los mismos clichés de la temática de sumisión de los personajes morenos.

Idalia es el nombre de la mujer que trabaja como nana de la familia, es encargada de cuidar a la hija de los personajes principales, su papel es secundario, pero tiene una participación importante. Este cliché de la “nana o ama de llaves” ha prevalecido por años en telenovelas y tal pareciera que la única integración de mujeres morenas de baja estatura es para papeles de amas de llaves y nunca para algo más importante.

A pesar de que Idalia no recibe ningún comentario racista en la serie, es más que suficiente ver las condiciones en las que vive que de ninguna manera son parecidas a las de los personajes principales de piel blanca. Idalia cumple con el estereotipo de ser una mujer de una comunidad rural a las afueras de la Ciudad de México, violentada por su marido, (que está en la cárcel), y prácticamente obligada a buscar un trabajo como trabajadora del hogar en la ciudad.

Clase social

El estereotipo por clase social que agrupa a las personas por su estatus social está directamente relacionado con el estereotipo étnico, ya que ambos residen en el color de piel para discriminar a los individuos. De aquí se desprenden dos prácticas muy importantes que fomentan los estereotipos de clase social; el clasismo y elitismo.

El clasismo se enfoca en la economía de las personas, ya que “de esta forma se determina qué tipo de trabajo tiene y a qué calidad de vida tiene acceso.” (Hernández, 2022: 5), en México, esto usualmente se ve dictado por el color de piel, favoreciendo las pieles claras sobre las morenas, cumpliendo una función de segregación o división de la sociedad, es común que las clases altas (que perciben un ingreso económico grande usualmente a costa del trabajo y explotación de clases sociales precarizadas) no entablen relaciones con las clases precarizadas (donde usualmente el salario que reciben no es suficiente ni para cubrir las necesidades básicas).

A través de estas dos prácticas aprendidas a lo largo del proceso de socialización de los individuos nacen dos conceptos que ayudan a comprender mejor la naturaleza de dichas prácticas: el colorismo y la pigmentocracia. Ambos tienen su origen dentro de la conquista y el sistema de castas, no sólo de México, sino de Latinoamérica. El término pigmentocracia, acuñado por Alejandro Lipschutz en 1944, se refiere a “desigualdades o jerarquías basadas en categorías etno-raciales que se aplicarían a indígenas y negros, es la estratificación social basada en el color de la piel, que tiene su origen en el sistema de castas español.” (Quecha, 2014)

El colorismo es actualmente considerado el hijo del racismo, ya que a diferencia de este, en el colorismo se privilegian los tonos de piel más claros, pero sobre todo también funciona como forma de discriminación dentro de grupos racializados, es decir, “aunque las personas experimentan una exclusión y discriminación general como miembros de un grupo racializado (“negros”, “latinos”, “orientales”, por mencionar algunos), aun así, dentro de estos grupos, las personas con tonos de piel más claros recibirán mayores privilegios.” (Juris, 2020: 4)

Mientras tanto, el elitismo es un sistema que defiende y promueve los intereses de una élite, esto se entiende como “un grupo, cualquiera que sea, que tiene «poder» sobre otros grupos sociales, y su poder se define según el grado de dominación que ejercen sobre las acciones, o contexto de los miembros de otros grupos” (Dijk, 1993: 106) tanto en México como en el orden mundial actual esto permea comúnmente en sectores acomodados, blancos y adinerados.

Dentro de las ficciones televisivas mexicanas ha existido una constante inmutable, más evidente en las telenovelas, pero presente también en series actuales: el binarismo de las clases sociales, ricos y pobres, usualmente dictado por el pigmento en la dermis, blancos y morenos. Si echamos un vistazo a telenovelas como *María, la del barrio* (1995) y *Los ricos también lloran* (1979) podemos encontrar estos binarismos, una mujer precarizada (más no morena) se enamora de un hombre blanco rico. Como ya se ha mencionado con anterioridad, los medios cumplen un papel importante en la masificación de los estereotipos, y el mensaje que estas producciones envían a sus consumidores es claro y reafirma el clasismo y elitismo que varios sectores de la sociedad mexicana experimentan día con día. Crear, implementar y reproducir la idea de que sólo el color de tú piel dicta el estrato social al que perteneces, y por ende, las carencias o privilegios que tendrás.

Tanto *La casa de las flores* y *Todo va a estar bien* comparten varias similitudes, especialmente el haber sido creadas por hombres blancos pertenecientes a una clase social con mayor poder adquisitivo, tener un cast en su mayoría blanco, y a pesar de las muchas producciones que repiten esta narrativa, contar la historia de una familia de clase “alta” y blanca (actualmente los bien llamados *whitexicans*⁴) que poco se acerca a la realidad de la mayoría de los mexicanos.

Dentro de estas dos producciones existen pocos personajes racializados, específicamente morenos. Estos son presentados únicamente como trabajadoras del hogar precarizadas (tal es el caso de Delia en *La casa de las flores*, e Idalia en *Todo*

⁴ Cada vez más utilizado en las conversaciones cotidianas y siendo un anglicismo adaptado a la cultura mexicana, hace referencia a personas de tez blanca, altos recursos económicos, es una especie de sátira que se comenzó a utilizar para decir que ese sector es, por así decirlo, lejano al contexto social nacional dado que alrededor del 60% del país proviene de una clase social precarizada.

va a estar bien) y hombres racializados y precarizados que están encarcelados (El Cacas en *La casa de las flores*).

Como ya se mencionó con anterioridad, *La casa de las flores* cae una vez más en el encasillamiento y estereotipo de las personas racializadas, en este caso morenas, *El Cacas*, es un hombre racializado y precarizado compañero de celda de Ernesto de La Mora, continuamente podemos escucharlo hablar con un acento “vulgar”, buscando generar risas en el público, burlándose de este, pero realmente lo que único que se logra es reforzar la idea de que las personas morenas usualmente son delincuentes, con poca educación, que hablan de forma “ñera” y que acosan. Más adelante *El Cacas* se integra a la narrativa de la serie como un personaje carismático que apoya a la familia De La Mora mientras Ernesto continúa en la cárcel. La población de dicho lugar es morena, siendo Ernesto el único hombre blanco proveniente de una clase social con mayor poder adquisitivo dentro de ésta. Una vez más, se perpetúa la idea mencionada con anterioridad.

Dentro de ambas series existe un personaje recurrente en muchas narrativas audiovisuales mexicanas; el de la nana, mujeres precarizadas y racializadas, “parte de la familia”, que cuidan a los hijos y dedican su vida a estos, así como a la familia que los emplea, tal es el caso de *Roma* (2018) dirigida por Alfonso Cuarón, una película autobiográfica centrada en Cleo, la nana que cuidó de él y su familia durante toda su vida.

En *La casa de las flores*, durante la primera temporada, podemos conocer a Delia, una mujer morena que cumple el rol de nana de los hijos (ya adultos) de la familia De la Mora, romantizando el probablemente haber tenido que desplazarse de su hogar debido a las condiciones de precarización y buscar trabajo como trabajadora del hogar de dicha familia, esto propiciando que no pudiera tener una familia propia, ya que se dedicó a los De la Mora, las muestras de afecto por parte de la familia hacia Delia son constantes, incluso se le reconoce como un miembro más de la familia, sin embargo, en ningún momento vemos dónde duerme, a diferencia de los personajes principales blancos a los cuales podemos ver en sus cuartos constantemente, esto a pesar de que todos viven en la misma mansión, ubicada en las Lomas de Chapultepec.

El desarrollo del personaje de Dalia se limita a ser la cuidadora y trabajadora del hogar de la familia De la Mora, esto también alimenta una narrativa poco apegada a la realidad de la mayoría de las familias mexicanas; el privilegio de que alguien más que no sea un familiar cuide de tus hijos, dedicándoles prácticamente su vida. Las acciones que la vemos realizar en escena son o en la cocina o en la tienda de flores, limitándose a cocinar, ayudar con las tareas del hogar y limpiar, además, constantemente podemos verla escuchando las conversaciones privadas de los miembros de la familia, reproduciendo el estereotipo de que las trabajadoras del hogar son chismosas o malagradecidas, una vez más, esta es una idea desapegada de la realidad y que encasilla y reduce a las personas morenas como servidores de las personas blancas.

En *Todo va a estar bien*, conocemos a Idalia, una mujer morena y precarizada, la nana de Andrea (Isabella Vázquez Morales), hija de los personajes principales blancos, Ruy (Flavio Medina) y Julia (Lucía Uribe). A diferencia de Dalia, tenemos oportunidad de conocer mucho más el contexto de vida de Idalia, claramente precarizado, incluso Andrea conoce su casa, que está prácticamente recién terminada de construir y sin amueblar, resaltando que la vida de Idalia no es con su familia, sino con la de Andrea. Así mismo, sabemos que el esposo de Idalia está preso, hasta podemos ver cómo esta se traslada en transporte público (donde sólo hay personas morenas) para ir a hacer una visita conyugal. En el capítulo *La Noche* Andrea escapa de su casa y llega al pueblo de Idalia, donde más tarde las hijas de Idalia la encuentran y regresan con sus padres. Mientras tanto, la primera sospechosa de la desaparición de Andrea es Idalia, incluso la policía (que sólo es morena) la esposa y mete a una patrulla. Todo esto, una vez más, estigmatiza y sesga la concepción de las personas morenas, a través del racismo y clasismo.

Conclusiones parciales del análisis de contenidos

De acuerdo a lo anteriormente analizado, se encontró que dentro de ambas series existen distintos estereotipos, especialmente uno que atraviesa a los demás; el estereotipo de etnia.

Ya que a pesar de presentar un espectro más amplio respecto a la comunidad LGBTQQIA+ y su representación, así como la integración de personajes principales femeninos más complejos, no logran deshacerse y deslindarse del racismo y clasismo

que suele acompañarles, se puede apreciar que los personajes principales son personas de tez blanca pertenecientes a una clase social con mayor poder adquisitivo, los personajes que son de tez morena continúan dentro de la narrativa precarizados y en papeles secundarios.

Es evidente que el discurso que limita y discrimina a ciertos grupos sociales está presente dentro de las narrativas de estas propuestas audiovisuales y que, en comparación con las telenovelas, estas los siguen perpetuando a mayor o menor cantidad, pero siendo ciertamente evidentes con personajes que tipifican cada estereotipo analizado.

Los discursos progresistas están poco desarrollados, ya que estos no responden a la forma en la que la audiencia quiere consumirlos, denotando una falta de interés y compromiso con la narrativa que aparentemente desean presentar por parte de las plataformas de *streaming*, en este caso *Netflix*. Sobre este tema se ahondará en el apartado de alfabetización mediática.

Análisis de audiencia: encuesta

En la parte cuantitativa, implementamos una encuesta, que de acuerdo con Julio Anguita (2003: 528) es “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características”. Primero, realizamos un pre-cuestionario con preguntas cerradas y respuestas binarias respecto a si habían visto o no alguno de los productos audiovisuales seleccionados en la aplicación de *Instagram* que funcionó como filtro. Posteriormente ejecutamos la encuesta desarrollada en *Google Forms* en el grupo muestra configurado por personas que vieron una o ambas series, aplicándolo del 23 de septiembre al 1 de octubre del 2021.

Como ya se mencionó con anterioridad, la población a la que aplicamos la encuesta es la generación Z, recuperamos la definición de Castello Martínez (2020:9), quien apunta que: “está formada por aquellos nacidos entre 1993 y 2003”, además retomamos a esta población puesto que son los principales actores de esta nueva sociedad que se construye, que según la misma investigadora define como

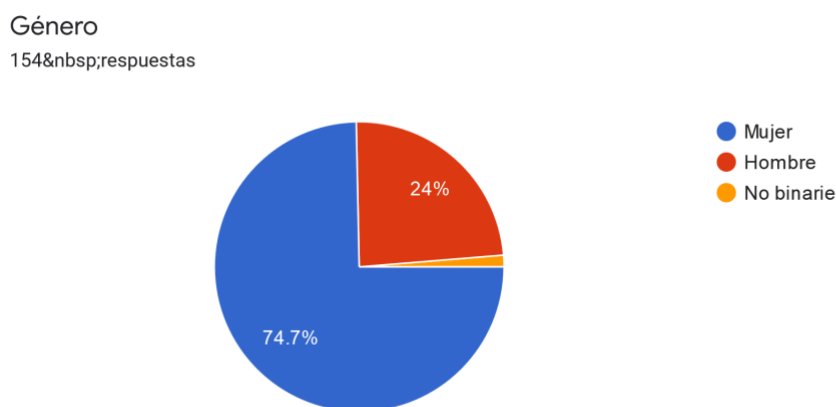
“colaborativa y multicultural, los movimientos feministas y en contra del sexismo son una constante, se lucha por la igualdad de género y se reivindica la ruptura de roles y de estereotipos sociales. El consumidor posgénero rompe con los tradicionales modelos de convivencia familiar, se definen nuevos perfiles de consumidores con demandas específicas” (Ídem).

Resultados del diagnóstico

Se levantó una encuesta a un grupo de mujeres, hombres y personas no binarias⁵, de un rango de edad entre los 18 y los 27 años, que declararon haber visto al menos una de las dos series seleccionadas, 154 personas respondieron a esta encuesta, encontrándose dentro del rango de edad mencionado anteriormente, siendo 22 años la edad más representativa. Esta encuesta se realizó del 20 al 30 de septiembre del 2021, a través de *Google Forms*.

En la primera gráfica podemos destacar que el gran porcentaje de respuesta son mujeres, teniendo un 74,4% versus un 24% del público masculino, un 1% de personas no binarias. Esto nos hace pensar que las más atraídas a estas narrativas melodramáticas son las mujeres.

Gráfica 1. Género de la población encuestada



Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix* México, 2021

⁵ Perspectiva subjetiva que cada persona tiene sobre su propio género, sea masculino, femenino o ambos.

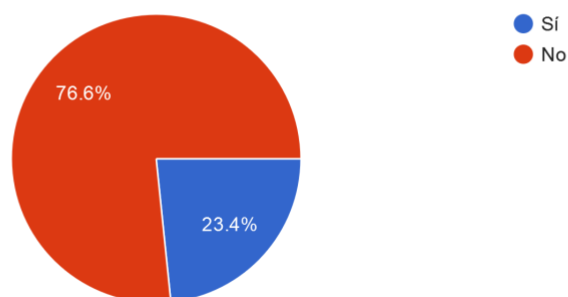
La gran mayoría de las personas encuestadas aseguraron seguir viendo telenovelas, lo que nos indica que, contrario a lo que se pensaba, la telenovela como narrativa sigue siendo redituable para las televisoras y productoras audiovisuales, así como consumida por audiencias jóvenes, pertenecientes a la generación Z.

Gráfica 2. Consumo actual de telenovelas

Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix* México, 2021

¿Ves telenovelas actualmente?

154 respuestas

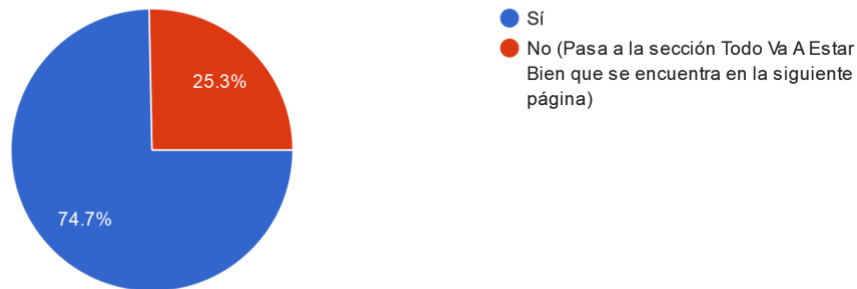


Sección *La casa de las flores*

Lo anterior se refuerza al encontrar que el porcentaje de población que asegura seguir consumiendo telenovelas es similar al que enuncia haber visto *La casa de las flores*. Consideramos entonces que la mayoría de espectadores están acostumbrados y acostumbradas a estas narrativas y ven en esta nueva serie una fórmula similar a las de las telenovelas a la que se sienten atraídos y atraídas.

Gráfica 3. Público que ha visto *La casa de las flores*

¿Has visto La Casa de las Flores?
154 respuestas

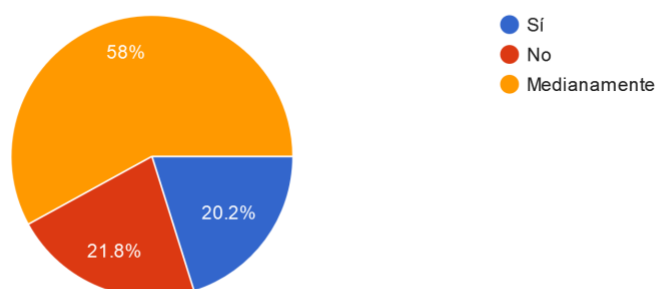


Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix México*, 2021

El 58% consideró que, dentro de los contenidos originales de *Netflix México*, *La casa de las flores* fue medianamente innovador, esto lo relacionamos con otra de nuestras presunciones en la que consideramos que al reutilizar el modelo narrativo del melodrama de las telenovelas mexicanas el contenido llega a ser repetitivo sin importar la integración e inclusión de problemáticas sociales aparentemente actuales y personajes que intentan salir del arquetipo tradicional. Como ya se recuperaba anteriormente las producciones melodramáticas de VoD no logran eliminar del todo los estereotipos, y la audiencia lo percibe.

Gráfica 4. Público que considera como innovadora a *La casa de las flores*

¿Consideras que La Casa de Las Flores fue innovadora dentro de los contenidos originales de Netflix México?
119 respuestas

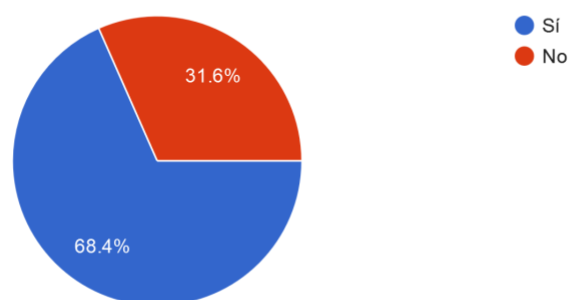


Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix México*, 2021

De acuerdo con una de nuestras presunciones principales, donde se plantea que los nuevos contenidos de *Netflix México* más exitosos usan como base el modelo narrativo del melodrama de la telenovela mexicana, en este caso *La casa de las flores*, el 68.4% afirmó que dicha producción le recuerda a una telenovela. Esto puede ser no sólo por la inclusión de Verónica Castro (actriz de cine y televisión reconocida principalmente por su participación en telenovelas mexicanas en la década de los sesenta) en el elenco principal, sino también por la estructura narrativa similar a la de las telenovelas. Así también se agrega la recuperación de música icónica para las generaciones jóvenes, especialmente la generación millennial, es decir que, cómo se mencionó en apartados anteriores, se hace utilización de la nostalgia que producen estos elementos.

Gráfica 5. Espectadores que piensan que *La casa de las flores* es similar a una telenovela

¿La Casa de Las Flores te recuerda a una telenovela?
117 respuestas

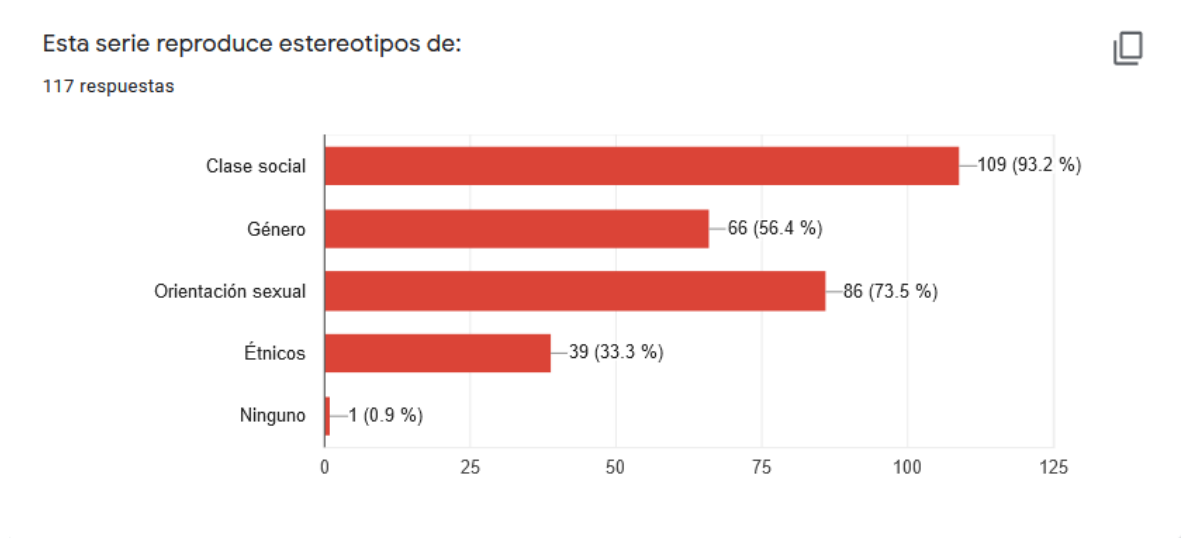


Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix México*, 2021

Dentro de las 117 respuestas registradas y según los y las encuestadas, *La casa de las flores* reproduce todos los estereotipos considerados dentro del formulario; clase social, género, orientación sexual y etnia. 109 personas afirmaron que el estereotipo

más normalizado y perpetuado es el de clase social, con un porcentaje de 93,2%. Esto quiere decir que la audiencia joven reconoce los estereotipos que siguen presentes en estas series, y que por lo tanto son críticos con ello pero no dejan de consumirlo.

Gráfica 6. Tipos de estereotipos identificados en *La casa de las flores*

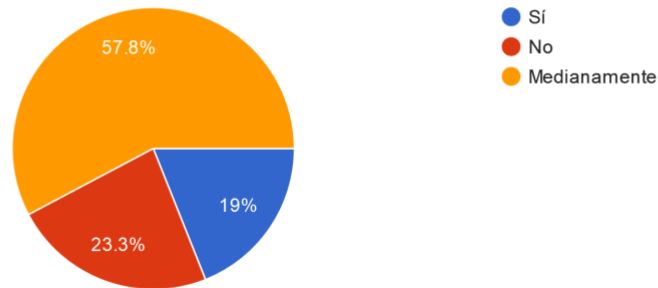


Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix México*, 2021

Consideramos esta gráfica de suma importancia, ya que *La casa de las flores* fue vendida al público como una nueva producción que rompía con la invisibilización de la comunidad LGBTTTQ+ en las telenovelas mexicanas, sin embargo 57.8% afirmó que dicha comunidad fue medianamente representada de manera correcta en la serie. Esto se asocia a otra de nuestras presunciones principales, en la que no porque una producción pretenda representar e incluir a la comunidad LGBTTTQ+, significa que lo haga de manera real y correcta. Esto lo percibe la audiencia joven, con lo que recomendamos crear personajes más complejos y menos estereotipados, a fin de lograr un verdadero cambio en los melodramas.

Gráfica 7. Público que considera que la comunidad LGTBTTQ+ fue representada de manera correcta en *La casa de las flores*

¿Consideras que la comunidad LGTBTTQ+ fue representada de manera correcta en la serie?
116 respuestas



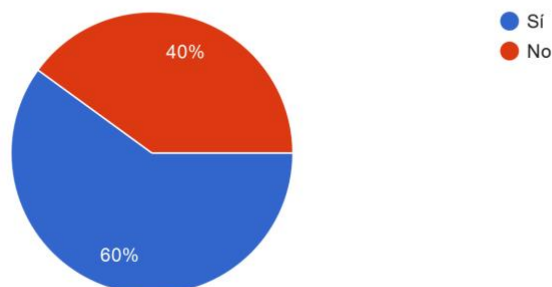
Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix* México, 2021

Sección *Todo va a estar bien*

A pesar de los pocos consumidores que tuvo esta serie, dentro de nuestra encuesta registramos 25 respuestas en esta pregunta. Contrario de una de nuestras presunciones relacionadas al poco éxito de *Todo va a estar bien*, el 60% de los encuestados contestó que sí les había gustado, lo que indica un buen recibimiento por parte de la audiencia. Sin embargo, consideramos que el fracaso de este producto audiovisual se debió a su poca difusión y a los estigmas que atrajo la utilización del lenguaje inclusivo.

Gráfica 8. Porcentaje de aceptación de la serie *Todo va a estar bien*

¿Te gustó?
25 respuestas



Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix* México, 2021

Conclusiones parciales del análisis de audiencia

A diferencia de *La casa de las flores* que utiliza (dentro de la innovación) una estructura un poco más tradicional, y a pesar del incierto impacto mediático, el 84% de nuestra población resalta que *Todo va a estar bien* visibilizó temas actuales, frente a un 16% que negó percibir eso.

Recibimos 19 respuestas respecto a los temas más relevantes para la audiencia; las categorías más mencionadas son poliamor, feminismo y acoso sexual. Esto se relaciona con la premisa principal de la serie, que se plantea una narrativa expuesta en una sociedad llena de cambios, pero en la que aún hay expectativas del deber ser, del amor, del matrimonio y de la familia.

A través de una pregunta abierta, en la que pedíamos que nos dijeran qué temas actuales y de qué manera habían sido presentados en la serie, las personas encuestadas fueron capaces de identificar diferentes problemáticas dentro de la serie y así dar respuestas específicas, críticas y puntuales. Una de las réplicas que mejor ejemplifica lo mencionado anteriormente y que engloba una opinión integral es la siguiente: “Los conversatorios acerca de la masculinidad, el lenguaje inclusivo, el

feminismo, aunque también creo que llega ser un poco crítica en estos pero sin demeritarlos.”

A pesar de ser una producción del año y de visibilizar temas y problemáticas sociales más actuales, según las personas encuestadas, esta serie continúa perpetuando estereotipos, principalmente de clase social, género y étnicos.

Análisis de entornos virtuales: netnografía

Para efectos de esta investigación utilizaremos una metodología mixta, y para conocer los elementos cualitativos se utilizará la metodología netnográfica, con el fin de recopilar expresiones y pensamientos de las comunidades virtuales. Seleccionaremos grupos de *Facebook* que debatan y emitan opiniones de las series señaladas. Para conocer si los usuarios consumen los productos audiovisuales seleccionados, se realizará una encuesta a través de *Google Forms*, esta encuesta estará dirigida a la generación Z, una población que oscila entre los 18 y 27 años.

La metodología netnográfica, es “un nuevo método investigador para indagar sobre lo que sucede en las comunidades virtuales” (Turpo, 2008:1). Esta técnica permite analizar las interacciones de los usuarios de la plataforma que habían consumido los productos audiovisuales seleccionados, la encuesta fue realizada en las semanas del 20 al 30 de septiembre del 2021, recurriendo en primera instancia a *Instagram* y después aplicamos la encuesta en *Google Forms*. Así mismo, se realizó observación participante, que consistió principalmente en monitorear los grupos y entornos que mayor interacción de usuarios tuvieran, creando así un ambiente abierto al diálogo entre estos. Dichos entornos virtuales son los siguientes:

- LA CASA DE LAS FLORES: Grupo de *Facebook* conformado por fans de la serie para comentar y compartir teorías de esta. El grupo cuenta con 6,600 miembros.
- CineMorras: Grupo de *Facebook* separatista conformado por mujeres de diferentes edades, se comentan tanto series como películas de distintos géneros, normalmente con una perspectiva feminista. Se comparten opiniones y recomendaciones, por lo tanto, es un entorno bastante activo. El grupo cuenta con 12,400 miembros.

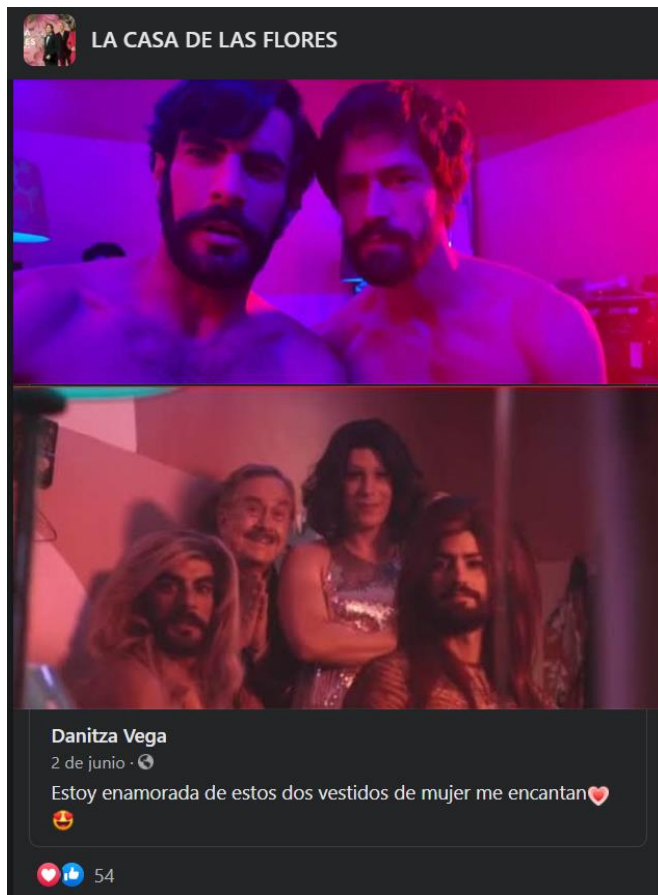
- Todo va a estar bien | Tráiler Oficial | Netflix: Sección de comentarios en youtube donde se comparte la opinión personal de los espectadores del tráiler. Esta sección cuenta con 217 comentarios.

Entorno 1: LA CASA DE LAS FLORES

Este grupo de *Facebook* es un espacio para fans de la serie, aunque últimamente tiene poca participación por parte de su comunidad. La mayoría de publicaciones son para hablar sobre su personaje favorito; Paulina de la Mora. También hay muchas publicaciones contra la homofobia y el apoyo a la comunidad. Casi no se tiene participación de las y los miembros en los últimos días, pues la serie y la película tienen bastante tiempo de haber dejado de estar "de moda" o de estrenarse, por lo que algunas participaciones son *shares* de transmisiones que nada tienen que ver con la serie. Como investigadoras nos hubiera gustado tener más participación de la comunidad en el grupo.

Respecto a temas de género, se les da difusión y respeto, específicamente a las *drags queens*, dicho tema es bastante apoyado, ya que se entiende que los hombres pueden vestirse "femeninamente". Una publicación comparte: "Estoy enamorada de estos dos vestidos de mujer me encantan 🍷👄"- Daniztaa Vega

Imagen 1. Captura de comentario de Daniztaa Vega



Fuente LA CASA DE LAS FLORES, 2 de junio de 2021

En general en este entorno se respeta y se difunde la libertad respecto a la orientación sexual y la identidad de género, ligado mucho a la trama de la serie. Existen bastantes fotografías apoyando a la pareja de Paulina de la Mora y María José, así como a Julián. Finalmente concluimos que este espacio promueve la aceptación de la diversidad sexual.

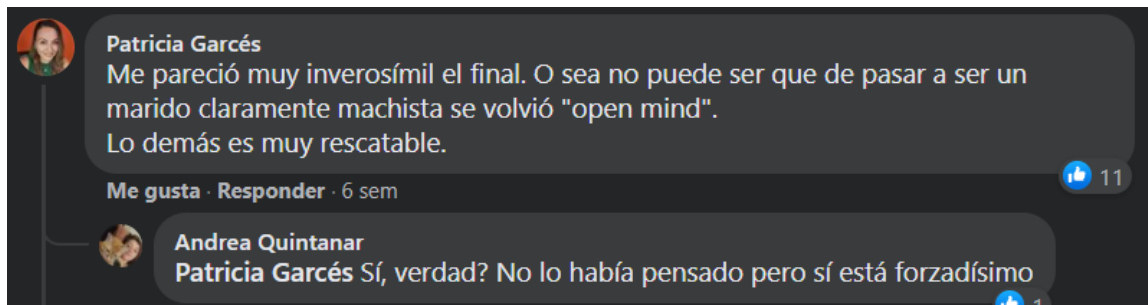
Entorno 2: cine morras

Cine Morras es un grupo de *Facebook*, separatista que brinda un espacio para la crítica, recomendaciones y diálogos alrededor de productos audiovisuales, principalmente películas y series. Es un espacio muy activo que engloba las voces de mujeres de distintas edades y condiciones sociales.

Como su nombre lo indica, el grupo se enfoca principalmente en el cine, por lo que opiniones con características tan específicas como nuestro tema fue difícil encontrarlas, sólo encontramos una publicación sobre la serie de *Todo va a estar*

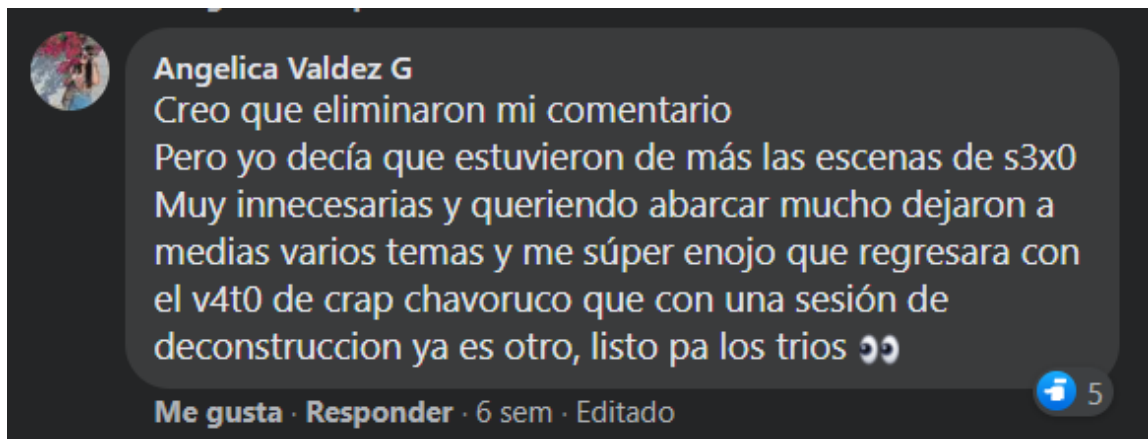
bien. En dicha publicación se crítica a la "deconstrucción" del ex-esposo; forzada e inverosímil. Patricia Garcés resalta: O sea no puede ser que de pasar a ser un marido claramente machista se volvió "open mind".

Imagen 2. Captura de pantalla de comentario de Patricia Garcés



Fuente: CineMorras, 23 de agosto de 2021

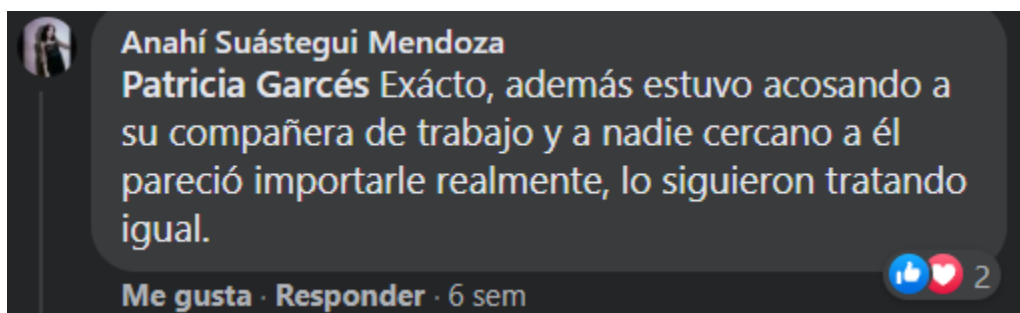
Imagen 3. Captura de comentario de Angelica Valdez G



Fuente: CineMorras, 23 de agosto de 2021

Así como la invisibilización y normalización del acoso perpetrado por él hacia su compañera de trabajo. Anahí Suástegui Mendez reconoce: "Además estuvo acosando a su compañera de trabajo y a nadie cercano a él pareció importarle realmente, lo siguieron tratando igual".

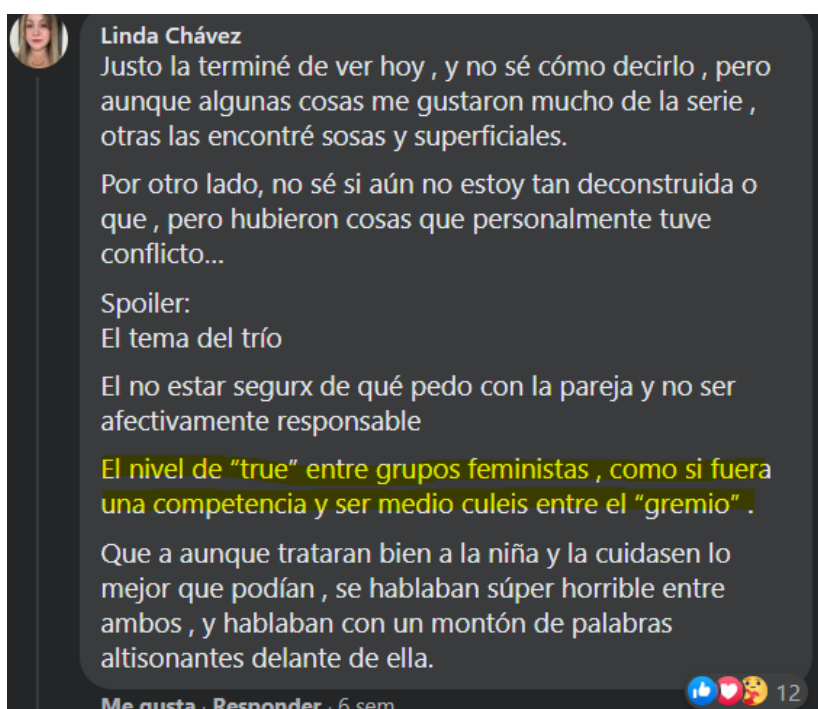
Imagen 4. Captura de comentario de Anahí Suástegui Mendoza



Fuente: CineMorras, 23 de agosto de 2021

Competencia en el feminismo. Linda Chávez expone: "...El nivel de "true" entre grupos feministas, como si fuera una competencia y ser medio culeis entre el "gremio".

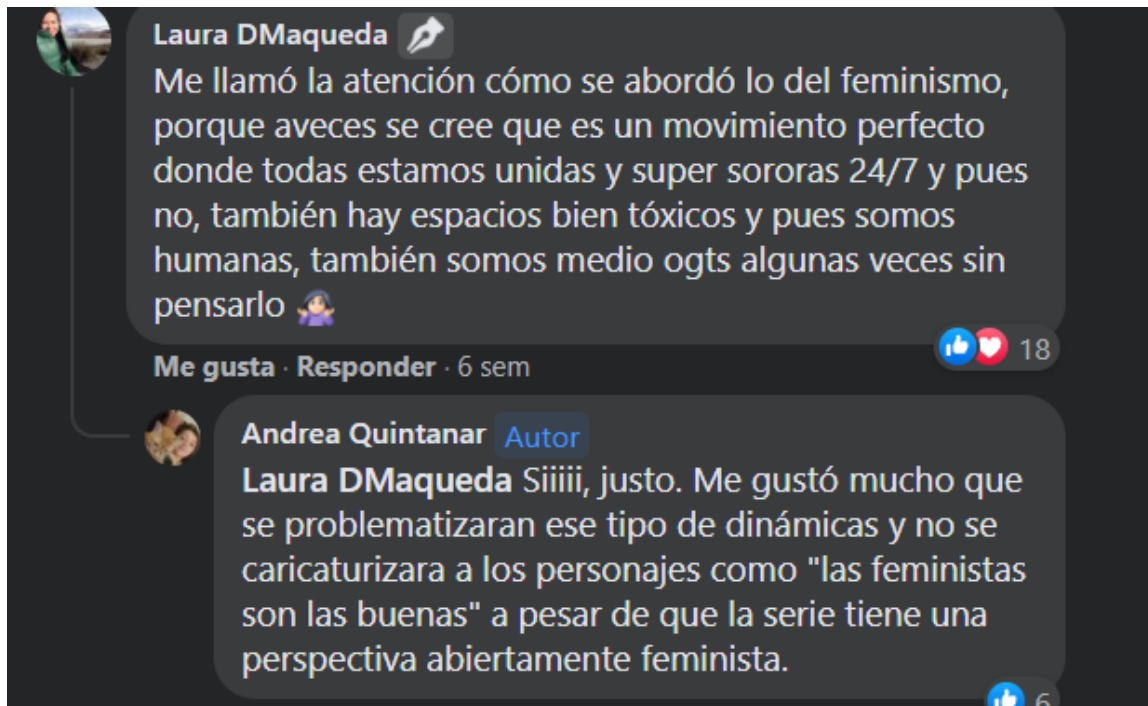
Imagen 5. Captura de pantalla de Linda Chávez



Fuente: CineMorras, 23 de agosto de 2021

Se reconoce la manera "real" en la que el feminismo fue abordado.

Imagen 6. Captura de pantalla de Laura DMAqueda



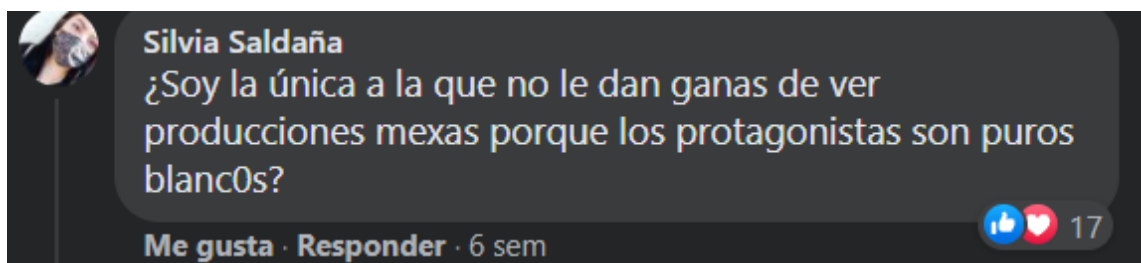
Fuente: CineMorras, 23 de agosto de 2021

En general se incluyen muchos elementos para contextualizar y les dieron mucho peso, aunque no eran parte del conflicto principal, por lo que ya no les dieron seguimiento.

El diálogo entre las usuarias también planteó una crítica a la serie por su forma de plantear la diversidad sexual, pues según los comentarios se hizo superficialmente dentro de la serie, así como sexualización y cosificación de la relación poliamorosa entre tres mujeres.

Por otro lado, se recalca la hegemonía caucásica de los protagonistas. Silvia Saldaña dice: "¿Soy la única a la que no le dan ganas de ver producciones mexas porque los protagonistas son puros blanc0s?".

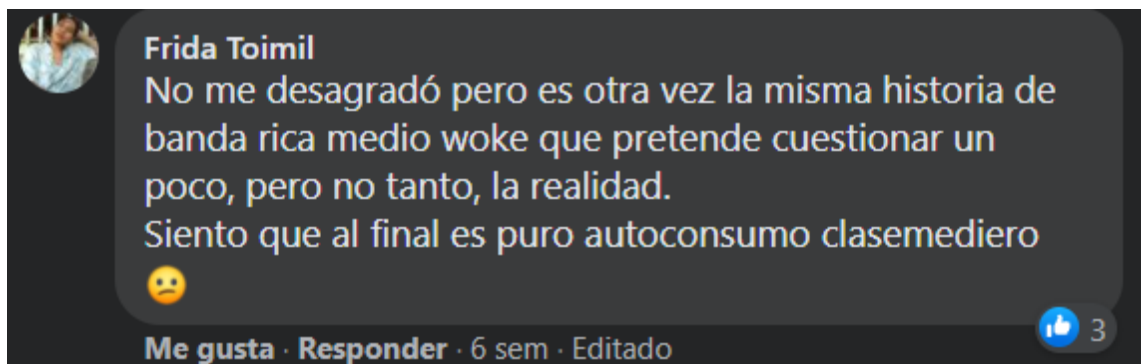
Imagen 7. Captura de pantalla de Silvia Saldaña



Fuente: CineMorras, 23 de agosto de 2021

17 mujeres le dieron *like* al comentario. Del mismo modo, se comentó que la historia contenía una repetición de narrativa y trama clase social media-alta blanca que no representa a la mayoría de las mexicanas. Frida Toimil dice: “No me desagradó, pero es otra vez la misma historia de banda rica medio woke que pretende cuestionar un poco, pero no tanto, la realidad. Siento que al final es puro autoconsumo clasemediero”.

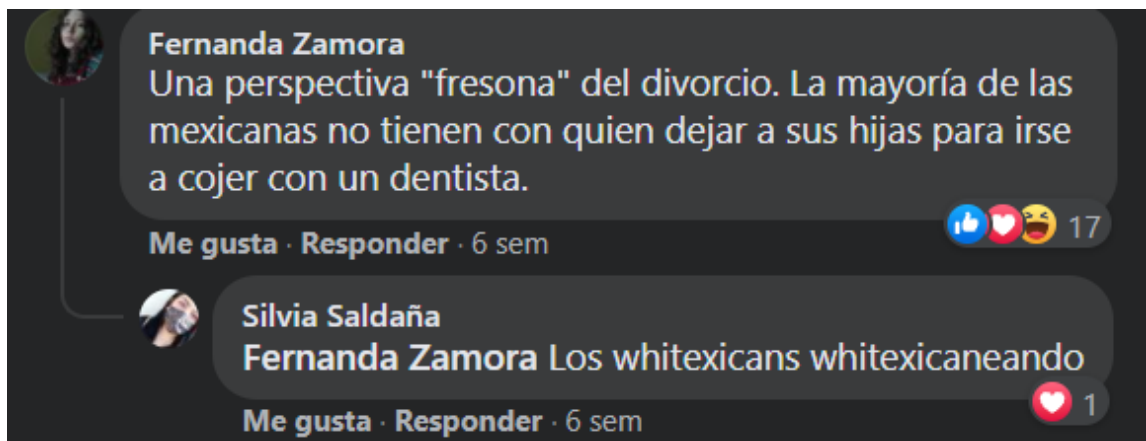
Imagen 8. Captura de pantalla de Frida Toimil



Fuente: CineMorras, 23 de agosto de 2021

Fernanda Zamora dice: “Una perspectiva "fresona" del divorcio. La mayoría de las mexicanas no tienen con quien dejar a sus hijas para irse a coger con un dentista”.

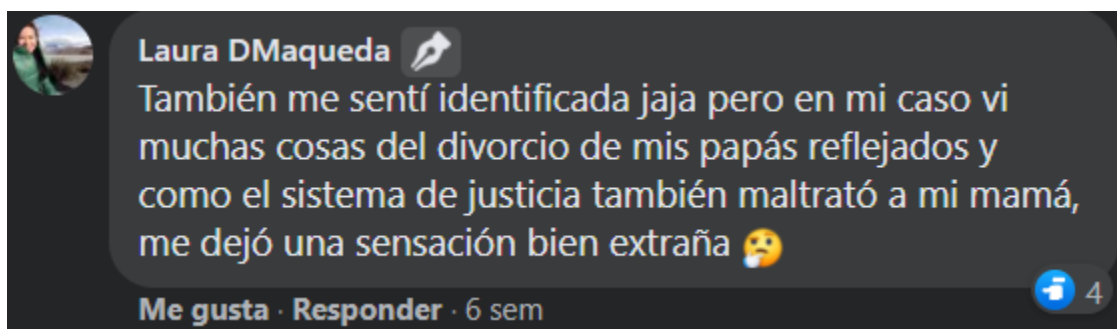
Imagen 9. Captura de pantalla de Fernanda Zamora



Fuente: CineMorras, 23 de agosto de 2021

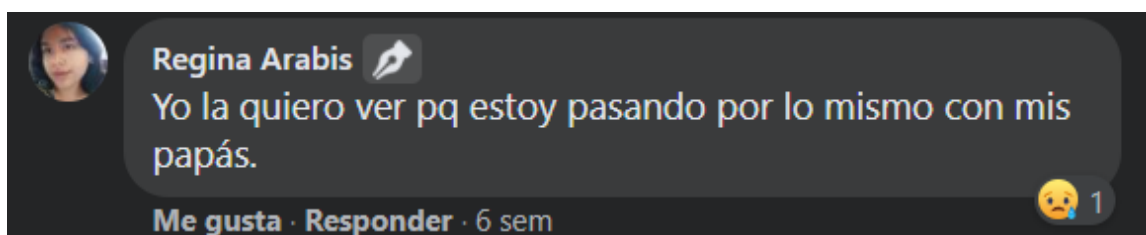
Respecto a los estereotipos etarios se aplaudió a la serie, ya que varias usuarias se identificaron con la vivencia y experiencia de Andrea (hija) respecto al divorcio de sus padres. Se reconoce el desarrollo de los personajes y cómo estos se comportan como seres humanos reales y no como se piensa deben ser idealmente. Representación de las infancias realista.

Imagen 10. Captura de pantalla de Laura DMAqueda



Fuente: CineMorras, 23 de agosto de 2021

Imagen 11. Captura de pantalla de Regina Arabis



Fuente: CineMorras, 23 de agosto de 2021

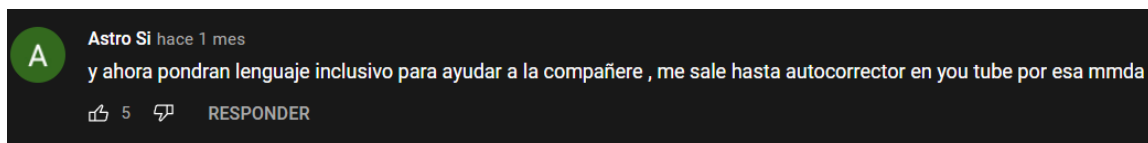
Dado lo anterior, se resume que la discusión sobre la serie dentro de este grupo se enfoca más en la categoría de género, las opiniones son variadas sin que exista una polarización marcada. Además, existe una crítica hacia *Todo va a estar bien*, sin embargo ello no frena el agrado que sienten las usuarias por ella.

Entorno 3: *Todo va a estar bien* | Tráiler Oficial | Netflix

Este es el único entorno que se recuperó de *Youtube*, esto por la escasez de espacios que hablan sobre esta producción. Además, el espacio recopila la opinión de usuarios que han visto la serie. Resulta conveniente, puesto que la mayoría da su opinión sobre los temas más relevantes de la serie, así como la trama, por lo que se encontró una población crítica. Se tienen pocos comentarios y la mayoría son referentes al uso del lenguaje incluyente.

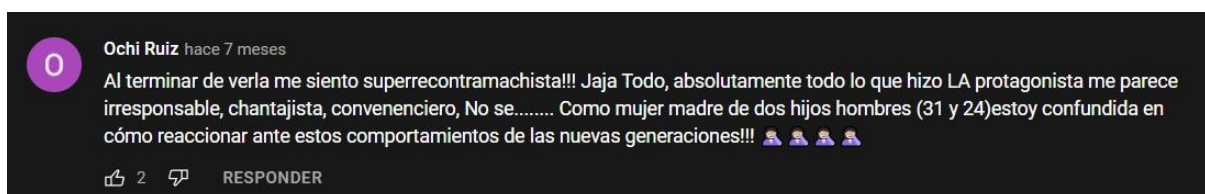
Una desventaja del entorno es que no se conoce la edad de los usuarios, ni su género. Respecto al tema de género, se critica mucho el papel de la madre, reafirmando ideologías respecto a los roles de género. También se hacen muchas discusiones alrededor del lenguaje inclusivo y su rechazo.

Imagen 12. Captura de pantalla de Astro Sí



Fuente: *Youtube* *Todo va a estar bien* | Tráiler Oficial | *Netflix*, 2021

Imagen 13. Captura de pantalla de Ochi Ruiz

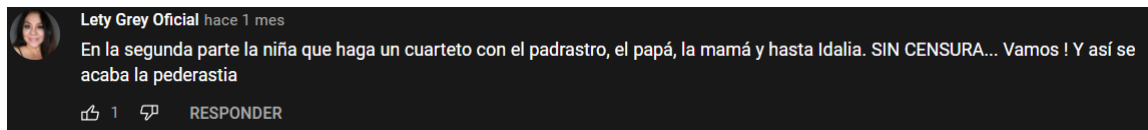


Fuente: *Youtube* *Todo va a estar bien* | Tráiler Oficial | *Netflix*, 2021

Aunque no hay comentarios respecto a la diversidad sexual, pero sí respecto a las prácticas sexuales. Lety Grey comenta: "En la segunda parte la niña hace un cuarteto

con el padrastro, el papá, la mamá y hasta Idalia. SIN CENSURA... ¡Vamos ! Y así se acaba la pederastia"

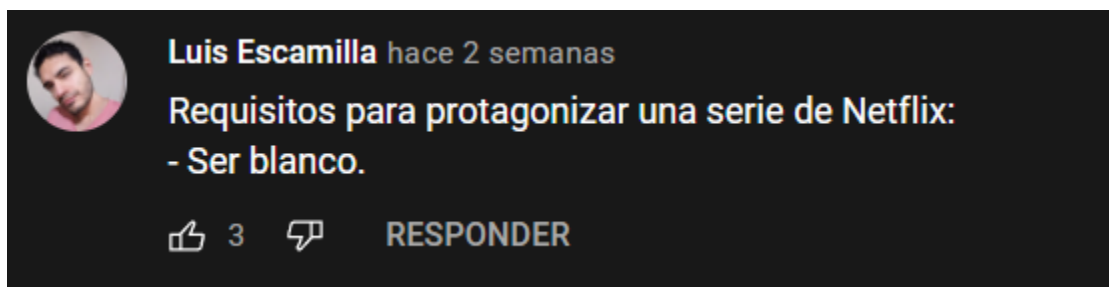
Imagen 14. Captura de pantalla de Lety Grey Oficial



Fuente: *Youtube* Todo va a estar bien | Tráiler Oficial | *Netflix*, 2021

La diversidad étnica y la representación de una clase social media alta también fue blanco de críticas por parte de algunos usuarios. Luis Escamilla comentó: "Requisitos para protagonizar una serie de Netflix: - Ser blanco."

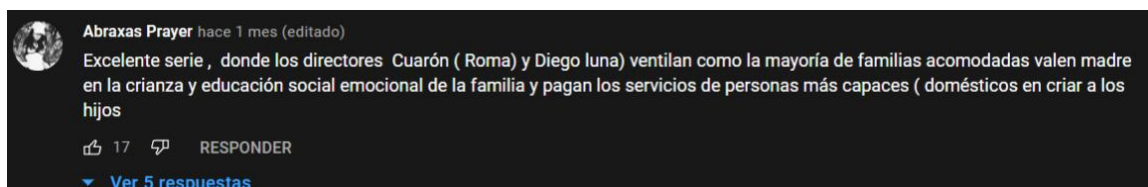
Imagen 15. Captura de pantalla de Luis Escamilla



Fuente: *Youtube* Todo va a estar bien | Tráiler Oficial | *Netflix*, 2021

En el mismo eje, Abraxas Prayer criticó la perspectiva privilegiada de algunos directores: "Excelente serie, donde los directores Cuarón (Roma) y Diego Luna)ventilan como la mayoría de familias acomodadas valen madre en la crianza y educación social emocional de la familia y pagan los servicios de personas más capaces (domésticos en criar a los hijos"

Imagen 16. Captura de pantalla de Abraxa Prayer

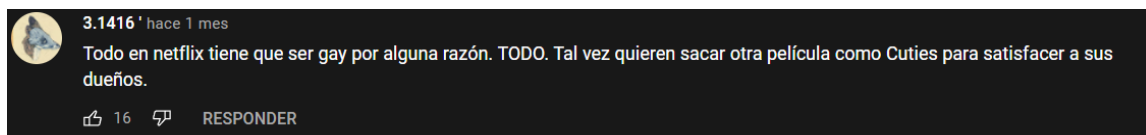


Fuente: *Youtube* Todo va a estar bien | Tráiler Oficial | *Netflix*, 2021

Finalmente se considera que este entorno recopila, basándonos en los comentarios presentados con anterioridad, la resistencia de la audiencia a la aceptación del lenguaje incluyente, pero también existe una gran crítica hacia la condición privilegiada de los creadores de la serie. El espacio reflejó un rechazo a la forma de afrontar las nuevas temáticas narrativas, como las maternidades modernas, los problemas de pareja, las nuevas relaciones sexuales y amorosas, el cuestionamiento de la masculinidad y el acoso laboral.

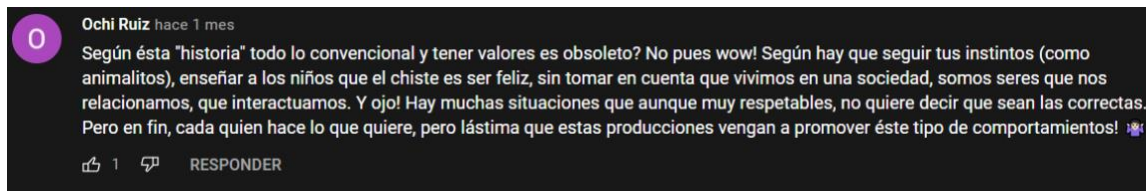
En las capturas que se suceden se evidencia lo mencionado con anterioridad:

Imagen 17. Captura de pantalla de 3.1416'



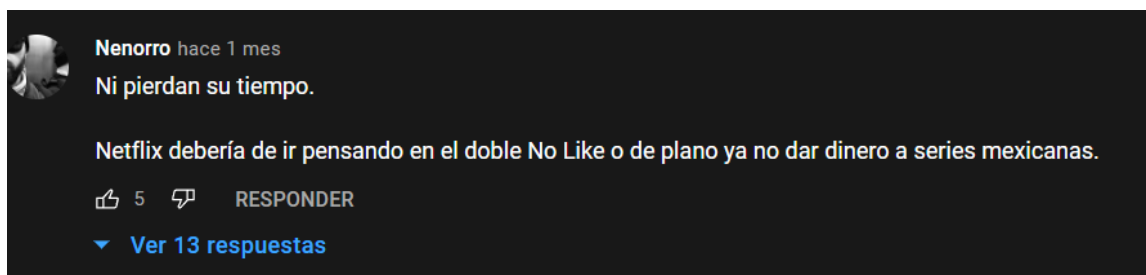
Fuente: *Youtube* Todo va a estar bien | Tráiler Oficial | *Netflix*, 2021

Imagen 18. Captura de pantalla de Ochi Ruiz



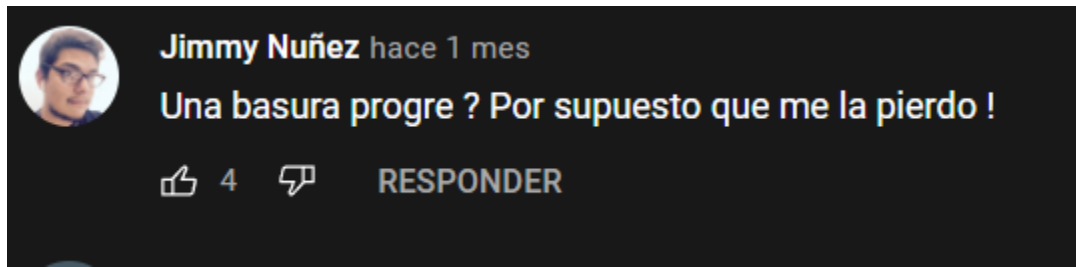
Fuente: *Youtube* Todo va a estar bien | Tráiler Oficial | *Netflix*, 2021

Imagen 19. Captura de pantalla de Nenorro



Fuente: *Youtube* Todo va a estar bien | Tráiler Oficial | *Netflix*, 2021

Imagen 20. Captura de pantalla de Jimmy Nuñez



Fuente: *Youtube* Todo va a estar bien | Tráiler Oficial | *Netflix*, 2021

Conclusiones parciales del análisis de entornos virtuales elegidos

Tomando como base las siguientes categorías de análisis, diversidad sexual, etnia, clase social, género, edad, y diversidad funcional, consideramos que uno de los entornos con críticas más profundas fue la comunidad de *YouTube*, *Todo va a estar bien | Tráiler Oficial | Netflix*, donde se dio espacio a la conversación sobre las nuevas formas de representar la maternidad, la poca diversidad étnica de los protagonistas y el poliamor.

Por otro lado, en el entorno de Cine morras, fue el que más aceptación se registró hacia *Todo va a estar bien*. La aceptación que tuvo la serie fue por la manera en la que se abordaron ciertos temas como la poligamia y el feminismo. Además de una empatía especial por el personaje de la niña, por las problemáticas que se le presentan a este personaje. Este entorno también rectificó el interés y gusto por parte de la población femenina hacia estos formatos melodramáticos, aunque esto no exime que encuentren puntos criticables y reprobación en la trama y en la forma de desarrollar la historia.

En última instancia, el grupo de *Facebook* LA CASA DE LA FLORES fue el menos crítico hacia la serie. La mayoría de los usuarios se limitaban a exponer su gusto por diferentes aspectos del melodrama. La observación más importante sobre este entorno es que incita y refuerza el interés de la audiencia hacia respetar la diversidad sexual y la identidad de género.

En conclusión, la red social de *Facebook* fue el espacio idóneo para desarrollar el proyecto del observatorio virtual, la plataforma de *YouTube* logró llamar también nuestra atención, pues notamos una comunidad interesada en el diálogo, discusión y

crítica de los productos audiovisuales. Esta observación quedará registrada para proyectos similares futuros y que gocen de mayor presupuesto monetario.

Propuesta de producto comunicativo

La propuesta para el producto comunicativo retomando la problemática a la que las audiencias se ven expuestas es una cuenta en la plataforma digital de Instagram, donde se emplean herramientas del brief de marketing para acercarnos al público y para organizar la forma en que sería dirigido el contenido que publicaremos cada semana.

Haciendo uso de las estrategias de comunicación, se definió como elaborar de manera efectiva nuestras publicaciones de acuerdo con nuestros objetivos. Se identificó el mensaje que queríamos proyectar a los usuarios e Instagram que funciona como canal, es correspondiente al tipo de aplicación que usan los usuarios a los que queremos dar nuestro mensaje.

El contenido que se publicará debe ser de calidad y con la certeza de ser fuentes confiables ya que se busca ser una cuenta de confianza para los usuarios, donde se les brindará las herramientas para ser críticos y conscientes de lo que consumen.

Formulando inicialmente una carpeta con elementos de la identidad gráfica, que después se retoman para facilitar la creación de estos contenidos. En la carpeta de identidad se encuentran el diseño del logotipo que fue hecho con base al logo original de Netflix, ya que esta es fácilmente reconocida por el público, dando como resultado “*Checaflix*” que es una mezcla de las palabras checar y la terminación de Netflix; igualmente se creó una segunda variación usando únicamente la letra “C” para resumir todo el nombre, convirtiéndose en el símbolo distintivo de la cuenta.

La paleta de colores resalta el rojo, blanco, gris y negro, siendo estos los colores representativos de la cuenta original de Netflix.

La tipografía que se usó para títulos o palabras que deban ser resaltadas tiene como nombre “*Bebas Neue*” y la tipografía usada para el cuerpo del texto tiene como nombre “*Montserrat*”.

Se incorporaron personajes y gráficos que nos servirán como auxiliares para implementarlos en las publicaciones, además de que crean un carácter más amistoso e informal a las publicaciones y generar confianza con nuestros seguidores.

Se dividieron las publicaciones en estáticas y vídeos, en las publicaciones estáticas desarrollaremos varios hashtags que nos ayudarán a clasificar el contenido, como el #miercolesdereco y #NoteRecomendamos, en la primera se recomiendan los

contenidos que cumplen con la ideología de la cuenta: tener contenido diverso, crítico, que rompa paradigmas y estereotipos, que sea inclusivo y acorde a la sociedad actual; al contrario de los #NoteRecomenamos que serán publicaciones que realcen series que tienen contenido similar al que criticamos, que reproduce estereotipos, que no aporta a la crítica social y que es más de lo mismo, esto con la finalidad de que el usuario no pierda el tiempo consumiendo series que promueven el contenido mediocre. También habrá una sección de paralelismos llamada “*versus*” donde compararemos series y telenovelas antiguas, describiendo su semejanza y el nivel de rating que tuvieron.

Todas las publicaciones seguirán la misma línea de diseño del perfil y deberán cumplir con los requisitos del manual de identidad visual.

Se incluyen videos con los cuales buscamos explicar de mejor manera los estereotipos que desarrollamos en esta tesis y que están presentes en las series de análisis. Además de un video introductorio para explicar cuáles son los elementos con los que se identifican las telenovelas y que podemos reconocer en las series actuales.

Se hizo uso de las leyes de UX para la creación de contenido. El efecto de posición serial que indica que las personas recuerdan mejor lo primero y lo último se implementó en imágenes desenfocadas; donde únicamente se resalta en primer lugar el nombre de la página y después el mensaje que queremos transmitir.

La ley de similitud o semejanza la aplicó desde la creación del logotipo ya que esta nos dice que el ojo humano percibe la similitud de diseños, tomando de referencia la colorimetría de Netflix y replicándola en nuestra cuenta.

Haciendo uso de las estrategias de comunicación, se definió como elaborar de manera efectiva las publicaciones de acuerdo a nuestros objetivos.

Checaflix busca informar a las audiencias y hacer uso de la alfabetización mediática para empoderar a los usuarios sobre los contenidos que reciben día con día en las plataformas de streaming, esto generará que el usuario se vuelva más exigente y crítico y no consuma series o películas que no evidencian a la sociedad actual o sigan reproduciendo narrativas que postergue los estereotipos, así mismo el usuario se volviera un analista de contenidos y buscará nuevas narrativas más complejas y de mayor calidad.

Conclusiones

Se puede concluir que las plataformas de *streaming* siguen utilizando las mismas narrativas melodramáticas para generar sus contenidos, vendiéndolo al público como

un contenido novedoso, sin embargo podemos notar que retoma muchos de los aspectos de narrativas ya usadas previamente en televisión abierta, y ha adaptado las telenovelas que definimos como una narrativa melodramática que se divide en capítulos y que cuenta con elementos significativos como una historia de amor que termina siempre con un final feliz, además cuenta con una clara división de personajes y distinción de pobres y ricos, buenos y malos; llevando todos estos elementos a los contenidos que cataloga con el género de comedia de televisión y drama.

Además, hacen uso de la nostalgia de las narrativas que han predominado en México para reutilizarlas, cambiando un poco el formato, pero con la misma estructura, incluso hacen uso de la proximidad cultural, agregando a sus producciones actores que son representativos de las telenovelas mexicanas, personajes que ya son ubicados por las audiencias y elementos que son reconocidos por los mexicanos ya que anteriormente fueron usados en telenovelas.

Con esto podemos concluir que las narrativas melodramáticas no han desaparecido, sino que se han acoplado a los nuevos modelos de *streaming* que son en su mayoría consumidos por jóvenes, siendo ellos sus principales audiencias y a quienes van dirigidas mayormente las narrativas que las plataformas producen, con esto buscan acercarse a sus audiencias con contenidos que ya conocen y además fomentan el ir creando una línea de contenidos con narrativas creadas para sus audiencias con la finalidad de retenerlos como consumidores de su plataforma.

Conforme las plataformas digitales ganan terreno y cada vez son de mayor acceso para la sociedad, se propone la alfabetización mediática como parte de su derecho a la información haciendo uso de las estrategias que esta considera para brindarle al público las herramientas necesarias para ser críticos ante los programas que consume, es por eso que el producto comunicativo busca brindar información al público para que cuente con las habilidades que le permitan ser conscientes del impacto de los medios en sus vidas, desafiándolos a pensar más allá de lo que ven, procurando percibir contenidos de calidad, multiculturalistas que no sean excluyentes.

Las aportaciones positivas de estos contenidos aparentemente novedosos que desarrolla Netflix como lo fue “La Casa de las Flores” es que se venden como alternativos, ya que van en contra del mensaje hegemónico que invisibiliza a la comunidad LGBT+, realmente no rompen el habitus sino que amplían el espectro de las estructuras estructuradas estructurantes, que conforme la sociedad evoluciona se adhieren nuevas representaciones de la diversidad sexual que es evidenciada en estos contenidos sin embargo esto a su vez conlleva a que se creen nuevos estereotipos tipificados al valor que se le da en la plataforma y que posteriormente son percibidos por las audiencias y reproducidos en sociedad.

Fuentes de consulta

- Aguilar, M. (17 de mayo de 2019). *El Cambio en Estereotipos de Género en Telenovelas y Series de Netflix*. Difusor IBERO. Consultado el 4 de septiembre de 2021 en: <https://difusoribero.com/2019/05/17/el-cambio-en-estereotipos-de-genero-desde-en-telenovelas-y-series-de-netflix/>
- Amossy, Ruth y Herschberg Pierrot, Anne. (2001). *Estereotipos y clichés, Colección Enciclopedia Semiológica*, Buenos Aires: Eudeba.
- Anguita, J. C., Labrador, J. R., Campos, J. D. (2003). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*. Atención primaria, 31(8), 527-538.
- Aterenzani. (6 de febrero de 2017). *Estética del melodrama por Martín-Barbero*. Ciberestética. Recuperado el 6 de abril de 2022 en: <https://ciberestetica.wordpress.com/2017/02/06/estetica-del-melodrama-por-martin-barbero/>
- Benavides Almarza, C., & García-Béjar, L. (2021). *¿Por qué ven Netflix quienes ven Netflix?: experiencias de engagement de jóvenes mexicanos frente a quien revolucionó el consumo audiovisual*. Revista De Comunicación, 20(1), 29-47. <https://doi.org/10.26441/RC20.1-2021-A2>

- Bourdieu, P. (1996). *La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. México: Fontamara.
- Bourdieu, Pierre y Wacquant, Loic. (2008) [1992]. *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bruner, J (Buley, L. (2003). *The user experience team of one, a research and design survival guide*. Rosenfeld.
- Cameron, C. (1997). *Sex-role attitudes. Attitudes and opinions*. Estados Unidos: Prentice Hall, pp. 339-359.
- Castañares, I. (3 de Octubre del 2018). *Las productoras detrás del éxito de 'La Casa de las Flores' y 'Luis Miguel, la Serie'*. El Financiero. Consultado el 4 de septiembre en: <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/las-productoras-detras-del-exito-de-la-casa-de-las-flores-y-luis-miguel-la-serie>
- Castelló-Martínez, A. (2020). *Análisis interdisciplinar de la serie Élite (Netflix): narrativas transmedia, generación Z, tendencias del consumidor y brand placement*. Revista Inclusiones Vol: 7 núm Especial. 01-26.
- Cisnero Mendieta, S. E. (2020). *Análisis de la semiótica visual de la serie 'La Casa de las Flores' y su incidencia en el desarrollo de estereotipos de géneros en estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil: Facultad de Comunicación Social.
- Cohen, Ernesto. y Martínez, Rodrigo. (1999). *Formulación, evaluación y monitoreo de proyectos sociales*. CEPAL.
- Coll, Mercé. y Esquirol, Maribel. (Ed.). (2003). *El análisis de la publicidad. Drag Magic*.
- Cornelio-Marí, E. M. (2020). *Melodrama mexicano en la era de Netflix: algoritmos para la proximidad cultural*. Comunicación y Sociedad. Consultado el 2 de septiembre en: <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7481>
- Debord, G. (2002). *La Sociedad del espectáculo*. La Marca.
- DeCarvalho, Lauren J., Martínez-Carrillo, Nadia I. (2018). *Serving (Fetishized) Time: An Intersectional Analysis of Netflix's Food Trucks in Mexico and the United States*. The Journal of Popular Culture. Vol 04. 51; Issue 2.
- Del Fresno, M. (2011). *Netnografía. Investigación, análisis e intervención social online*. Barcelona: Editorial UOC.
- Dubatti, J. (2008). *Historia del Actor. Análisis teatral*. Argentina: Ediciones Colihue.S.R.L.
- Entel, R. (2004). *Mujeres En Situación De Violencia Familiar*. Buenos Aires: Espacio Print.
- Garmarnik, E. (2009). *Estereotipos sociales y medios de comunicación: Un círculo vicioso*. Universidad de Buenos Aires. Consultado el 1 de diciembre de 2021 en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/33079>
- Gómez, G. (2017) “*El uso del texto narrativo como estrategia para mejorar la comprensión lectora en niños de educación general básica*”: Universidad de Cuenca
- González, M. (31 de julio de 2019). *Series mexicanas en plataformas digitales repiten estereotipos de género de la televisión tradicional*. Red Universitaria de Jalisco, Universidad de Guadalajara. Consultado el 3 de septiembre en <https://www.udg.mx/es/noticia/series-mexicanas-plataformas-digitales-repiten-estereotipos-genero-televisión-tradicional>

- González, R. (1999). *La construcción de estereotipos andaluces por los medios*. Comunicar, núm. 12. España: Grupo Comunicar Huelva.
- Hist Pavis, P. (1998). *Diccionario del teatro. Dramaturgia, estética, semiología*. España: Paidós.
- Marulanda, J. (2006). Cit. Sabido (1999). *La Metodología Sabido*. The Communication Initiative Network convening the communication and media development, social and behaviour change community. Consultado el 5 de abril de 2022 en: <https://www.comminit.com/node/192818>
- Martins Néia, L. (2018). *Del teatro francés del siglo XVIII a la ficción televisiva transnacional del siglo XXI: el melodrama como paradigma transgénero, transcultural y transhistórico*. Costa Rica: Asociación Latinoamericana de investigadores de la comunicación. Consultado el 31 de marzo de 2022 en: https://www.researchgate.net/publication/338103677_Del_teatro_frances_del_siglo_XVIII_a_la_ficcion_televisiva_transnacional_del_siglo_XXI_el_melodrama_como_paradigma_transgenero_transcultural_y_transhistorico_From_the_French_Theatre_of_the_18th_Centur
- La Hora Nacional Blog. 2018. *Miguel Sabido, dramaturgo y productor. Padre del Entretenimiento Educativo*. Consultado el 6 de abril de 2022 en: <https://www.gob.mx/lahoranacional/articulos/miguel-sabido-dramaturgo-y-productor>
- Loera, M., E. (2013). *El melodrama, una ideación mexicana*. Universidad de Guadalajara. Consultado el 31 de marzo de 2022 en: <https://www.udg.mx/es/noticia/el-melodrama-una-ideacion-mexicana>
- Mannheim, K. (1993). *Ideología y Utopía. Introducción a la sociología del conocimiento*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Martín-Barbero, J. y Muñoz, S. (1992). *Televisión y melodrama Géneros y lecturas de la televisión en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación, Las extensiones del ser humano*. Paidós.
- Mons, A. (1994). *La metáfora social, Imagen, territorios televisivos, comunicación*. Argentina: Ediciones Nueva Visión. pp. 129-151.
- Ortiz, A. (2020). *Breve historia de lo queer en la telenovela mexicana*. CUÓRUM: Morelia Disponible en: <https://cuorum.com.mx/2020/09/20/breve-historia-de-lo-queer-en-la-telenovela-mexicana/>
- Pavis, P. (1983). *Diccionario del Teatro. Dramaturgia, Estética, Semiología*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Pérez García E. M, Leal Larrate, S. A. (2017). *Las telenovelas como generadoras de estereotipos de género: el caso de México*. Universidad de Medellín. Consultado el 4 de septiembre en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6403255>
- Repoll, Jeronimo. *Estrategias transmedia para el melodrama en México*. Virtualis, [S.I.], v. 12, n. 22, p. 56-76. Consultado el 4 de septiembre en: <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/375>
- *Rompiendo los estereotipos de las telenovelas – La casa de las flores*. (S.f). El círculo del Fotograma. Consultado el 4 de septiembre en <https://elcirculodelfotograma.com/2018/09/05/rompiendo-los-estereotipos-de-las-telenovelas-la-casa-de-las-flores/>

- Sánchez, Carlos (2018). *La narración según Bruner, en la formación de la identidad del yo del niño*, EFDigital Educación y futuro, núm.17. pp. 5-31
- Santillana, R. (2004). *La perspectiva de género en la televisión: una urgencia impostergable*. Faísca, núm. 11. pp. 135-160.
- Scolari, C (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*: DEUSTO
- Segato, R. (2017). Cap. 2. Racismo, discriminación y acciones afirmativas: herramientas conceptuales (pp. 43- 62). Buenos Aires, Argentina: CLACSO
- Silvestre, J. (26 de abril de 2020). *Por qué “La Casa de Las Flores” ha marcado un antes y un después en la ficción*. Fotograma. Consultado el 4 de septiembre en <https://www.fotogramas.es/series-tv-noticias/a32265328/la-casa-de-las-flores-critica-temporada-3/>
- S.J, Taylor. y R, Bogdan. (Ed.). (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Editorial Paidós.
- Stam, R. (2001). *Teorías del cine. Una introducción*. Barcelona: Paidós.
- Straubhaar, D, J., Castro, D, Duarte, Guilherme, L., Spence, J. (2019). *Class, pay TV access and Netflix in Latin America: Transformation within a digital divide*. Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies., Vol. 14(2) 233–254.
- Terracota, S. (24 de octubre de 2019). *Manolo Caro, director de La Casa de las Flores, es criticado por trabajar solo con actores de piel blanca*. Tomatazos, Consultado el 3 de septiembre en <https://www.tomatazos.com/noticias/401925/Manolo-Caro-director-de-La-Casa-de-las-Flores-es-criticado-por-trabajar-solo-con-actores-de-piel-blanca>
- Tiznado Armenta, K. (2017). *Narcotelenovelas: la construcción de nuevos estereotipos de mujer en la ficción televisiva de Colombia y México a través del retrato de una realidad social*. Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado el 12 de Marzo del 2020, de: <https://www.tdx.cat/handle/10803/459153?show=full>
- Turpo Gebera, O.W. (2008). *La netnografía: un método de investigación en Internet*. Educar.
- Yablonski, J. (21 de abril de 2020). *Laws of UX, Using psychology to design better products and services*. O'REILLY.
- Forssell, A. (2019). *Whitexican: hacia una definición crítica*. NEXOS. <https://cultura.nexos.com.mx/whitexican-hacia-una-definicion-critica/>
- Juris, T. (2017). Estudios sobre la discriminación y el racismo en los contenidos de los medios de comunicación en México. *Revista Iberoamericana de Comunicación*. 1-34. <https://ric.iberomx.com/index.php/ric/article/view/71/57>
- Marín, A. (04 de abril de 2021). *Clasismo*. Economipedia. Consultado el 19 de abril de 2022 de <https://economipedia.com/definiciones/clasismo.html>
- Quecha, C. (2016). *Pigmentocracias. Etnicidad, raza y color*. (Reseña). *DIARIO DE CAMPO*, Cuarta época, núm. 5. 1-7. <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/diariodecampo/article/view/14709>
- Juris, T. (2021). Las prácticas corporales y el racismo colorista en el contexto mediático en México. *Inter disciplina* vol. 8 (no. 22). http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-57052020000300113
- Albertoni, A. (1987). Teoría de las élites y elitismo. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, vol. 33 (no. 127), 1-16. <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/view/71107/62820>

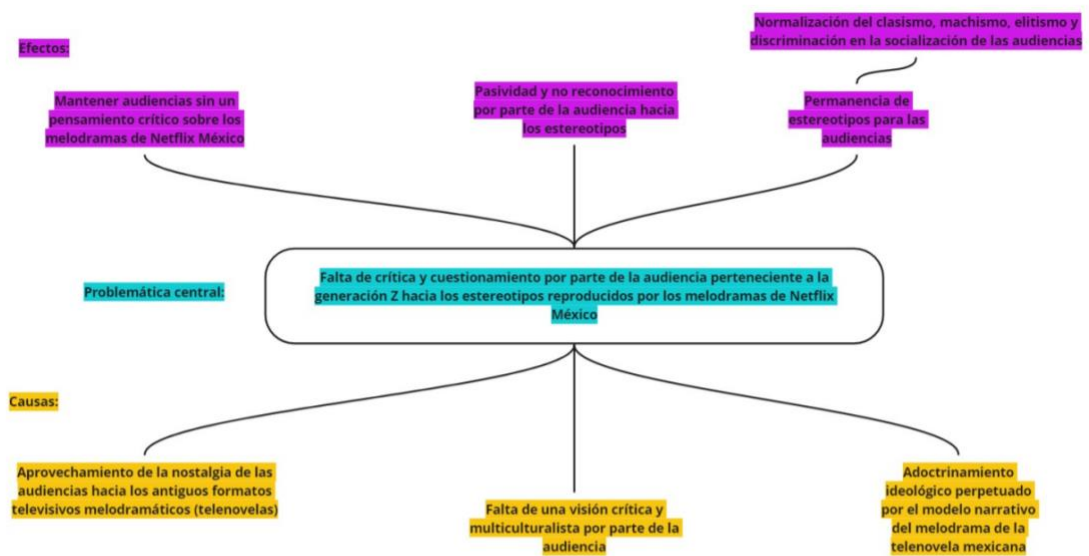
- Van Dijk, T. (1993). *El racismo de la élite*. <http://www.discursos.org/oldarticles/EI%20racismo%20de%20la%20%E9lite.pdf>
- Hernández, P. (23 de febrero de 2022). *Estereotipos sociales y culturales: qué son, tipos, ejemplos y su influencia en la sociedad*. Cinconoticias. Recuperado el 19 de abril de 2022 de <https://www.cinconoticias.com/estereotipos-sociales/>
- Velázquez, A., Sugiyama Ito, M. (2019). Minorías y estereotipos: los estudiantes homosexuales en el discurso de sus profesores. *Revista de la Educación Superior*, vol. 48 (190). 1-19. <http://www.scielo.org.mx/pdf/resu/v48n190/0185-2760-resu-48-190-93.pdf>
- Bernal, G., Luna, D. (Productores ejecutivos). (2021-presente). *Todo Va a Estar Bien*. [Serie de Televisión]. La Corriente del Golfo; Netflix México.
- Caro, M., Ley, R., Córdova, M., Arredondo, M. (Productores ejecutivos). (2018-2020). *La Casa de Las Flores*. [Serie de Televisión]. Noc Noc Cinema; Netflix México.
- Nesma, A. (Productora ejecutiva). (1995). *María, la del barrio*. [Telenovela]. Televisa.
- Pimstein, V. (Productor ejecutivo). (1979-1980). *Los ricos también lloran*. [Telenovela]. Televisa.
- Alfonso, C. (Director). (2018). *Roma*. [Película]. Participant Media; Esperanto Filmoj.
- Santillana, R. (2004). La perspectiva de género en la televisión: una urgencia impostergable. *Dialnet. Faísca*, (no. 11), 135-160. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2477063>
- Alcalá Cortijo, M. S., Ros Mulero, C., & Fernández Núñez, S. (1988). Estudio de los estereotipos sexuales a través de los medios audiovisuales,
- Crovi, Delia (2002). Sociedad de la información y el conocimiento. Entre el optimismo y la desesperanza. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, XLV(185), 13-33. [fecha de Consulta 26 de Abril de 2022]. ISSN: 0185-1918. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42118502>
- Pérez-Tornero, J. M. (2008). La sociedad multipantallas: retos para la alfabetización mediática. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 16(31), 15-25.
- García-Ruiz, R., Ramírez García, A., & Rodríguez-Rosell, M. M. (2014). Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora= Media Literacy Education for a New Prosumer Citizenship. *Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora= Media Literacy Education for a New Prosumer Citizenship*, 15-33.
- Lee, A., & So, C. (2014). Alfabetización mediática y alfabetización informacional: similitudes y diferencias. *Comunicar*, 21(42), 137-146.
- García-Ruiz, R., Aguaded, I., & Rodríguez-Vázquez, A. I. (2014). Propuesta de alfabetización mediática ante los estereotipos de género en los medios de comunicación: Resultados y valoración de "Rostros de Mujer". *Prisma Social. Revista de Ciencias Sociales*, 13, 576-609.
- UNESCO. (2021). La amenaza de la desinformación y sus efectos. Recuperado a partir de <https://es.unesco.org/red-ami-mx>

Anexos

Manual de identidad visual gráfica y digital

Árbol del problema

Árbol del problema



miro

Árbol de objetivos

Árbol de objetivos

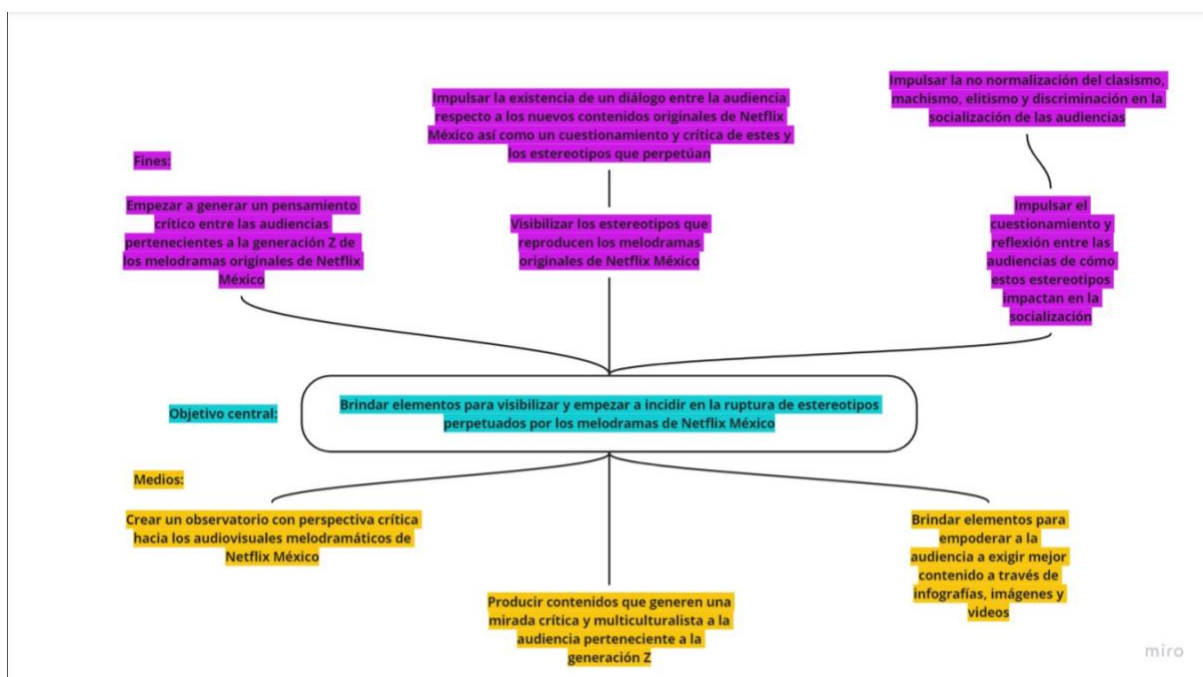


Diagrama de Gantt

Diagrama de Gantt / Calendarización

Actividad	Semanas																																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33				
Protocolo PT 1	■																																				
Protocolo PT 2 y entrega parcial		■																																			
Presentación oral entrega parcial			■																																		
Vacaciones intertrimestrales				■	■	■																															
Lecturas marco para marco histórico y conceptual							■	■									■																				
Desarrollo del marco histórico							■	■																													
Desarrollo del marco conceptual									■	■						■	■																				
Maquetar propuesta proyecto y focus group 1											■	■																									
Vacaciones de invierno												■	■																								
Entrega parcial: avances de desarrollo																		■																			
Presentación oral entrega parcial																																					
Vacaciones intertrimestrales																							■	■													
Planeación y edición de publicaciones																								■	■	■											
Apertura cuenta de instagram																									■	■											
Ejecución del proyecto (primera publicación de la cuenta)																									■	■											
Control cuenta de instagram																																					
Focus group																																					
Publicación instagram																																					
Recuento resultados de proyecto																																					
Presentación oral entrega parcial																																					
Corregir observaciones																																					
Corregir observaciones del proyecto																																					
Entrega final																																					
Presentación oral entrega final																																					
Investigación		■																																			
Vacaciones			■																																		
Entregas				■																																	
Observatorio instagram					■																																

Síntesis del estado del arte (tabla)

Tabla de síntesis del estado del arte

Categoría de búsqueda	Datos de la fuente'		Síntesis de planteamientos más importantes sobre el tema		Aportaciones sobresalientes	Críticas hacia la fuente	Aspectos pendientes sobre el tema
	Completo	APA	Teóricos	Metodológicos			
Melodrama, Netflix, Telenovela mexicana,	Cornelio-Mari Elia Margarita, 8 de enero de 2020, Departamento de Estudios de la Comunicación Social Universidad de Guadalajara.	Cornelio-Mari, E. M. (2020). Melodrama mexicana no en la era de Netflix: algoritmos para la proximidad cultural. Comunicación y Sociedad. Consultado el 2 de septiembre en https://doi.org/10.32870/ve	Teóricos Netflix ha usado a América Latina como un mercado de pruebas donde se ha confirmado que hay que mantener la lealtad de las audiencias, dándole al público el contenido que quiere, para esto ha implementado cierto tipo de estrategias para crear proximidad y agrado con el público. La ruta que tomó Netflix fue creando una versión específica de mercado,	Metodológicos	Proximidad cultural: es una atracción aparentemente común que las audiencias sienten hacia productos culturales, tales como la televisión o la música, que son cercanos en contenido cultural y estilo con la propia cultura de las audiencias. La mayoría de las audiencias parecen preferir programas de televisión que sean lo más cercanos posible en idioma, apariencia étnica, vestido, estilo, humor, referencias históricas y conocimiento	Estos artículos están escritos y analizados por mujeres, quienes reafirman la tendencia de Netflix por producir melodramas disfrazados de comedia	Contenido muy completo, con los elementos que nos aborda se puede hacer un análisis más crítico y específico de la serie que analizaremos La casa de las Flores

		v2020.7481	adaptar el contenido integrando subtítulos y doblajes, finalmente creando contenido original específicamente creado para las preferencias del mexicano, la comedia y el melodrama. Los algoritmos y la tendencias analizados en el big Data de Netflix ayudan a que los contenidos originales sean cada vez más específicos de acuerdo a las preferencias del cliente. La pérdida de las licencias de novelas de televisa, obligó a Netflix		temático compartido (Straubhaar, 2007, p. 26). Modelo Chalaby Luis Miguel: La Serie aprovechó la nostalgia de la Generación X y presentó la música del cantante mexicano a los nombrados <u>Millenials</u> . Monsivais dice que la bastardía de tener dos familias (modelo aplicado en varias series de netflix) es un elemento claro del melodrama.		
--	--	------------	---	--	--	--	--

			a continuar con la creación de contenidos con tendencia melodramática .				
Plataformas de streaming, series mexicanas, <u>esterotipos</u> .	González Mariana, 31 de julio de 2019., Series mexicanas en plataformas digitales repiten estereotipos de género de la televisión tradicional, Red Universitaria de Jalisco, Universidad de Guadalajara.	Mariana, M. (31 de julio de 2019). Series mexicanas en plataformas digitales repiten estereotipos de género de la televisión tradicional. Red Universitaria de Jalisco, Universidad de	De acuerdo a los estudios de Fabiola <u>Alcalá</u> , doctora de <u>CUCSCH</u> analizando 3 series producidas por Netflix, reafirmó el hecho de que a pesar de que la plataforma se vende como creadora de contenidos nuevos, realmente repite todos los estereotipos de género que había en las telenovelas, agrupando a las mujeres en		En la televisión se repiten ciertos esquemas sociales, por lo que "es importante que estos espacios muestran cosas distintas y otras formas de contar, donde se naturalizan los avances que tenemos como sociedad" Fabiola Alcalá	El contenido del artículo es muy radical respecto al análisis de las 3 series	Esta investigación habla muy en general sobre la reproducción de estereotipos de género sin embargo, se centra en el ejemplo de 3 series donde la mujer es una de las actrices principales, hace falta ubicar las afirmaciones de la doctora en la serie que vamos a analizar.

		Guadalajara. Consultado el 3 de septiembre en https://www.udg.mx/es/noticia/series-mexicanas-plataformas-digitales-repiten-este-reotipo-s-genero-television-tradicional	"la mala" "la boba bonita", la madre soltera etc, Netflix agrega contenido lgbt, o lenguaje más informal pero aun reproduce estos estereotipos marcados de las telenovelas			
Manolo Caro, Clasismo.	Terracota Sofi, 24 de Octubre de 2019, Manolo Caro, director de La Casa de las Flores, es criticado por trabajar solo con actores de piel blanca,	Terracota, S. (24 de octubre de 2019). Manolo Caro, director de La Casa de las	En otros países, el tema de la inclusión ha sido reconocido y trabajado sin embargo en México muchos productores aún se		Las producciones racistas donde solo se integran actores blancos a los elencos fomentan el clasismo y la separación de individuos, Hay que dejar los prejuicios y la discriminación en	Caro no es incluyente solo por no tener personas de tez morena Indagar porque los actores de tez morena en producciones de Manolo Caro cumplen con el estereotipo de

		Flores, es criticado por trabajar solo con actores de piel blanca. Tomatazos, Consultado el 3 de septiembre en https://www.tomatazos.com/noticias/401925/Manolo-Caro-director-de-La-Casa-de-las-Flores-es-criticado-por-trabajar-solo-con-actores-de-piel-blanca	rehúsan a trabajar con elencos de tez no blanca y este es el caso de Manolo Caro quien en sus producciones es inevitable reconocer su preferencia por actores blancos. El público en redes sociales ha criticado estas preferencias evidenciando que perpetúa el clasismo y la división de clases sociales.		el pasado y fomentar la creación de contenidos incluyentes	ser pobres o delincuentes.
--	--	--	---	--	--	----------------------------

		iel-blanca					
Violencia de género, Telenovela mexicana, esterotipos	Martha Estela Pérez García, Sandra Adriana Leal Larrarte, Universidad de Medellín, 2017.	Pérez García E. M, Leal Larrarte, S. A. (2017). Las telenovelas como generadoras de estereotipos de género: el caso de México. Universidad de Medellín. Consultado el 4 de septiembre en https://dialnet.unirioja.es/servlet	En el México posrevolucionario se necesitaban historias que presentaran a personajes disidentes que no concordaban con los ideales de la nación, de ahí surge la creación de historias y personajes "irreales" o que seguían la construcción cultural de género. Los medios influenciaron la desigualdad de género entre hombres y mujeres influyendo negativamente desde las edades más tempranas,	Investigación documental con datos y testimonios.	El artículo señala el nulo compromiso de las televisoras a presentar mujeres reales como protagonistas de las historias. Resalta como la televisión es uno de los medios de información y movilización más importantes, así como los ciudadanos recibimos constantemente la normalización y reproducción de estereotipos por parte de los medios masivos. Apartado completo de como las telenovelas mexicanas nacieron como un apoyo al proyecto de nación.	Más que una crítica es un reconocimiento o hacia las autoras, ya que en tan solo 19 páginas analizaron y cuestionaron un arquetipo impuesto en su mayoría por hombres utilizando la telenovela mexicana como medio.	No hay mención de los testimonios que se utilizaron para la investigación.

		et/articulo?codigo=6403255	normalizando la discriminación, desigualdad y violencia de género. Recabo histórico así como análisis de la creación, influencia y perpetuación de estereotipos hacia las mujeres mexicanas no solo por las telenovelas sino también por las televisoras y productoras. TEÓRICOS: Se define violencia simbólica, género, estereotipos de género, arquetipos, identidad de género.		La representación de la mujer mexicana en las telenovelas mexicanas está construida sobre un patrón eurocéntrico y anglosajón, excluyendo de los medios a las mujeres de otras razas y hasta a la misma mujer mexicana morena. Resalta el hecho de como lo que observamos/consumimos se incorpora en el imaginario social y por ende, se normaliza.		
La Casa de las Fores .	El círculo del Fotograma.	Rompiendo los	Análisis no tan profundo, más		Se reconoce a la telenovela como	No hay una crítica real	Llama a la serie una

estereotipos, ficción	Rompiendo los estereotipos de las telenovelas - La Casa de las Flores.	estereotipos de las telenovelas – La casa de las flores, (s.f). El círculo del Fotograma. Consultado el 4 de septiembre en https://elcirculodelfotograma.com/2018/09/05/rompiendo-los-estereotipos-de-las-telenovelas-la-casa-de-las-flores/	como una opinión o review de la primera temporada de La Casa de las Flores, así como su similitud con otras series americanas como Jane the Virgin, Weeds y Desperate Housewives.		un formato que ha mantenido audiencias durante años. Menciona que el barrio donde se encuentra la Casa de las Flores es elitista. Sin embargo, se reconoce como la serie rompe con estereotipos perpetuados por las telenovelas mexicanas, en este caso, la inclusión de personajes pertenecientes a la comunidad lgbttiq, así como escenas de sexo explícito y consumo de marihuana. Menciona los ámbitos más técnicos de la serie; estética, escenografía y vestuario.	hacia la serie pero teniendo en cuenta la naturaleza del escrito considero podría no solo haberse resaltado y enaltecido ciertos ámbitos, sino también cuestionar muchos otros.	reivindicación del género (telenovela) pero no ahonda más en el porqué.
-----------------------	--	--	---	--	---	---	---

La Casa de las Flores, estereotipos	Juan Silvestre, 26 de abril de 2020, Por qué "La Casa de Las Flores" ha marcado un antes y un después en la ficción. Fotograma.es.	Silvestre, J. (26 de abril de 2020). Por qué "La Casa de Las Flores" ha marcado un antes y un después en la ficción. Fotograma. Consultado el 4 de septiembre en https://www.fotogramas.es/series-tv-noticias/a32265328/la-casa-de-las-flores-cri	Análisis general de porqué la serie fue un parteaguas en la ficción por diferentes motivos, se toma en cuenta la tercera y última temporada de la serie. El principal, es la trama inclusiva, se tratan temas como la homosexualidad, la transexualidad, el aborto, etc. La Casa de las Flores esconde una brutal crítica al sistema; las luchas de las clases sociales, las apariencias, intento por mantener las tradiciones		Reconoce a las telenovelas como un género hermoso, así como el homenaje que la serie hace a estas. Menciona también como la construcción de la serie es bastante agradable a la vista, refiriéndose a las locaciones, colores, créditos, intro, vestuario, escenografía, etc. El soundtrack podría ser hasta otro personaje ya que tiene una importancia crucial en el desarrollo de la serie. El uso de flashback como elemento narrativo para entender más a fondo el contexto y desarrollo de los personajes principales.	Menciona que Paulina de la Mora está inspirada en varias mujeres reales, ¿en qué mujeres?, ¿anglosajonas y eurocentristas?, ¿o es más en el ámbito de sus problemáticas personales?, no se aclara.	Por la fecha, el artículo finaliza con una despedida hacia la serie, más no hay mención o actualización de cuando salió la película.
-------------------------------------	--	--	--	--	---	--	--

		bero.com/2019/05/17/el-cambio-en-estereotipos-de-genero-desde-en-telenovelas-y-series-de-netflix/					
La Casa de la Flores, streaming, telenovelas, melodramas		Hernández, G. C. (2020) Mensajes alternativos y sus lecturas mediáticas en tiempos de Netflix: un análisis a partir de La Casa	Lectura mediática: Los contenidos están codificados a manera que todas las audiencias pueden interpretarlo de diferentes formas. Stwart Hall propone 3 tipos de lecturas. Las lecturas repercuten en el interactuar social, según Hall.	Tiene una parte cuantitativa donde mide la estadística de el mensaje alternativo que muestra la telenovela	La hegemonía emite discursos ideológicos que reflejan de manera naturalizada el orden social: personajes blancos buenos, minorías étnicas antagonistas, matrimonios heterosexuales, personajes masculinos poderosos económicamente y héroes, y personajes femeninos débiles y sumisos, encargadas de el	La investigación asevera que la Casa de las Flores es una telenovela que rompe con paradigmas melodramáticos anteriores, sin embargo en su análisis tiene apenas más de la mitad de mensajes alternativos.	El artículo explica el impacto de las lecturas con ayuda de autores como Canclini, Barbero y Stwart Hall. Quizá faltaría agregar nuevas teorías de la recepción de audiencias.

		de las Flores Recuperado el 3 de Septiembre del 2021 en: http://repositorio.tec.mx/handle/11285/636427			hogar. Sin embargo el público no reproduce pasivamente estas ideologías.		
Estereotipos femeninos, nuevas series Netflix.		Alcalá, F. La visualidad de los personajes femeninos en series de ficción mexicanas producidas por Netflix. Televisión en	Explica la Visualidad y la contravisualidad. En la primera es la forma hegemónica de representar las cosas, y en la segunda es el mensaje alterno a esta, en algunos casos contrarios. Explica que la representación femenina casi siempre	No hay metodología.	La Visualidad y <u>contravisualidad</u> con respecto a las teorías de.. También explica que algunas series siguen replicando las fórmulas televisivas, sólo que ahora con lenguaje soez y escenas sexuales.	El autor se pregunta si no se pueden encontrar personajes femeninos que <u>perpetuen</u> su ternura y feminidad siendo fuertes, atractivas e inteligentes al mismo tiempo. Consideró que debió preguntarse más sobre la complejización de las	Falta explicar los nuevos estereotipos que se presentan.

		tiempos de Netflix, 109. Recuperado el 3 de Septiembre del 2021 en: http://www.publicaciones.csh.udg.mx/kiosko/2020/television_netflix.pdf#page=110 .	ha caído en una binariedad casi antagonista (entre mujeres buenas y malas) y que la verdadera <u>contravisualidad</u> sería presentar mujeres que no entren ello.			personajes, pues en la investigación observó que sí hubo cambios sutiles de las anteriores representaciones.	
Transmedia de los melodramas, telenovelas, streaming		Repoll, J. (2021). Estrategias transmedia para el melodrama en México. Virtualismos, 12(22), 56-76. Recuperado el 3 de Septiembre del 2021 en: http://www.revistavirtualismos.mx/index.php/virtualismos/article/view/375	La televisoras ocuparon la metodología OBITEL que consiste en: a) descripción de la propuesta transmedia de la televisoras (sitios oficiales: web y redes <u>sociodigitales</u>)	Por tanto la investigación utiliza una forma cuantitativa, contando los comentarios respecto a categorías como actores y televisoras. Sin embargo también utiliza la interpretación de	El universo de telenovelas de <u>VencerMx</u> tiene su transmedialización en la ocupación de plataformas como tik tok, la página de internet de televisa y la plataforma de Blim	Explica que la transmedialidad fue un paso difícil para las televisoras, aunque intentaron incorporar contenidos nuevos y vías de comunicación que les	Estas nuevas bio series transmitidas por VoD se aprovechan de la nostalgia que causa recordar las canciones de los artistas.

		12(22), 56-76. Recuperado el 3 de Septiembre del 2021 en: http://www.revistavirtualismos.mx/index.php/virtualismos/article/view/375	; b) identificación de productos generados por los usuarios (fandom); c) recepción transmedia/expresiones transmedia en red (caracterización de las prácticas dominantes de los usuarios: comentario, discusión/celebración/crítica, recomendación, otros).	dichos comentarios.		permitieran mantenerse en contacto con las nuevas audiencias.	
--	--	---	---	---------------------	--	---	--

Instrumentos de diagnóstico (guías y formatos)

Encuesta perfiles personales de *Instagram*

¿Has visto *La casa de las flores*?

- A) Sí
- B) No

¿Has visto *Todo va a estar bien*?

- A) Sí

B) No

Encuesta Google Forms

*Correo electrónico

Preguntas demográficas:

Edad:

Género:

- Mujer
- Hombre
- No binarie
- Otro:

¿Ves telenovelas actualmente?

A) Sí

B) No

¿Has visto *La casa de las flores*?

A) Sí

B) No

¿Has visto la serie *Todo va a estar bien*?

A) Sí

B) No

Sección *La casa de las flores*

¿Consideras que *La casa de las flores* fue innovadora dentro de los contenidos originales de *Netflix México*?

A) Sí

B) No

C) Medianamente

¿Te gustó?

A) Sí

B) No

¿La casa de las flores te recuerda a una telenovela?

A) Sí

B) No

¿Consideras que la comunidad LGBTTTIQ+ fue representada de manera correcta en la serie?

A) Sí

B) No

C) Medianamente

Esta serie reproduce estereotipos de:

A) Clase social

B) Género

C) Orientación sexual

D) Étnicos

Sección *Todo va a estar bien*

¿Consideras que *Todo va a estar bien* representó y trató temas actuales?

A) Sí

B) No

C) Medianamente

¿Cómo cuáles? -Respuesta abierta-

¿Te gustó?

A) Sí

B) No

¿Consideras que la comunidad LGBTTTIQ+ fue representada de manera correcta en la serie?

A) Sí

B) No

C) Medianamente

Esta serie reproduce estereotipos de:

- A) Clase social
- B) Género
- C) Orientación sexual
- D) Étnicos

Transcripción de notas de observación participante implementada para el diagnóstico

Captura por Valeria Liévanos

Fecha de recuperación 8/09/ 2021

Observación: los comentarios de crítica hacia la evidente exclusión racial de Manolo Caro en sus personajes protagónicos, son en su mayoría hechos por jóvenes pertenecientes a la generación z, quienes comparan el trabajo del director con las típicas producciones de telenovelas de televisión abierta que hacen constante referencia a las diferencias de clases sociales.

Imagen 19. Captura de pantalla de @SoyDeMielMorena



Fuente: Twitter

Captura por Valeria Liévanos

Fecha de recuperación: 10/09/ 2021

Observaciones: Este tuit nos habla sobre la clara exclusión de personajes de tez morena en las producciones de Manolo, sin embargo cuando hace uso de estos para “integrarlos” es de una forma humillante o menospreciando el color de su piel, encasillando en papeles de pobres o marginados e incluso delincuentes.

Imagen 21. Captura de pantalla de @MawSaldivar



Fuente:Twitter

Captura por: Valeria Liévanos

Fecha de captura:18/09/021

Observaciones: ActitudFem, un medio de comunicación para mujeres hace una crítica a la trama que Manolo Caro ha encasillado en sus producciones, haciendo una crítica que la narrativa de estas se enfoca en familias de clase acomodada. Esta ha sido una fórmula

que Manolo Caro ha ido manejando en sus últimas producciones, y que con el paso del tiempo es evidente su naturalización ante el tema de seguir reproduciendo contenido que estereotipa a la una parte de la sociedad mexicana.

Imagen 22. Captura de pantalla de @Soy_Actitud



Alguien tiene que decirle a **Manolo Caro** que México es más que familias de **blancos** ricos
actitudfem.com/guia/cine-y-te...



8:03 p.m. · 14/09/20 · TweetDeck

Fuente: Twitter

Captura por: Valeria Liévanos

Fecha: 20/08/21

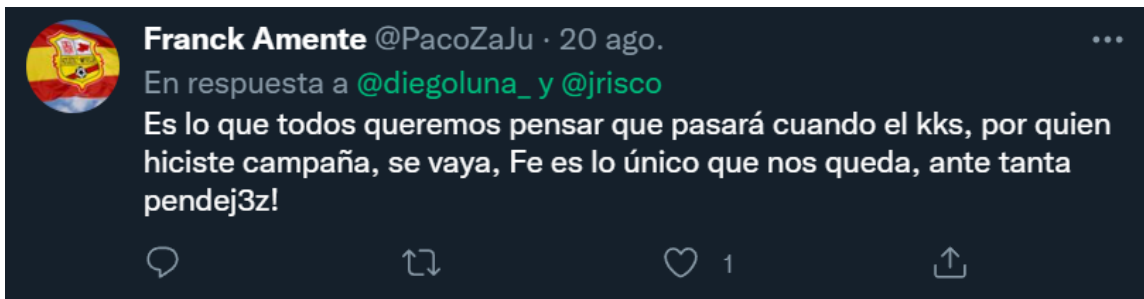
Observaciones: En el día del estreno, en twitter, ya había señalamientos de proselitismo político por parte de la serie.

Imagen 23. Captura de pantalla de @Tabo_Racho



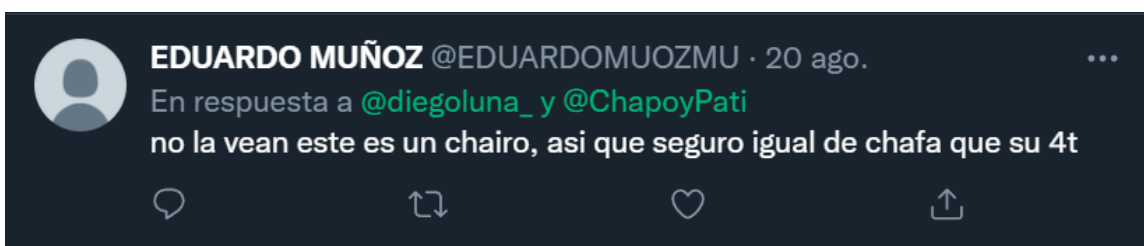
Fuente: Twitter @diegoluna_, 20 de agosto de 2021

Imagen 24. Captura de pantalla de @PacoZaJu



Fuente: Twitter @diegoluna_, 20 de agosto de 2021

Imagen 25. Captura de pantalla de @EDUARDOMUOZMU



Fuente: Twitter @diegoluna_, 20 de agosto de 2021

Captura por: Valeria Liévanos

Fecha: 20 y 21/08/21

Observaciones: Un día después del estreno se crítica la construcción de los personajes, así como la poca inclusión (cast blanco).

Imagen 26. Captura de pantalla de @MiguelLira21



Fuente: Twitter @diegoluna_, 21 de agosto de 2021

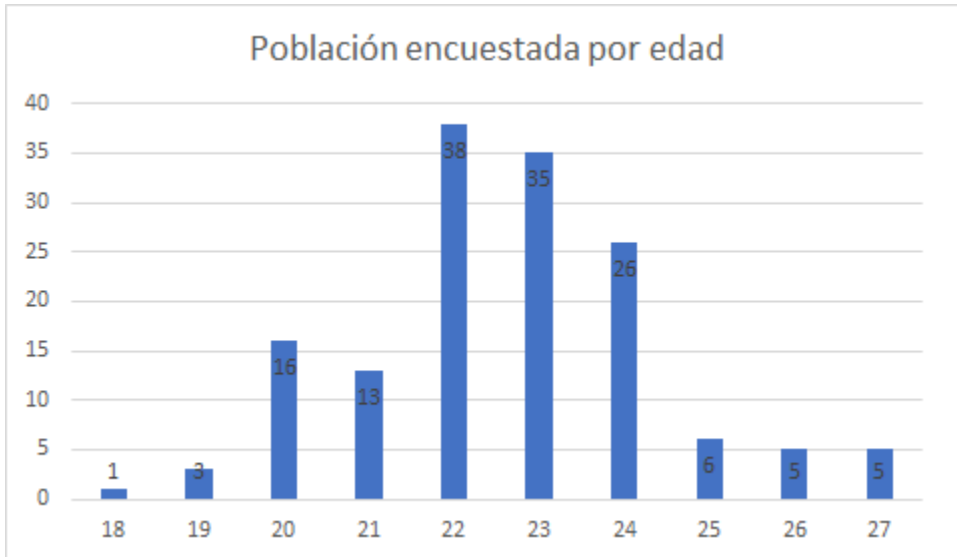
Imagen 25. Captura de pantalla de @likerscuentafan



Fuente: Twitter @diegoluna_, 21 de agosto de 2021

Resultados estadísticos y gráficas completas de las encuestas realizadas para el diagnóstico

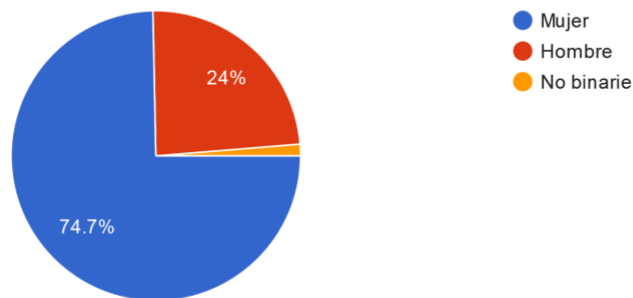
Gráfica 1. Rango de edad Generación Z (18-27 años)



Fuente: Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix* México, 2021

Gráfica 2. Género de la población encuestada

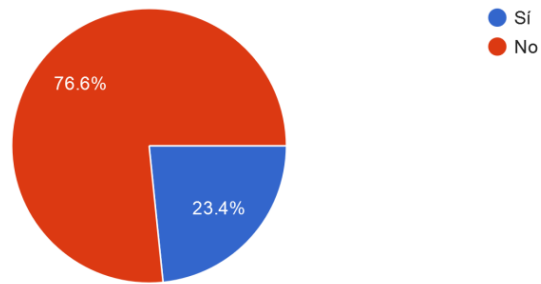
Género
154 respuestas



Fuente: Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix* México, 2021

Gráfica 3. Consumo actual de telenovelas

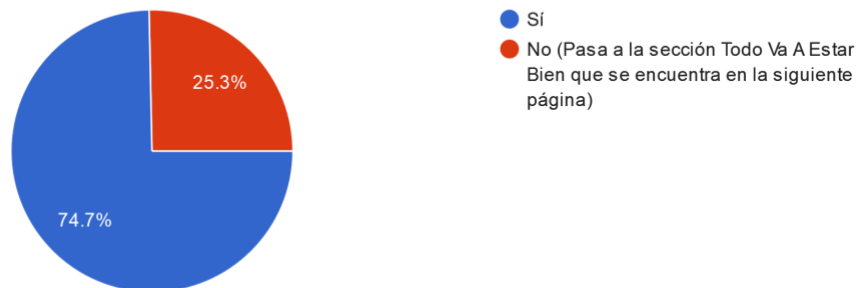
¿Ves telenovelas actualmente?
154 respuestas



Fuente: Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix México*, 2021

Gráfica 4. Público que ha visto *La casa de las flores*

¿Has visto La Casa de las Flores?
154 respuestas

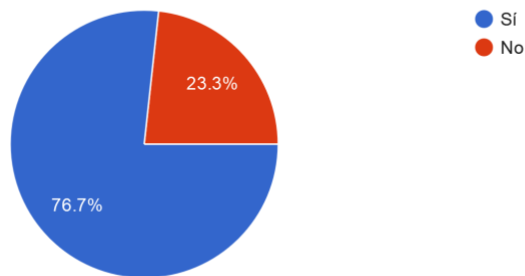


Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix México*, 2021

Sección *La casa de las flores*

Gráfica 5. Porcentaje de aceptación *La casa de las flores*

¿Te gustó?
116 respuestas

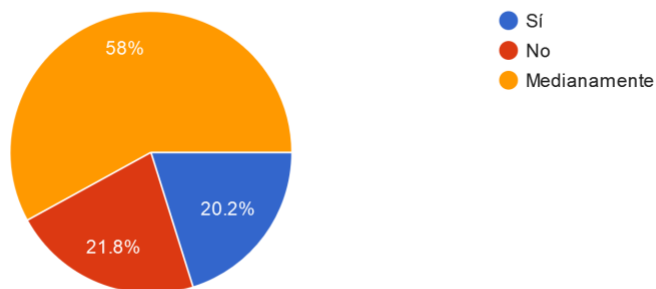


Fuente:

Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix* México, 2021

Gráfica 6. Público que considera como innovadora *La casa de las flores*

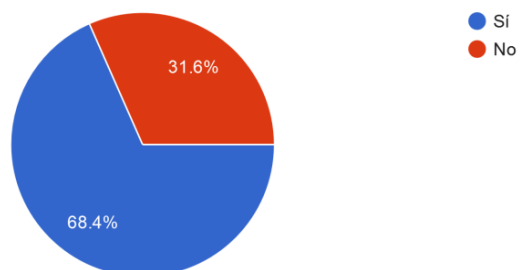
¿Consideras que La Casa de Las Flores fue innovadora dentro de los contenidos originales de Netflix México?
119 respuestas



Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix* México, 2021

Gráfica 7. Espectadores que piensan que *La casa de las flores* es similar a una telenovela

¿La Casa de Las Flores te recuerda a una telenovela?
117 respuestas

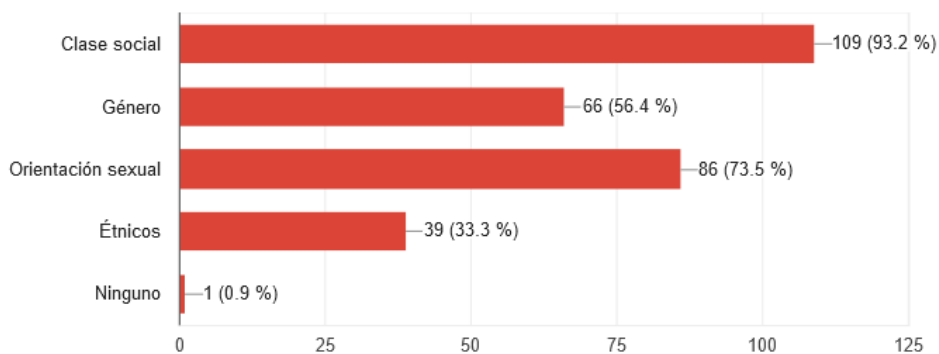


Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix México*, 2021

Gráfica 8. Tipos de estereotipos identificados en *La casa de las flores*

Esta serie reproduce estereotipos de:

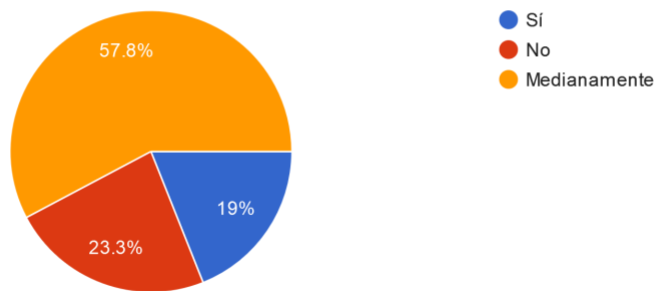
117 respuestas



Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix México*, 2021

Gráfica 9. Público que considera que la comunidad LGBTTTQ+ fue representada de manera correcta en *La casa de las flores*

¿Consideras que la comunidad LGTBTTIQ+ fue representada de manera correcta en la serie?
116 respuestas

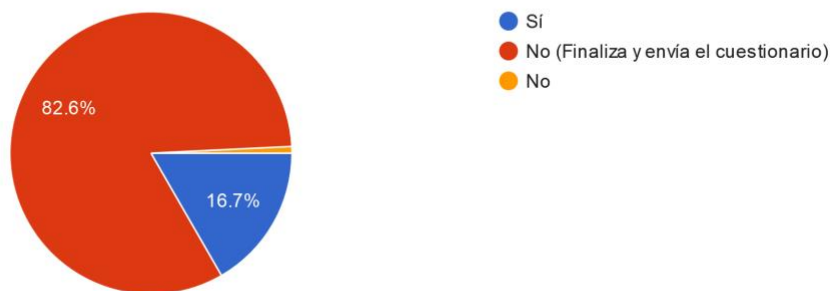


Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix México*, 2021

Sección *Todo va a estar bien*

Gráfica 10. Público que ha visto *Todo va a estar bien*

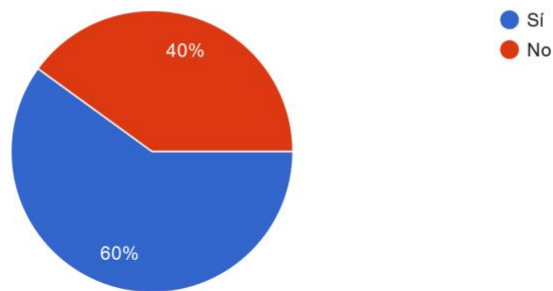
¿Has visto Todo Va A Estar Bien?
132 respuestas



Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix México*, 2021

Gráfica 11. Porcentaje de aceptación de la serie *Todo va a estar bien*

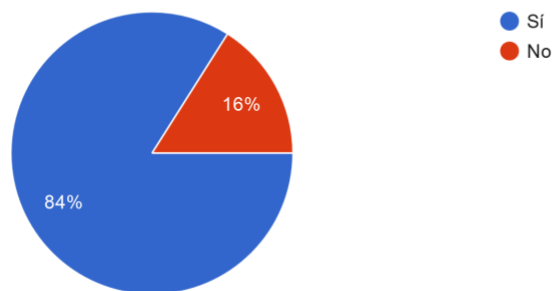
¿Te gustó?
25 respuestas



Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix* México, 2021

Gráfica 12. Público que considera que *Todo va a estar bien* expuso temas actuales

¿Consideras que *Todo Va A Estar Bien* expuso temas actuales?
25 respuestas



Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix* México, 2021

Pregunta 13. Respuestas abiertas temas actuales que expuso *Todo va a estar bien*

Categorías (1 = número de veces mencionado)

- Amor romántico (1)
- Poliamor (1 1 1 1 1)
- Lenguaje inclusivo (1 1 1 1)

- Crianza respetuosa (1 1 1)
- Adultocentrismo (1)
- Heteronorma (matrimonio) ((1 1 1))
- Feminismo (1 1 1 1 1 1 1)
- Machismo (1 1)
- Patriarcado (1 1)
- Ineficiencia del Estado (1)
- Diversidad familiar (1 1 1)
- Acoso sexual (1 1 1 1 1 1)
- Maternidades disidentes (1 1)
- Adicciones (1)
- Sexualidad plena de una mujer (1)
- Divorcio (1 1)
- Relaciones sexo afectivas (1)

¿Cómo cuáles?

19 respuestas

El mito del amor romántico y el matrimonio, la poligamia, lenguaje inclusivo, crianza respetuosa, crítica al adultocentrismo y la heteronorma, feminismo, crítica a las violencias machistas y el patriarcado, ineficiencia del estado

Poliamor, diversidad familiar, machismo, acoso sexual

No sé si actuales pero sí, de los que se está hablando más hoy, como feminismo, acoso

Lenguaje inclusivo, relaciones poliamorosas, divorcios, maternidades

Los conversatorios acerca de la masculinidad, el lenguaje inclusivo, el feminismo aunque también creo que llega ser un poco crítica en estos pero sin demeritarlos.

La familia, situaciones de la vida cotidiana de la ciudad

La maternidad

Los bazares feministas y ya la vdd

¿Cómo cuáles?

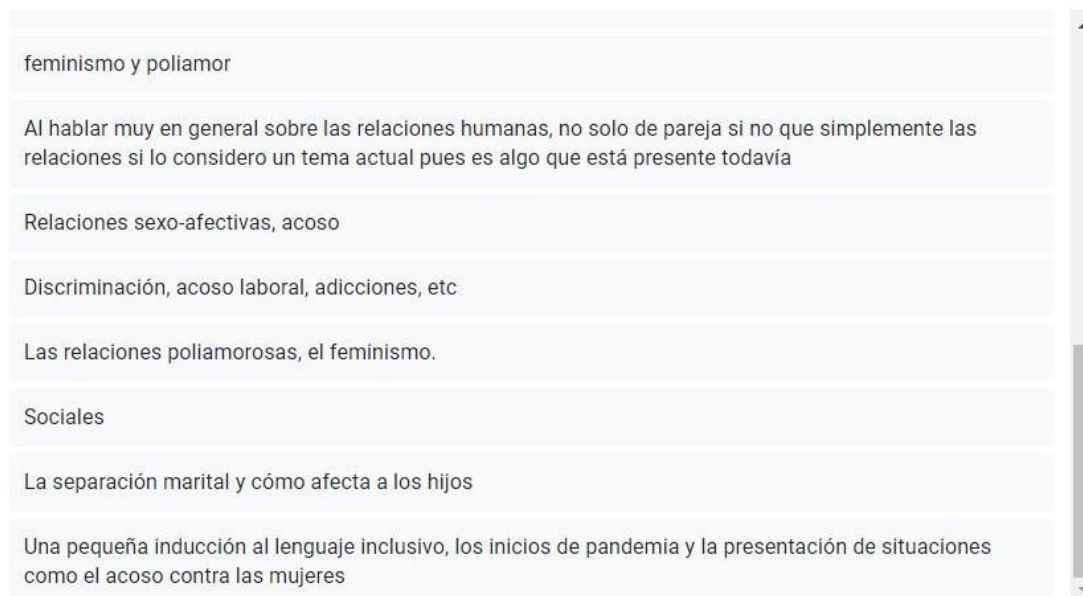
19 respuestas



Divorcio, la importancia de la salud emocional infantil, feminismo, acoso
la sexualidad plena de una mujer, el acoso
Familias, modelos de crianza, problemáticas de pareja
feminismo y poliamor
Al hablar muy en general sobre las relaciones humanas, no solo de pareja si no que simplemente las relaciones si lo considero un tema actual pues es algo que está presente todavía
Relaciones sexo-afectivas, acoso
Discriminación, acoso laboral, adicciones, etc
Las relaciones poliamorosas, el feminismo.
Sociales

¿Cómo cuáles?

19 respuestas



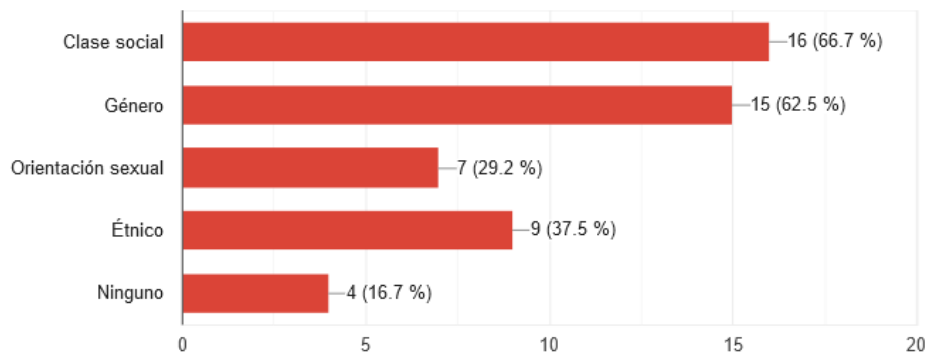
feminismo y poliamor
Al hablar muy en general sobre las relaciones humanas, no solo de pareja si no que simplemente las relaciones si lo considero un tema actual pues es algo que está presente todavía
Relaciones sexo-afectivas, acoso
Discriminación, acoso laboral, adicciones, etc
Las relaciones poliamorosas, el feminismo.
Sociales
La separación marital y cómo afecta a los hijos
Una pequeña inducción al lenguaje inclusivo, los inicios de pandemia y la presentación de situaciones como el acoso contra las mujeres

Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix* México, 2021

Gráfica 14. Tipos de estereotipos identificados en *Todo va a estar bien*

Esta serie reproduce estereotipos de:

24 respuestas

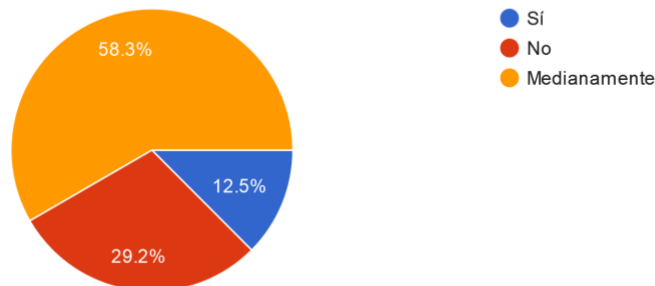


Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix México*, 2021

Gráfica 15. Público que considera que la comunidad LGBTTTQ+ fue representada de manera correcta en *Todo va a estar bien*

¿Consideras que la comunidad LGBTTTIQ+ fue representada de manera correcta en la serie?

24 respuestas



Fuente: Encuesta Nuevos contenidos melodramáticos de *Netflix México*, 2021

Análisis sintetizado de contenidos digitales existentes (tabla)

Tabla de análisis sintetizado de propuestas similares

Datos de la serie				Título de la serie		Autorización		Resumen		Resumen		Resumen	
Nombre	Clase	Plataforma	Capítulo de la serie	Resumen	Resumen	Resumen	Resumen	Resumen	Resumen	Resumen	Resumen	Resumen	Resumen
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Análisis Crítico del Discurso		
Diversidad sexual	Etnia	Clase social
<p>En general en este entorno se respeta y se difunde la libertad respecto a la orientación sexual y la identidad de género, ligado mucho a la trama de la serie. Existen bastantes fotografías apoyando a la pareja de Paulina y María José, así como a Julián.</p>	<p>No se hacen comentarios al respecto</p>	<p>No se hacen comentarios al respecto.</p>
<p>Temática representada superficialmente dentro de la serie, así como sexualización y cosificación de la relación poliamorosa entre tres mujeres</p>	<p>Se recalca la hegemonía caucásica de los protagonistas. Silvia Saldaña dice: ¿Soy la única a la que no le dan ganas de ver producciones mexas porque los protagonistas son puros blancos? 17 mujeres le dieron like al comentario.</p>	<p>Repetición de narrativa y trama clase social media-alta blanca que no representa a la mayoría de las mexicanas. Frida Toimil dice: No me desagradó pero es otra vez la misma historia de banda rica medio woke que pretende cuestionar un poco, pero no tanto, la realidad. Siento que al final es puro autoconsumo clasemediero. Fernanda Zamora dice: Una perspectiva "fresona" del divorcio. La mayoría de las mexicanas no tienen con quien dejar a sus hijas para irse a cojer con un dentista.</p>
<p>Aunque no hay comentarios respecto a la diversidad sexual, pero sí respecto a las prácticas sexuales. Lety gre comenta: "En la segunda parte la niña que haga un cuarteto con el padrastro, el papá, la mamá y hasta Idalia. SIN CENSURA... Vamos ! Y así se acaba la pederastia"</p>	<p>Luis Escamilla criticó la diversidad étnica de la serie comentando: Requisitos para protagonizar una serie de Netflix: - Ser blanco.</p>	<p>Abrajas Prayer criticó la perspectiva privilegiada de algunos directores: "Excelente serie, donde los directores Cuarón (Roma) y Diego luna) ventilan como la mayoría de familias acomodadas valen madre en la crianza y educación social emocional de la familia y pagan los servicios de personas más capaces (domésticos en criar a los hijos"</p>

Críticas hacia el entorno	Aspectos que podrían mejorarse del entorno	Género
Casi no se tiene participación de lxs miembrxs en los últimos días, pues la serie y la película tienen bastante tiempo de dejar de estar "de moda" o de estrenarse, por lo que algunas participaciones son shares de transmisiones que nada tienen que ver con la serie.	Tener una mejor participación de la comunidad últimamente.	Como la serie incluye ese tema se le da difusión y respeto. Aunque la cultura drag queen no sea lo mismo, también es un tema normalizado y apoyado, ya que se entiende que los hombres pueden vestirse "femeninamente". Una publicación comparte: "Estoy enamorada de estos dos vestidos de mujer me encantan" - Daniztaa Vega
Como su nombre lo indica, el grupo se enfoca principalmente en el cine, por lo que opiniones con características tan específicas como nuestro tema fue difícil encontrarlas, sólo encontramos sobre Todo Va A Estar Bien.	No conocemos la edad de los usuarios.	Crítica a la "deconstrucción" del ex-esposo; forzada e inverosímil. Patricia Garcés resalta: O sea no puede ser que de pasar a ser un marido claramente machista se volvió "open mind". Así como la invisibilización y normalización del acoso perpetuado por él hacia su compañera de trabajo. Anahí Suástegui Mendeza reconoce: "Además estuvo acosando a su compañera de trabajo y a nadie cercano a él pareció importarle realmente, lo siguieron tratando igual". Competencia en el feminismo. Linda Chávez expone: "...El nivel de "true" entre grupos feministas, como si fuera una competencia y ser medio culeis entre el "gremio". En general se incluyeron muchos elementos para contextualizar y les dieron mucho peso aunque no eran parte del conflicto principal, por lo que ya no les dieron seguimiento.
Se tienen pocos comentarios y la mayoría son referentes al uso del lenguaje incluyente.	No conocemos la edad de los usuarios.	Se comenta el rol de la madre y como rompe con los estándares de crianza anteriores." También se hacen muchas discusiones al rededor del lenguaje inclusivo y su rechazo. Al terminar de verla me siento superreconstruccionista!!! Jaja Todo, absolutamente todo lo que hizo LA protagonista me parece irresponsable, chantajista, convenenciero, No se..... Como mujer madre de dos hijos hombres (31 y 24)estoy confundida en cómo reaccionar ante estos comportamientos de las nuevas generaciones!!! "-Ochi Ruiz

Edad	Diversidad funcional	Otra cati	Conclusión general
No se comenta al respecto. Hay poca participación de personas adultas mayores.	No se hacen comentarios al respecto.	-	Este grupo promueve la aceptación de la diversidad sexual.
Usuaris se identificaron con la vivencia y experiencia de Andrea (hija) respecto al divorcio de sus padres. Se reconoce el desarrollo de los personajes y como estos se comportan como seres humanos reales y no como se piensa deben ser idealmente. Representación de las infancias realista.	No se hacen comentarios al respecto.	-	La discusión sobre la serie dentro de este grupo se enfoca más en la categoría de género, las opiniones son variadas sin que exista una polarización marcada.
No hay comentarios al respec	No se habla ni hay comentarios al respecto. Pero el video está subtulado, para las personas con discapacidad auditiva.		Este entorno recopila la resistencia de la audiencia a la aceptación del lenguaje incluyente, pero también existe una gran crítica hacia la condición privilegiada de los creadores de la serie.