



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

“Yo si soy “cuaima”, ¿y qué?”:
**Una aproximación a la percepción y efecto colectivo de la “cuaima” y su presencia en
la producción creativa nacional del Siglo XXI**

Trabajo especial de grado para optar
al título de Licenciado en Comunicación Social,
presentado por la Br. Lorena M. Tasca M. y
Br. Gabriela Turzi V.

Tutor: Prof. Luis A. Santiago A.

2011

Para aquellas grandes cuaimas que no saben, ni nunca supieron que lo eran,

Giovanna Mérola, Yolanda Escalona y Ariela Tasca

Índice

<i>RESUMEN</i>	6
<i>ABSTRACT</i>	7
<i>AGRADECIMIENTOS</i>	8
<i>INTRODUCCIÓN</i>	10
<i>CAPITULO 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</i>	13
1.1 <i>SITUACIÓN PROBLEMÁTICA</i>	13
1.2 <i>OBJETIVOS</i>	19
1.2.1 <i>OBJETIVO GENERAL</i>	19
1.2.2 <i>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</i>	19
<i>CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO</i>	20
2.1 <i>ANTECEDENTES</i>	20
2.2 <i>BASES TEÓRICAS</i>	20
2.2.1 <i>LENGUAJE Y SOCIEDAD</i>	20
2.2.1.1 <i>DISCURSO</i>	21
2.2.1.2 <i>NIVELES DEL DISCURSO</i>	23
2.2.1.3 <i>NIVEL GRAMATICAL</i>	23
2.2.1.4 <i>NIVEL SEMÁNTICO</i>	23
2.2.1.5 <i>NIVEL PRAGMÁTICO</i>	25
2.3 <i>ANÁLISIS LEXICAL</i>	26
2.3.1 <i>SELECCIÓN LEXICAL</i>	26
2.4 <i>NIVEL LINGÜÍSTICO</i>	26
2.4.1 <i>NIVEL DE ANÁLISIS</i>	27
2.4.2 <i>EL LÉXICO</i>	27
2.4.2.1 <i>RELACIÓN LÉXICO-SEMÁNTICO</i>	28
2.5 <i>ROLES SOCIALES Y TEORÍA DE ACCIÓN SOCIAL</i>	28
2.6 <i>LA MUJER EN LA HISTORIA Y LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO</i>	32
2.6.1 <i>LA MUJER EN LA HISTORIA DE LA HUMANIDAD EN EL SIGLO XX</i>	34
2.6.2 <i>LA MUJER EN VENEZUELA</i>	37

2.7 CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN CREATIVA.....	40
CAPÍTULO 3. MARCO METODOLÓGICO	43
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	43
3.2 PERÍODO EN EL QUE SE DESARROLLA LA INVESTIGACIÓN.....	43
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA	44
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	44
3.5 LA ENTREVISTA	45
3.6 LA ENCUESTA.....	45
3.6.1 PROCEDIMIENTO DE LA ENCUESTA.....	46
3.7 NIVELES DE ANÁLISIS DEL DISCURSO.	47
3.7.1 ANÁLISIS DEL NIVEL LINGÜÍSTICO	47
3.7.2 EL LÉXICO.....	48
3.7.2.1 LOS CAMPOS LÉXICOS-SEMÁNTICOS.....	49
3.8 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD.....	50
3.9 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	50
CAPÍTULO 4. RESULTADOS	51
4.2 DEFINICIONES DE “CUAIMA”.....	51
4.3 MATRIZ PARA IDENTIFICAR DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICOS UTILIZADOS	57
4.3.1 MATRIZ PARA EL LEVANTAMIENTO DE CAMPOS LÉXICOS-SEMÁNTICOS	70
4.4 DISEÑO DE ENCUESTA	73
4.5 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....	76
4.6 CONCEPTO DE “CUAIMA” A PARTIR DEL ANÁLISIS LEXICAL	81
4.7 GUIONES DE DIVERSAS PRODUCCIONES CREATIVAS RELACIONADAS	83
4.7 .1 PROCEDIMIENTOS PREVIOS	83
4.8 ANÁLISIS LEXICAL DE GUIONES, PRÓLOGO Y CAMPAÑAS PUBLICITARIAS.	83
4.8.1 PRÓLOGO DEL LIBRO SOY “CUAIMA”, ¿Y QUÉ?.....	83
4.8.1.1 PROCESO DE ANÁLISIS LEXICAL	86
4.8.2.1 PROCESO DE ANÁLISIS LEXICAL	103

4.8.3 GUIÓN DEL COMERCIAL PARA TELEVISIÓN DE MOTOS EMPIRE ...	110
4.8.3.1 PROCESO DE ANÁLISIS LEXICAL	111
4.8.4 GUIÓN DEL COMERCIAL PARA COMERCIAL DE TELEVISIÓN DE POLAR ICE.....	113
4.8.4.1 PROCESO DE ANÁLISIS LEXICAL	114
4.8.5.1 PROCESO DE ANÁLISIS LEXICAL	117
4.8.6 EXTRACTOS DE LA CAMPAÑA INTERACTIVA DE HALLS CREAMY	119
4.8.6.1 PROCESO DE ANÁLISIS LEXICAL	121
4.8.7 PROGRAMA RADIAL TIEMPO DE “CUAIMA”S.....	123
4.8.7.1 PROCESO DE ANÁLISIS LEXICAL	129
4.8.8 CANCIÓN “LA “CUAIMA””	137
4.8.8.1 PROCESO DE ANÁLISIS LEXICAL	140
4.8.9 ANÁLISIS LÉXICO-SEMÁNTICO DE TODAS LAS PRODUCCIONES CREATIVAS.	145
4.9 ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	149
4.9.1 RELACIÓN ENTRE EL CONCEPTO EMANADO DE LAS ENTREVISTAS A PERSONALIDADES RECONOCIDAS, ENCUESTAS Y PRODUCCIÓN CREATIVA	149
4.9.1.1 CUADRO DE RELACIONES LÉXICO – SEMÁNTICAS RELACIONADAS: CUADRO 16 Y CUADRO 45	155
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	157
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	164
ÍNDICE DE CUADROS, GRÁFICOS Y FIGURAS	168
ANEXOS.	171
ANEXO A. ENCUESTAS TOTALES	171
ANEXO B. IMÁGENES MONSTRUO DE LOS CELOS	171

Resumen

El siguiente trabajo de investigación se realizó con el fin de lograr una aproximación al concepto de “cuaima” como posible rol social en el contexto venezolano del Siglo XXI, e indagar si éste se ve reflejado en la producción creativa nacional del mismo período. El estudio se realizó a través del modelo de selección lexical propuesto por Lourdes Molero y Julián Cabeza, el cual se aplicó en primer lugar a una serie de entrevistas realizadas a expertos de diversas áreas y personas que realizan trabajo creativo. Dichos resultados dieron origen a una encuesta que fue aplicada a ciento dieciséis (116) personas, quienes colaboraron emitiendo diversos juicios con los que se procedió a ensamblar una definición general de la “cuaima”. Después de aplicadas las metodologías se concluyó que la “cuaima” es una mujer de mal carácter, maliciosa y dominante, como respuesta a los engaños que ha vivido en el pasado y a la convivencia en hogares disfuncionales, aunque muchas veces es considerada como el ideal de toda feminista. El patrón de personalidad de la “cuaima” está directamente asociado a su relación con el género masculino, específicamente en el plano de pareja. La conceptualización generada sirvió como punto de referencia para el siguiente paso, que se basó en el análisis del discurso de guiones, texto e información de piezas creativas que hacen uso de la imagen de una mujer apegada al concepto emanado de este estudio. Dichas muestras fueron sometidas al proceso de selección lexical, del cual se extrajeron los marcadores más frecuentes en el discurso. Esto último se contrastó con el resultado de las entrevistas y las encuestas, a fin de determinar si el tratamiento que se le da a la imagen femenina en las piezas seleccionadas corresponde con la concepción de “cuaima” extraída a través del análisis del discurso. Una vez analizada la actuación de esta mujer con nombre de víbora según las teorías de Erving Goffman y Max Weber, se pudo concluir que sí se trata de un rol social. Por último, con el contraste de los resultados del análisis de las piezas creativas y la descripción de “cuaima” anteriormente enunciada, se pudo establecer que la “cuaima” sí está reflejada en la producción creativa nacional del siglo XXI.

Palabras claves: rol social, acción social, análisis lexical, mujer, “cuaima”, producción creativa, siglo XXI.

Abstract

The following research was conducted in the order to approximate the concept of "cuaima" as a possible social role in the XXI century in the Venezuelan context, and investigate how this possible social role is reflected in national creative production of the same period. The study was conducted through lexical selection model proposed by Lourdes Molero and Julian head, which was initially applied to a series of interviews with experts from different areas and people doing creative work. These results led to a survey that was administered to one hundred and sixteen (116) people, who collaborated issuing various trials with which we proceeded to assemble a broad definition of cuaima. After having applied the methodologies. That concluded that this cuaima is a malicious and domineering woman, with a bad character, in response to the deceptions that have lived in the past and living in dysfunctional homes, but often is considered the ideal of all feminist . The personality pattern of the cuaima is directly related to their relationship with the male gender, specifically in terms of couples. The conceptualization generated served as a reference point for the next step, which is based on discourse analysis of scripts, text and information for creative pieces that make use of that image of woman emanating to the concept from this study. The samples were subjected to the process of lexical selection, which markers are extracted more frequent in the speech. The latter is contrasted with the results of interviews and surveys to determine if the treatment is given to the female image in the selected parts corresponds with the conception of cuaima extracted through discourse analysis. After analyzing the performance of this snake woman named according to the theories of Erving Goffman and Max Weber, it was concluded that yes it is a social role. Finally, in contrast to the results of the analysis of creative pieces and description of cuaima previously stated, it was found that the cuaima itself is reflected in the national creative work of this century.

Keywords: lexical analysis, social role, social action, "cuaima", women, creative production, Twentieth-First Century.

Agradecimientos

En ese instante que nos toca enfrentarnos a la página en blanco que titula “Agradecimientos” es el preciso momento en el que ya no sabemos qué escribir, después haber pegado las manos al teclado, mirarnos con nuestras respectivas caras de obstinación y preguntarnos una y otra vez ¿será que lo logramos? Ha llegado la gran sensación de alivio de haber culminado, pero también empieza a aparecer el vacío por la etapa que está por cerrarse. Es así que se nos asoma una lágrima que parece de emoción añejada con un poco de añoranza, por estos años que ya pasaron.

De esta forma el recuerdo se va en retrospectiva y es cuando al revisar mentalmente las personas que nos han dado en varias oportunidades un buen empujón en esta carrera que definitivamente es de resistencia, una sonrisa se esboza en nuestras caras. Hay muchos recuerdos almacenados en los tres pisos de escuela y todas la grandes maravillas que guarda la Universidad Central de Venezuela, de ahí nacen múltiples imágenes por todo lo vivido mientras paseamos entre esos pasillos, mientras corríamos para llegar a clase o simplemente nos dábamos el lujo de perder el tiempo.

En primer lugar está la familia, Raysa Vegas y Yolanda Escalona, grandes mujeres que nos han servido de apoyo y modelo a seguir, por ser sabias sin perder su peculiarmente original forma de ser. Junto al narizón Makram Haluani, quien con su acento que no está definido por los múltiples idiomas que habla, más de una vez no sacó carcajadas con su particular humor y algunas horas de conocimiento sobre asuntos de política.

También vienen los recuerdos de las grandes amistades consolidadas en estos años o en años anteriores, como Yanaín Pérez la que saluda a todos en los pasillos de la UCV, quien siempre supo hacernos ver la parte graciosa de las peores situaciones y por su perenne idea de que nadie es malo en este mundo. Naiara Noda, con un particular tumbado al caminar y un don especial para hablar demasiado, pero siempre atenta a los requisitos culinarios de cada una, nuestra mejor acompañante de los vinos. A la gente del Aula Magna, por haber sido una familia dentro del campus, con las que vivimos quizá los mejores momentos, dentro y fuera de la Ciudad Universitaria. A los viejos amigos, esos de toda la vida, Jennifer, Kelly, Elisaul, Estefanía, Camila, Giovanni.

Otras personas a quien queremos agradecer, es a esas personas que se han incluido en nuestras vidas como más que familia y más que amigos. Clemente Castro, por la paciencia, la buena camaradería y las tardes llenas de camarones crunchy y tercios a 6 bolívares. Y Andrés Moncada, por poner a todos a brincar en una foto, las canciones repetidas por temporadas, los dulces de media noche, sus preguntas a forma de entrevista, su pasión por el cine con pases de cortesía y sobre todas las cosas, la paciencia ante el mal humor que a veces se presenta.

También damos las más sinceras y viscerales gracias a nuestro tutor, Luis Santiago, por su colaboración, paciencia y confianza, pero sobre todas las cosas, por creer en este trabajo. Y por último, nos agradecemos a nosotras mismas, por tener paciencia la una con la otra, no sólo durante la realización de esta tesis, sino a lo largo de estos cinco años, por la gran amistad que nos une, y por los tiempos que vienen. A todos nuevamente, gracias.

Introducción

El lugar que ha ocupado la mujer en el tiempo y en el espacio que conocemos como civilización, ha estado relacionado con los roles que desempeña inserta en una sociedad determinada. La lucha por la reivindicación de sus derechos, los cambios que trajeron los enfrentamientos bélicos y las crisis de los últimos siglos de la historia universal, han generado cambios en su actuación y concepción ante el mundo que la rodea. En el contexto venezolano, la introducción de las féminas en el campo laboral, y su condición como ciudadanas con derechos que no están signados por pertenecer a un sexo en específico, se fue dando de modo paulatino, tal como ocurrió en otros países occidentales. Actualmente la percepción de la mujer ha cambiado, el modo en el que se relaciona y los deberes que se le atribuyen también, lo que parece haber generado transformaciones en cómo se relaciona con el entorno.

La figura femenina ha sido objeto de mitificación desde tiempos ancestrales, se le responsabiliza de la expulsión de la raza humana del paraíso terrenal, es asociada muchas veces a seres inficionados, como es el caso de la serpiente, quien también lleva culpa de su salida del Edén. En Venezuela también se le relaciona con seres vivos que han inspirado temor desde el principio de nuestra historia. Pareciera que en el Siglo XXI este hecho se ha repetido, configurándose de un modo más específico, con un nombre y una asociación a una especie ofídica que recorre el territorio nacional generando temor en quienes la conocen. Se trata de la “cuaima”, una serpiente venenosa y bastante conocida en el país sudamericano. Este reptil “maléfico” pareciera estarse asociando frecuentemente con un patrón de personalidad femenino, al que se le adjudican características peculiares, pero vagamente definidas.

Para adentrarse en la relación de la venezolana del Siglo XXI con la víbora, fue necesario sumergirse en el marco histórico y social en el que se ha desenvuelto dicho género en períodos anteriores, puesto que para comprender los fenómenos presentes siempre será vital estudiar con detenimiento los antecedentes. El pasado entonces debe ser abordado desde lo global, hasta lo local; es decir, desde el ámbito internacional hasta el nacional. Es necesario aproximarse a los elementos que han desencadenado los cambios

tanto a nivel de actuación, como a nivel de percepción del desempeño de la mujer, para establecer una referencia sólida alrededor del objeto de estudio.

Un modo de indagar en la interpretación de un nuevo rol fue estudiar con detenimiento qué idioma habla el colectivo, y el modo más adecuado de hallar la voz de un conjunto tan extenso, consistió en aproximarse a lo que se dice en producción creativa nacional. Esto último hace referencia a los productos generados por artistas, escritores, publicistas, y demás representantes de la industria cultural. Teóricos de la talla de Claude Levi - Strauss, afirman que la creatividad está directamente relacionada con la cultura de un entorno específico, por lo que las piezas no pueden ser consideradas elementos aislados, sino objetos con una vinculación social. Es por esto que se tomó en cuenta el tratamiento de la imagen femenina en una serie de producciones elaboradas en lo que va del presente siglo, seleccionadas por las investigadoras.

Los presupuestos teóricos que se emplearon en la presente investigación para lograr un concepto de esta víbora, vienen dados en primer lugar por la teoría de Análisis de Discurso de Lourdes Molero y Julián Cabeza, con tal metodología se procedió a extraer los marcadores lexicales utilizados por los diversos entrevistados y otros datos encontrados. Este proceso se llevó a cabo para poder construir un concepto lo suficientemente global de qué es una “cuaima” en el espacio cultural de Venezuela. Una vez establecido un concepto y comparado con las producciones creativas encontradas mediante el mismo proceso de extracción de dominios y léxicos encontrados, se emprendió un proceso de comparación. Tal metodología fue empleada para poder observar, a través del argot popular y de la creatividad, si se ha formado un rol social y la existencia de una acción social mediante éste. Los conceptos anteriormente escritos están basados en dos tradiciones teóricas, como las abanderadas por el investigador canadiense Erving Goffman y el filósofo alemán Max Weber, que fueron un pilar importante en el logro de uno los objetivos declarados para este trabajo de investigación. Analizando la realidad a través de estas teorías, se buscó observar si esta mujer relacionada con una víbora se ha empezado a formar como rol social, con lo que se comprobaría que forma parte de la acción social en los años que marcan el calendario de este siglo en transcurso.

La mujer ha hecho historia, ha sido musa, motivo de grandes guerras, hasta figura mitológica y hoy día cumple con múltiples roles, entre ellos el hecho de ser “cuaima”, tal como lo afirman las entrevistas realizadas y las producciones creativas de la última década. Para algunos una mujer dominante, para otras un orgullo, para todos una cuestión de instinto femenino. A medida que pasen las páginas de esta investigación, se responderán muchas de las preguntas de las investigadoras, que una vez observada la esencia de la “cuaima”, no deciden si llevan o no la máscara de esa especie.

Capítulo 1. Planteamiento del problema

1.1 Situación Problemática

Recién entrada en el Siglo XXI, la mujer venezolana parece estar ocupando espacios en los que solía estar ausente, consecuencia tal vez de la fuerte lucha reivindicadora que se gesta en estas tierras desde el Movimiento Feminista de 1976. La percepción de la fémina aparenta ser otra, los roles que ejerce parecen haberse diversificado y mutado, al igual que su relación con el género masculino. En este nuevo Siglo, la “nueva mujer” ha cambiado su forma de actuar, los roles que interpreta se han diversificado y complejizado: ya no hablamos de una madre y esposa únicamente, sino de una persona que puede aspirar más allá de lo que era posible unas décadas atrás.

La historia muestra que a mediados del siglo XX hubo un antes y un después en la actuación social de la mujer, lo que probablemente produjo efectos en cómo ésta es percibida por el varón y por la sociedad en general. Evidentemente, esta ruptura con las formas clásicas de concebir la actuación femenina, producto de la modernización del país, dio paso a una venezolana “muy distinta a lo que fue su madre” (Vilda 1999: 2000). El investigador Carmelo Vilda ubica el punto de partida de esta etapa después de la muerte de Juan Vicente Gómez, y agrega que “ciertamente la modernización del país ha sido paralela a la actualización que ha experimentado la mujer, a su presencia innovadora en todas las actividades” (Vilda. 1999: 201). Tal como se esboza en una publicación oficial del antiguo Ministerio de Estado para la Participación de la Mujer,

El núcleo familiar comenzó a dar importancia a la capacitación y adiestramiento de sus mujeres, hecho que posteriormente facilitó su ingreso a la estructura ocupacional, al igual que los cambios en los patrones de fertilidad, que influyen de manera determinante en ese ingreso. Lo que hoy se considera como un hecho corriente, que la mujer trabaje fuera del hogar, lleva aproximadamente 50 años para establecerse en la sociedad venezolana. (1999: 198 – 199).

No obstante, con otra forma de pensarse y actuar vienen distintos patrones de comportamiento, y uno de los que parece emerger con mayor facilidad está signado por una manera de apreciar su desempeño que subyace en el preconscious colectivo venezolano, nominalizado por la analogía con la “cuaima”, una serpiente que ronda por las tierras venezolanas. La referencia a esta relación en Venezuela, no es producto de la casualidad, y pueden verse similitudes evidentes en otras culturas Puesto que las serpientes han sido motivo de temor en Occidente desde tiempos ancestrales, especialmente en los sistemas regidos por dogmas judeocristianos, donde este animal se utiliza para representar a Satanás. Y no en vano se le teme, después de todo fue este reptil quien convenció a Eva de impulsar a Adán a probar el fruto prohibido, lo que ocasionó su expulsión del paraíso terrenal. Sin embargo, no fue Eva la primera en provocar infortunios en la vida de Adán, pues cuenta la mitología hebrea que Lilith fue su primera compañera, quien lo abandonó a él y al Edén por iniciativa propia. Esta mujer es en esencia un ser maléfico, conocida por ser la *Dama Oscura*, que se evoca visualmente envuelta por una gran víbora.

A nivel científico, las serpientes son “depredadores tope en la cadena alimenticia; se destacan por ser eficientes cazadores que emboscan y eliminan a sus presas valiéndose de diferentes formas o métodos. Las grandes boas, por ejemplo, matan a sus víctimas enrollándolas entre sus poderosos anillos, causándoles una asfixia mecánica; este mismo método lo utilizan un grupo de Colúbridos (...). Otro grupo de Colúbridos, con dentadura opistoglifa, eliminan a sus presas a través de su veneno. En cuanto a las especies con dentadura aglifa (...) sujetan a sus cazas, tragándoselas vivas en ciertas ocasiones. Los ofidios de la familia Viperidae y Elapidae eliminan a sus víctimas con una mordida, inoculándoles su potente veneno”. En cuanto a la “cuaima”, como animal y objeto de estudio, los expertos explican que: “Las serpientes del género Lachesis, (“cuaima” concha de piña) son probablemente las serpientes venenosas más grandes del mundo. Su mordedura generalmente es desgarrante, tal como una mordedura canina; las cantidades de veneno que inocula son altas, pero afortunadamente de baja potencia” (Navarrete, 2002:15)

En Venezuela se suele escuchar en las conversaciones de ciudadanos comunes frases como “Esa mujer es una “cuaima”” o “ese hombre está casado con una “cuaima””,

haciendo referencia, por lo general, al desempeño de una dama como pareja. El término pareciera formar parte del argot venezolano, inserto en el bagaje cultural de hombres y mujeres como un patrón de personalidad de la fémina. Es probable que esta víbora sea una suerte de Lilith criolla, o una Eva, que a pesar de no estar enmarcada en los límites de la religión y la mitología, está envuelta en más de una historia como victimaria de hombres, que igual que Adán, han sido infortunados por sus artilugios. De este punto parte el interés de las investigadoras en aproximarse a la construcción de un concepto asociado a este personaje, pues los existentes difieren entre sí, e indagan vagamente en las características y el origen del objeto de estudio. La generación de esta definición emanará del análisis de la percepción colectiva contrastada con lo que dicen expertos en diversas áreas, y otros personajes que viven inmersos en constante procesos creativos. La idea central es llegar a establecer quién es la “cuaima”, qué la caracteriza, qué la motiva, y dónde está. Una vez ensamblada la conceptualización de este peculiar individuo, se buscará comparar el producto con piezas creativas que forman parte de la expresión del imaginario popular venezolano.

Para dar bases sólidas a este estudio, que comprende un análisis que no puede separarse de un asunto de género, es importante ahondar en el contexto en el que se ha desarrollado la venezolana. El escenario es quizá similar al de otros países tanto de América Latina, como de Europa, donde la liberación femenina se viene evidenciando desde finales del Siglo XIX. Para analizar cómo se ha desenvuelto la mujer en la historia de Venezuela es necesario volver a las raíces, y estudiar los antecedentes de su actuación. Asimismo, es importante contrastar con la evolución histórica del género a nivel mundial. En este caso la investigación se centrará específicamente en el Siglo XX, el período pasado más próximo a nuestros días. Es importante destacar que este momento histórico contiene sucesos de gran relevancia para la mujer actual, como su incorporación a las filas de trabajo, el derecho al sufragio y la legalización del divorcio (Duby, 1992).

Para profundizar en cómo se presenta la “cuaima” como actor social, inserto en un contexto específico, hay que indagar en cómo y qué proyecta ante sus interlocutores. Para

apoyar dicho aspecto del trabajo, se recurrirá a teóricos de la talla del sociólogo canadiense, Erving Goffman y del filósofo, economista, jurista, historiador, politólogo y sociólogo alemán Max Weber. Para analizar los diversos papeles que puede interpretar un sujeto, la investigación se valdrá de las herramientas propuestas por Goffman en su obra *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, texto en el que el autor establece una relación directa entre la actuación de un sujeto y el concepto de máscara, para analizar actitudes que definen los diversos roles que alguien puede asumir, y a la vez definirse como actor en un contexto determinado. En cuanto al desempeño del rol de la “cuaima” en la sociedad, se tomará como marco referencial la Teoría de la Acción Social propuesta por Max Weber. En el discurrir de ésta, Weber califica la Acción Social como el eje central al que un ser humano refiere sus conductas, y distinguió la Acción Social en varios tipos. En este caso, la investigación se valdrá de la acción tradicional reactiva, que habla de actuaciones que tienden a repetirse en un lugar y espacio específicos, y que en diversas ocasiones se transforman en imitación y están impulsadas por estímulos similares y repetitivos del ambiente. (Páez, 2001: 238).

Partiendo de este punto, se buscará contrastar qué se dice a nivel colectivo de la “cuaima”, cómo se le percibe y qué opiniones genera, para lograr establecer si se está en presencia de un rol social activo. Es importante analizar qué piensa el venezolano común para luego proceder a comparar tal discurso, con el empleado en las producciones creativas nacionales del presente Siglo. Se considera vital incluir la creatividad como parte fundamental de este trabajo, por ser un modo tangible de medir el efecto que puede estar generando el hipotético cambio de concepción del género femenino. Después de todo, la creatividad y la cultura están directamente asociadas, punto en el que convergen Sternberg y Csikszentmihalyi, quienes afirman que lo creativo está definido por el sistema en el que un autor vive y se desarrolla [Csikszentmihalyi: 1997:205- Sternberg: 1997:306]. Asimismo, Roland Barthes asegura que toda producción es cultura,

Para lograr un acercamiento más profundo a la esencia de la producción creativa venezolana en el Siglo XXI, las investigadoras se basarán en el análisis del discurso empleado en las diferentes piezas seleccionadas. El motivo principal de la selección de esta

herramienta como eje del desarrollo del presente trabajo, está referida en el Prólogo del libro de Adriana Bolívar, *Análisis del discurso ¿Por qué y para qué?* En este apartado, el destacado lingüista Teun van Dijk asevera que,

Un enfoque que basado en el análisis del discurso proporciona un marco más amplio incluso para el estudio tradicional de la gramática, mientras que, por el otro, ofrece una base más natural para los estudios del significado (...) [Al integrar] cada vez más los análisis multidisciplinares y multimodales de los contextos cognitivos, sociales, políticos, históricos y culturales del discurso, esta joven disciplina proporciona un marco singular para su integración con otras ciencias humanas y sociales (Van Dijk en Bolívar. 2007:5)

Al ser el análisis del discurso la herramienta seleccionada para desarrollar un estudio completo y una contextualización del concepto “cuaima”, será vital hallar una metodología que se adecue a las necesidades de la investigación. Una vez realizada la indagación pertinente acerca de las diferentes corrientes de esta área del conocimiento, se procederá a seleccionar la más adecuada para satisfacer los objetivos propuestos. Es necesario dar con un método que permita contrastar lo que se dice a nivel colectivo, y lo que se dice a nivel creativo, de modo de establecer un contraste entre “lo dicho” y “lo hecho”.

La realización de este trabajo de grado se basa principalmente en la obtención de datos que emanan de fuentes vivas, pues no se cuenta con documentación previa, sólo con el imaginario popular. La obtención de opiniones será producto del contacto directo con una serie de personajes reconocidos que se encuentren en la disposición de colaborar con la construcción de este texto de investigación. En cuanto a las piezas creativas, es necesario destacar que el escenario 2.0 facilitará el monitoreo y búsqueda de los objetos de estudio, ya que a la hora de acceder a videos, canciones e información relacionada al producto, el proceso se agiliza a través del uso de buscadores, plataformas y diversos tipos de base de datos.

Es entonces un objetivo de este proceso investigativo, lograr una aproximación a la mujer no sólo como madre, esposa, trabajadora o intelectual, sino como un individuo apegado a un concepto en el que resaltan características peculiares asociadas no sólo a un patrón de personalidad, sino también como una relación con el entorno. La idea es indagar si ciertamente existe una analogía entre la fémina y la “cuaima” en el contexto venezolano, y analizar si es esto explotado en el marco de la creatividad enfocada hacia lo comercial. De este modo, surge la pregunta alrededor de la cual gira el desarrollo de esta tesis: ¿Cómo se concibe a la “cuaima” en la sociedad venezolana del Siglo XXI? ¿Contiene este concepto la suficiente fuerza para ser considerado rol social y verse reflejado en la producción creativa nacional?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Estudiar la concepción de la “cuaima”, su posible caracterización como rol social en la sociedad venezolana del Siglo XXI y su efecto sobre la actuación de la mujer de este entorno, a través de la observación y el análisis de la percepción colectiva y la producción creativa nacional de este período.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Construir una concepción en la sociedad venezolana del Siglo XXI del término “cuaima”, sus características y su rol social.
- Indagar sobre la percepción colectiva de la “cuaima” como rol social en la sociedad venezolana del Siglo XXI;
- Identificar la manifestación de las “cuaimas” en la producción creativa venezolana del Siglo XXI;
- Comparar la concepción de la “cuaima” con la actuación social de la mujer venezolana del Siglo XXI.

Capítulo 2. Marco Teórico

2.1 Antecedentes

Después de llevar a cabo un arqueo de fuentes en la Biblioteca Central de la Universidad Central de Venezuela, en la Biblioteca de la Universidad Católica Andrés Bello y la Biblioteca Nacional de Venezuela, no se encontraron trabajos de grado, ascenso o investigaciones de cualquier naturaleza relacionadas con la aproximación del vocablo “cuaima”, tomando en cuenta la atribución de “cuaima” como un hipotético rol social y su posible reflejo en las producciones creativas.

2.2 Bases teóricas

Los pilares fundamentales para el desarrollo de esta investigación, necesarios para cubrir a cabalidad los objetivos y satisfacer los planteamientos plasmados en la situación problemática, son las áreas de estudio que permiten desarrollar un análisis profundo y completo de los mensajes contenidos en la producción creativa, y de los conceptos provenientes de la percepción colectiva. Este proceso vendrá precedido por el examen de encuestas y entrevistas destinadas ensamblar y contextualizar el concepto de “cuaima”. Si bien no se persigue dar con la intencionalidad del mensaje, sí es necesario ubicar el discurso en tiempo y espacio, y hurgar en el significado y la forma de los símbolos empleados en él. Asimismo, es importante adentrarse en el campo sociológico para determinar si el objeto de estudio es en sí mismo un rol social, ya que esta concepción es básica para indagar en el impacto del personaje, y su percepción colectiva en la sociedad. Las teorías que amparan las herramientas de análisis requeridas son: análisis del discurso específicamente en el nivel semántico, roles sociales y Teoría de la Acción Social, creatividad y su relación con la cultura, y los entramados teóricos que preceden el tema central.

2.2.1 Lenguaje y sociedad

Para iniciar cualquier estudio en un entorno social específico, es necesario recurrir a la forma en la que éste se construye. En ese sentido, la herramienta primordial para la

construcción de la sociedad es el lenguaje, por lo que aproximarse a él es sinónimo de aproximarse a la sociedad que lo pronuncia

El discurso es la expresión del lenguaje en un entorno específico, así que se iniciará definiendo este último término como un “sistema de señales de cualquier naturaleza física que cumple una función comunicativa (de relación) en el proceso de la actividad humana” (Rosental, 2004:265). El lenguaje está estrechamente ligado a las relaciones humanas y la cultura de grupos enmarcados en un espacio y tiempo específico, de tal modo que “nace de la interacción social entre los seres humanos. En consecuencia el lenguaje es un fenómeno social” (Echeverría, 1994:50). Rafael Echeverría en su libro *Ontología del lenguaje* afirma que la raza humana vive en un mundo lingüístico, y sugiere que “en tanto individuos, somos un tipo de ser vivo que, como condición de su propia existencia, vive constreñido a su capacidad de generarle un sentido a su vida, siempre interpretándose a sí mismo y al mundo al que pertenece. Ello lo hacemos en cuanto operamos en el lenguaje” (Echeverría. 1994:56). Esta afirmación sugiere que la forma en la que damos sentido a nuestras vidas es netamente lingüística. En ese aspecto Émile Benveniste parte del punto en el que el humano sólo puede llegar a sus semejantes a través del lenguaje, ya que es el único medio para transmitir y recibir mensajes, en consecuencia la sociedad sólo se mantiene por el uso en común de los signos de comunicación (Beneviste, 2004:95). Por su parte, Levi-Strauss habla del lenguaje como un fenómeno social, y relaciona de modo inseparable lengua y cultura, ya que ambos se han desarrollado a lo largo de la historia en forma paralela. (Strauss, 1974: 99, 110, 112).

2.2.1.1 Discurso

Para desarrollar un estudio profundo de la incidencia de un posible rol social activo en la producción creativa de un contexto específico, es necesario comprender qué es el discurso, sus niveles y la finalidad de su análisis, ya que como se comentó en el punto anterior, el lenguaje es un fenómeno de la sociedad, y el discurso es su más pura expresión. Adriana Bolívar define el discurso como:

“*Interacción social* porque los significados se crean, se retan, se transforman, mueren y renacen en sociedad y no en compartimientos aislados fuera de contexto

(...) Segundo, el discurso es *cognición* porque las personas construyen su conocimiento del mundo y adaptan sus representaciones a los contextos en los que viven según las opciones y/o limitaciones que se les ofrezcan. Tercero, el discurso es *historia* porque para interpretar los significados del presente es necesario conocer la dinámica en que se crearon, saber cuáles fueron los eventos que los moldearon y qué valores culturales se involucrados. Cuarto, y sobre todo, el discurso es diálogo porque para que existan las interacciones se necesita un *yo*, un *tú*, un *nosotros* y un *otros*. Por último, el discurso es acción porque con las palabras se construyen y transforman las realidades.” (Bolívar 2007: 22).

Por otra parte, Lourdes Molero construye la idea asociada al concepto de discurso como el resultado del proceso de utilización de la lengua. (Molero. 1985: 31). La autora destaca ciertas características que deben ser tomadas en cuenta para realizar un análisis discursivo, entre ellas figuran:

- El discurso aparece en un contexto, no es algo aislado, tiene una ubicación en el tiempo y en el espacio.
- El discurso tiene un propósito o intención comunicativa (...) porque los emisores producen sus mensajes por alguna razón.
- El discurso tiene una estructura interna, que puede responder al hecho de que los hablantes deben ordenar sus mensajes de que sean comprendidos. (Molero. 1985: 31).

En cuanto a la importancia de su estudio, Teun van Dijk expresa en el prólogo de la obra de Adriana Bolívar *Análisis del discurso ¿Por qué y para qué?* que

Los estudios del discurso pueden contribuir a nuestra comprensión del papel fundamental del lenguaje, los textos y el habla en la vida cotidiana y en la sociedad en general. Porque va más allá de la lingüística clásica, el campo mucho más amplio de los estudios del discurso muestra cómo las personas concretas utilizan el lenguaje en la comunicación y en las interacciones también concretas. (Van Dijk en Bolívar 2007: 05).

2.2.1.2 Niveles del discurso

El fenómeno discursivo está compuesto por niveles, cada uno de ellos en forma global y local, ya que como explica Teun A. van Dijk (1990), el discurso debe abordarse en las categorías: local o micro, y global o macro. A continuación se encuentran esbozados tres de los cuatro niveles que lo componen, ya que a los efectos de este estudio, el nivel fonético fonológico no representa un aspecto concordante con la línea seguida.

2.2.1.3 Nivel Gramatical

En el sentido local de este nivel, se halla el orden sintáctico de los signos para la obtención intencional de ciertos resultados, proceso directamente relacionado a la intención más subjetiva del autor. En esta etapa se estudia el modo de organización del discurso (enunciación, narración, descripción y argumentación (Charaudeau en Molero, 1992)), las secuencias prototípicas o “tipos relativamente estables de combinación de enunciados con una estructura jerárquica interna (esquema) y que son asumidas como unidades constitutivas del texto” (Molero y Cabeza, 2007:206). Según Adam (citado en Molero y Cabeza, 2007 1991:207), estas secuencias son las siguientes: argumentativa, explicativa, descriptiva, narrativa y dialogal. En el sentido global se encuentra la macrosintaxis o superestructura, que permite determinar los elementos globales del discurso, como tipología y patrones de organización.

2.2.1.4 Nivel semántico

En cuanto al nivel semántico, es definido como en el que “se nos va a presentar el problema de la significación de un texto entero” (Molero 1985:34). De igual modo, Roland Barthes lo conceptualiza como: “una clasificación de las formas del significado verbal” (Barthes. 1985:23). De tal manera este nivel es definido por van Dijk como aquel que “se ocupa de los significados de las palabras, las oraciones y el discurso. Formula las reglas que asignan interpretaciones a las unidades y que combinan interpretaciones de unidades dentro de interpretaciones de unidades mayores” (Dijk. 1990:46).

La semántica es básicamente el estudio del significado, definiendo específicamente el término *significado* (en relación al signo lingüístico), según Saussure, como el contenido

mental que le es dado a este signo lingüístico. En el texto *La adquisición del lenguaje* se refiere que el nivel semántico indica “cómo se realiza la significación mediante el lenguaje. Más en concreto, trata sobre el modo en el que se pueden relacionar los contenidos con las formas lingüísticas o, en otras palabras, el modo como se organizan los significados de acuerdo con los diferentes componentes de la lengua” (Serra, 2000: 36).

Adriana Bolívar apunta en *Análisis del discurso ¿Por qué y para qué?* que en las relaciones semánticas deben considerarse: “la repetición de elementos (palabras, sintagmas y oraciones), la concurrencia o empleo de términos pertenecientes a determinados campos semánticos (relacionados por contraste, por coordinación o por asociación funcional), la sustitución de voces (a través del empleo de sinonimia, términos genéricos, hipónimos, hiperónimos, antónimos, metáforas, calificaciones valorativas, etc.)”. (Bolívar: 2007: 191).

Para un mejor entendimiento de las nociones básicas de la semántica debe tomarse en cuenta el significado y significante, definido por Barthes respectivamente de la siguiente forma:

Significado “No es otra cosa sino una representación psíquica de la cosa (...) el significado no puede ser definido más que en el interior del proceso de significación”

Significante “(...) Es un mediador: la materia le es necesaria, y, por otra parte (...) puede ser también reemplazado por otras materias; la de las palabras” (Barthes. 1985:25)

Esta relación se puede manifestar en dos instancias: la vertical o de significación, donde un signo depende de otro para transmitir su mensaje, y la horizontal o de valor, donde ambos son interdependientes. Esta relación se entiende mejor en la siguiente figura:

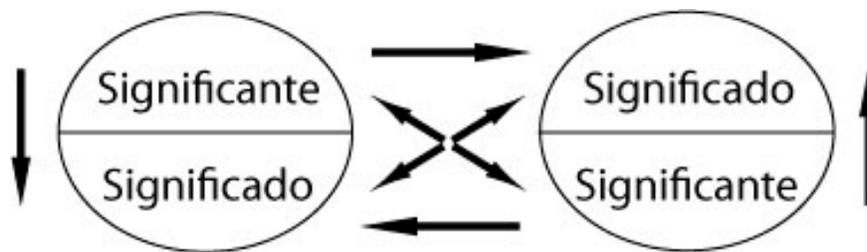


Figura 1. Representación de las dimensiones de relación significante – significado.

El significante puede depender únicamente del significado para ser comprendido, sin embargo es posible que obedezca a otro significado para así ser en el sentido que realmente tiene. Del mismo modo puede ocurrir con un significado: es probable que requiera uno o más significantes para ser reflejado acertadamente. También existe la posibilidad de que dos o más significantes, o dos o más significados, formen un relación de dependencia entre ellos para ser correctamente percibidos.

2.2.1.5 Nivel pragmático

Molero define el nivel pragmático como aquél que se ocupa de la acción, que puede basarse en dos ideas: la intencionalidad de la persona que lleva a cabo la actividad y la asignación de una interpretación en tanto una expresión observable, por parte de un receptor. Asimismo, Molero afirma que: “La interpretación, a su vez, depende de en gran medida de la situación” (Molero: 2007:30). Por consiguiente, para describir el nivel semántico de cualquier lengua se debe tomar en cuenta el contexto de enunciación. Es entonces como la Pragmática surge como disciplina y nivel del discurso, explicando este nuevo elemento contextual que analiza la intención.

La revisión del nivel pragmático en un discurso pasa por dos procesos de evidenciación y categorización distintos, basados en el sitio donde se ubican los actos de habla: los locales y el global. El acto de habla global o macro acto de habla, nombre otorgado por Teun van Dijk en su libro *La noticia como discurso* (1990) al referirse a la macroestructura pragmática, está constituido por la acción social que se cumple al utilizar la palabra y orientar el discurso con una intención. Dentro de sí mismo, el macro acto de

habla recoge todos los actos de habla presentes en el discurso y los direcciona hacia la finalidad social propia del acto comunicativo.

2.3 Análisis lexical

El análisis lexical es un proceso que se entiende como “la transformación de un flujo de caracteres en un flujo de símbolos ‘reducidos’. En este caso ‘reducido’ significa que la entrada es filtrada para eliminar aquellos elementos que sólo sirven para hacer legible el programa”. (Pérez 2005: 33). Para ello, son diversas las unidades existentes que los autores refieren para llevar a cabo el estudio.

2.3.1 Selección lexical

La selección lexical es uno de los procesos de mayor relevancia para el análisis del discurso, ya que la escogencia de ciertos términos en específico es un acto estratégico llevado a cabo por el emisor. Esto se traduce en la necesidad de indagar detalladamente en las partes de un todo, para así alcanzar una comprensión global de lo que se dice sobre un tema determinado.

Se habla de selección léxica para hacer referencia a la intención de ordenar las unidades léxicas según su posibilidad de aparecer en contextos específicos. “Se parte de las listas de vocablos proporcionadas por informantes que se jerarquizan atendiendo a sus frecuencias y orden de mención”, como lo definen López Morales y Lorán, quienes diseñaron uno de los primeros algoritmos para la identificación de índices de disponibilidad léxica (Lopez y Moran 1983:10).

2.4 Análisis lingüístico

Para el análisis lingüístico es necesario tomar en cuenta los siguientes valores, anteriormente expuestos:

- Análisis del léxico
- Campos semánticos.
- Construcción del yo-nosotros y del otro

- Otros procedimientos discursivos pertinentes.

2.4.1 Niveles de análisis

Los autores relacionados con las metodologías necesarias para el análisis del discurso detallan los niveles de estudio en cuatro propuestos por la teoría semántica, pero llevados de la lingüística al análisis del discurso en los siguientes términos: nivel referencial –mundo de la realidad susceptible de ser aprehendido por los hablantes-; nivel conceptual –conceptualizaciones que explican los posteriores comportamientos lingüístico-discursivos-; nivel lingüístico –lengua en la cual aparecen los textos analizados-; y nivel del discurso –producto o hecho observable que tiene frente a sí el analista. Para propósitos prácticos, tanto el análisis referencial como el análisis conceptual son agrupados en el nivel de análisis lógico-conceptual. Esta metodología busca describir el discurso desde la perspectiva semántica en dos etapas: la primera va desde el nivel discursivo para remontarse hasta los esquemas del nivel conceptual, y la segunda que va desde el nivel conceptual hacia el nivel discursivo, para observar la forma en la que la lengua se transforma en discurso. De esta forma, la metodología explica la relación entre el saber y el querer del creador del discurso, uno de los énfasis que se tomaran en cuenta sin profundizar en el carácter ideológico. (Pottier, 1976)

2.4.2 El léxico

El siguiente paso en el análisis consiste en el estudio de las evidencias lingüísticas que aporta el discurso. “El primer aspecto a observar es el léxico (...) [cuya importancia] radica en el descubrimiento de estructuras ideacionales o mapas conceptuales subyacentes. Para analizar el léxico se toman los temas ya identificados y se extraen los términos utilizados para referirse a ellos. Cuando se trata del estudio de un concepto o de un tema específico, se seleccionan los contextos donde aparecen las palabras que se refieren a ellos y se identifican y clasifican en dominios de experiencia, término proveniente de la semántica (...) que permite organizar el léxico objeto de estudio en ámbitos más amplios, vinculados al conocimiento socio-cultural de los hablantes. (...) Los dominios permiten identificar las prácticas sociales y discursivas a las cuales acude el emisor para encontrar el

marco adecuado que le permita obtener los significados que desea atribuir a las palabras clave de sus mensajes. En el procedimiento de identificación y clasificación de los dominios se han identificado dos tipos de operaciones (...) la descontextualización, [donde] los términos y los significados que se desean usar son extraídos de unas prácticas discursivas que pertenecen a otros ámbitos diferentes al del discurso objeto de estudio (...) y la recontextualización, mediante la cual los términos y sus significados pasan bajo el tamiz de otros valores e ideologías, para ser insertados en la práctica discursiva de un determinado sujeto emisor(...) Un aspecto importante en el análisis del léxico consiste en estudiar los términos que utiliza el emisor para referirse a sí mismo (construcción del “yo”), a los interlocutores (tú-nosotros) y, [en caso de existir, a los opositores (ellos)]. (...) (Bolívar. 2007:216-217)

2.4.2.1 Relación léxico-semántica

La metodología requiere que se entienda la relación entre lo semántico y su léxico. Después de determinados todos los conceptos oportunos al proceso metodológico, se comprende que la semántica es el término que se refiere a los aspectos del significado, en el sentido de su interpretación en un determinado elemento o lugar. Por ello es prudente tomar en cuenta que las variaciones de interpretación son múltiples y que “en los campos léxicos suele existir una gran provisión de sinónimos o cuasi-sinónimos para la comunicación de alguna zona especializada de la experiencia” (Molero, 1985: 216)

Una vez comprendida la teoría que se llevará a cabo para la búsqueda y logro de un concepto sobre esta sobre esta posible “cuaima” como mujer, es necesario investigar los procesos que establecen la transformación de los personajes en la sociedad y sus diversas interpretaciones. Para ello se indagará en teorías de la línea sociológica de grandes investigadores como las del canadiense Erving Goffman y el alemán Marx Weber.

2.5 Roles Sociales y Teoría de Acción Social

Para indagar si la “cuaima” se ha convertido en un rol social en el contexto venezolano, es necesario ahondar en bases teóricas. En este caso se utilizará como pilar la obra del sociólogo y escritor estadounidense, Erving Goffman, quien define rol social

como: “la promulgación de los derechos y deberes atribuidos a un status dado (...) un rol social implicará uno o más papeles, y que cada uno de estos diferentes papeles puede ser presentado por el actuante en una serie de ocasiones ante los mismos tipos de audiencia o ante una audiencia compuesta por las mismas personas” (Goffman. 1994: 28). El autor agrega que “cuando un individuo o actuante representa el mismo papel para la misma audiencia en diferentes ocasiones, es probable que desarrolle una relación social” (Goffman. 1994: 29).

Continuando por la misma línea, Goffman aclara que cuando un individuo desempeña un papel desarrollará confianza en su actuación: “Cuando un individuo desempeña un papel, solicita implícitamente a sus observadores que tomen en serio la impresión promovida ante ellos. Se les pide que crean que el sujeto que posee en realidad los atributos que aparenta poseer, que la tarea que realiza tendrá las consecuencias que en forma implícita pretende y que, en general, las cosas son como aparentan ser” (Goffman. 1994: 29). Es posible ver cómo es una persona cuyo objetivo es reflejar determinada actitud, con el fin de alcanzar un objetivo determinado, definiendo persona como una “máscara (...) En cierto sentido, y en la medida en que esta máscara representa el concepto que nos hemos formado nosotros mismos – el rol de acuerdo con el cual nos esforzamos por vivir -, esta máscara es nuestro «sí mismo» más verdadero, el yo que quisiéramos ser”. (Goffman. 1994: 31).

Todo sujeto lleva a cabo una “actuación” o desempeña un papel que lo define como persona (máscara), y posee una fachada que, siguiendo el mismo lineamiento de Goffman, se define como: “la parte de la actuación del individuo que funciona regularmente de un modo general y prefijado, a fin de definir, la situación con respecto a aquellos que observan dicha actuación. La fachada, entonces, es la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencional o inconscientemente por el individuo durante su actuación”. Sin embargo, es necesario definir si ser “cuaima” comprende un conjunto de reglas que vienen dadas por el contexto social, o es más bien un rol producto de factores más emocionales que ambientales. El papel desempeñado por una persona depende directamente de su relación con una audiencia determinada. El sujeto no se muestra igual ante distintos tipo de

espectadores: “En términos geográficos, el medio tiende a permanecer fijo, de manera que los que usan un medio determinado como parte de su actuación no pueden comenzar a actuar hasta haber llegado al lugar conveniente, y deben terminar su actuación cuando lo abandonan”.

(...) Si bien estas normas abstractas tienen, de hecho, significación diferente en actuaciones ocupacionales diferentes, se estimula en el observador la costumbre de acentuar las similitudes abstractas. Para él, esta es una comodidad admirable, aunque a veces desastrosa. En lugar de tener que mantener una pauta diferente de expectativa y tratamiento responsivo para cada actuante y actuación ligeramente distintos, puede colocar la situación en una amplia categoría en torno de la cual le es fácil movilizar su experiencia pasada y su pensamiento estereotípico. Los observadores no necesitan entonces más que estar familiarizados con un reducido y, por ende, fácilmente manejable vocabulario propio de las fachadas, y saber cómo responder ante estas, a fin de orientarse ante una amplia variedad de situaciones. (Goffman. 1994: 38).

En este mismo aspecto, el autor afirma que un grupo de sujetos “si no están familiarizados con el individuo, los observadores pueden recoger indicios de su conducta y aspecto que les permitan aplicar su experiencia previa con individuos aproximadamente similares al que tienen adelante o, lo que es más importante, aplicarle estereotipos que aún no han sido probados. (Goffman 1994: 13).

Los roles sociales tienden a institucionalizarse, a fijarse como categorías que forman parte de un tiempo y espacio específicos, así que en este trabajo será necesario determinar si la “cuaima” es ciertamente un rol directamente relacionado con la mujer venezolana. Goffman, cuando habla de la institucionalización, expresa:

Además del hecho de que diferentes rutinas pueden emplear la misma fachada, hay que señalar que una fachada social determinada tiende a institucionalizarse en función de las expectativas estereotipadas abstractas a las cuales da origen, y tiende

a adoptar una significación y estabilidad al margen de las tareas específicas que en ese momentos resultan ser realizadas en su nombre. La fachada se convierte en una <<representación colectiva>> y en realidad empírica por derecho propio. (...) Cuando un actor adopta un rol social establecido, descubre, por lo general, que ya se le ha asignado una fachada particular. (Goffman. 1994: 39).

Para determinar si un rol social puede calificarse de activo en un espacio y tiempo determinado, hace falta contrastar lo antes expuesto con la obra del sociólogo Max Weber, quien indica que el rol que desempeña un individuo se traduce como una acción social, que es aquella “conducta humana que implica, por parte del sujeto o los sujetos la asignación de un sentido subjetivo” (Páez, 2001:236). Tomando en cuenta la comprensión de una acción, según el análisis hecho Laura Páez sobre Weber, toda “acción está condicionada por la masa”, y es definida como:

Una acción en donde el sentido mentado por su sujeto o sujetos está referido a la conducta de otros, orientándose por ésta en su desarrollo. La otredad weberiana puede referirse a individuos previstos y conocidos, o a una pluralidad de ellos completamente desconocida e indeterminada (...) Por otra parte la conducta íntima es acción social sólo cuando está orientada por acciones de otros. (Weber analizado por Páez. La Teoría sociológica de Max Weber. 2001:237)

Entre otros de sus conceptos se configura lo que Weber llamaba “Acción tradicional reactiva”, lo cual se concibe como la “conducta que se asemeja a la imitación, se trata de una reacción a estímulos habituales, que desliza en la dirección de una actitud arraigada” (Weber citado por Páez 2001:238).

Al revisar los conceptos de Erving Goffman y la teoría de acción social de Max Weber para la posible construcción de un rol social activo, como punto de referencia de evolución es necesario ver cómo ha sido el desenvolvimiento de la mujer en la historia a partir de sus actuaciones sociales.

2.6 La mujer en la historia y los estereotipos de género.

María Antonia Bel Bravo, en su obra *La mujer en la historia*, explica cómo los estereotipos culturales de género no son en sí mismos una descripción esencial de lo que es ser mujer o varón. Cabe destacar que cuando se hace referencia al término estereotipo en este ámbito, Nancy Montero contempla en su libro *Estereotipos sexuales, matrimonio, divorcio y salud mental*, que éste representa

El conjunto de características psicológicas que son atribuidas con mayor frecuencia a hombres o a mujeres, ya sean ellas, virtudes o defectos. El estereotipo sexual corresponderá al contenido de una imagen anhelada que no se busca en hechos reales, sino “en hechos sobrepasados, tipificados y cristalizados en la opinión y descansa en prejuicios enraizados y transmisibles de generación en generación” (Montero.1968:50).

De otra forma Anne Marie Rocheblave señala en *Lo masculino y lo femenino en la sociedad contemporánea* que los estereotipos “tienen una gran dependencia de los factores culturales, de esta forma los comportamientos del hombre y de la mujer varían según las civilizaciones y la imagen que se tiene de ellos experimenta estas variaciones”. Partiendo de este punto, es posible aproximar a la “cuaima” a una cultura determinada, como la venezolana, que se maneja bajo ciertos parámetros y tradiciones claramente diferenciados a los de otros grupos humanos del continente suramericano.

Ante la importancia del concepto de “cuaima” como objeto de estudio, el filósofo español Jaime Nubiola indica que los estereotipos de género vienen dados por tradiciones populares enmarcadas en un tiempo y espacio específico: “los estereotipos culturales de género – que son constructos culturales convencionales – no constituyen una descripción esencial de lo que sea ser varón o ser mujer, sino que se trata de descripciones relativas, compuestas de los rasgos contingentes empleados de ordinario en esa comunidad para la identificación de los miembros normales de su clase. Los estereotipos de género son objetos culturales resultado de tradiciones concretas”. (Nubiola.2004:37). A pesar de que el filósofo

se refiere a estos estereotipos como perfiles de personalidad creados a partir de creencias poco fundamentadas que “no reflejan ninguna esencia”, asegura que no hay que restarles importancia, ya que,

Contienen elementos de verdad que no convendría despreciar sin un examen previo. Como la masculinidad y la feminidad sólo se nos dan a través de los estereotipos de género, sólo nos cabe reflexionar críticamente sobre nuestros estereotipos para irlos purificando de todos los elementos que distorsionan la igualdad esencial entre varones y mujeres. (Nubiola. 2004:37).

Como refiere Anne Marie Rocheblave, la mujer adquiere, según tradiciones culturales, ciertas características que son dignas de ser objeto de estudio, ya que como explica la autora,

En la medida en que el género es una interpretación cultural del hecho biológico de la sexuación, los sistemas de género son productos históricos que admiten notables variaciones. Sin embargo, aunque la existencia en los sistemas de género, la clasificación en dos géneros, sea universal, no lo son sus contenidos: todas las sociedades atribuyen temperamentos, roles y estatus diferentes a varones y mujeres, pero no lo hacen del mismo modo (Rocheblave. 1968:17)

Asimismo, Seyla Benhabib y Drucilla Cornel, en su *Teoría feminista y Teoría crítica*, hablan de cómo las identidades de cada género corresponden a asignaciones sociales:

La representación del orden genérico del mundo, los estereotipos sociales y sus normas, son fundamentales para la cultura y la subjetividad de cada quien. Se aprehenden desde el principio de la vida y son componentes no aleatorios del propio ser. Son dimensiones subjetivas arcaicas y en incesante renovación; por ello son fundantes: están en la base de la identidad de género de cada quien y de las identidades sociales asignadas y reconocidas. (Benhabib y Cornel. 1990: 25)

Partiendo de este punto, se puede enlazar lo referente a los estereotipos de género con el proceso de *identidad genérica* o *generizada*, idea referenciada por la autora Aurelia Martín en su libro *Antropología del género: culturas, mitos y estereotipos sexuales*. Tal proceso desprende de las definiciones sociales asignadas a un individuo y de sus autodefiniciones, en el que entran en juego “sentimientos, actitudes, modelos de identificación o rechazo que se incorporan a través de todo el ciclo vital y que supone un proceso de afirmación *frente a* o *de distinción* en relación a los demás” (Martín. 2006: 54). La autora prosigue ahondando en este concepto y explica que la identidad genérica está asociada a la imagen que los individuos proyectan de manera relativamente consciente en el ámbito social, en relación con la ideología de género dominante.

Los estereotipos de género varían según la cultura, tal como confirman los autores en párrafos anteriores. Las costumbres y tradiciones, ligadas a la visión colectiva de las sociedades con respecto a los fenómenos sociales, son afectadas por la historia. Una guerra marca el inconsciente colectivo de las poblaciones involucradas, tal como sucede con las crisis económicas, los desastres naturales y los cambios en las estructuras de la sociedad, sea cual sea la causa. Es por esta razón, que es conveniente estudiar el contexto histórico en el que se ha desenvuelto la mujer. Para este estudio se hará referencia al siglo XX como antecedente fundamental de la transformación de los roles interpretados por la raza humana. El pasado siglo, con sus hechos de sangre, de progreso, de inclusión y exclusión, de revoluciones, por mencionar sólo algunos aspectos, representa un referente histórico clave para analizar fenómenos sociales de la actualidad.

2.6.1 La mujer en la historia de la Humanidad en el Siglo XX

Como indican los autores Georges Duby y Michelles Perrot en su libro *Historia de las mujeres*, el siglo XX fue el escenario de varias luchas por la liberación. La discriminación por raza, género, preferencia sexual, culto, clase social, e impedimentos físicos, por mencionar sólo algunas categorías, se volvieron hasta cierto punto políticamente incorrectas. La nueva mujer, producto de la píldora anticonceptiva (lanzada al mercado el 23 de junio de 1960), del feminismo, del consumismo, ahora es capaz, por

primera vez en la historia de Occidente, de decidir en lugar de ocupar un lugar preestablecido en la sociedad. Esta nueva 'mujer maravilla' pasó a ser una suerte de malabarista, que tuvo que hallar equilibrio entre los diversos papeles que empezó a representar.

El Siglo XX, el más sanguinario –según Thébaud [Thébaud en Duby y Perrot 1993:12]- de la historia de la Humanidad, comprendió hechos históricos que no sólo marcaron a las generaciones futuras, sino que a su vez pautaron la mutación del rol de las mujeres en la sociedad (Occidente). Por ejemplo, es un hecho que “la concepción del trabajo como algo natural para los hombres y anormal para las mujeres se modifica en tiempos de guerra y éstas son convocadas al trabajo” (Thébaud, 1993:5). Sin embargo, no todo representó la inclusión de la mujer en ámbitos en los que solía estar ausente. El genocidio cobró brutalmente la vida e integridad de millones de féminas, quienes fueron víctima de prácticas sexuadas e inhumanas, como violaciones y exterminio, esto último consecuencia del propósito nazi de eliminar a la raza judía, y por ende a las mujeres que podían dar vida a nuevas generaciones (Duby y Perrot, 17).

Por otra parte, es el momento en el que surgen grandes figuras, quizá heroínas para muchos, damas que sobresalieron en el ámbito político e intelectual. Tal es el caso de mujeres como “la periodista checa Milena Jesenska, amiga y traductora de Kafka, que, plena de fervor, denunciaba todas las opresiones, y la comunista alemana Margarethe Buber Neumann, que ha dejado testimonio de los campos de concentración de Stalin y de Hitler”. (Duby y Perrot 1992:17). De hecho el Día Internacional de la Mujer, que según Ana Isabel Álvarez, debe sus orígenes al movimiento internacional de mujeres socialistas de finales del siglo XIX, buscaba promover la lucha por el derecho al voto de la mujer, sin ningún tipo de restricción basada en el nivel de riqueza, propiedades o educación. Del mismo modo señala que la Revolución Rusa de 1917 fue un móvil fundamental para la celebración de este evento a nivel mundial. A pesar de haber sido celebrado en Rusia desde 1914, fue en el año 1917 que las mujeres rusas se amotinaron ante la falta de alimentos, iniciando así un proceso revolucionario que culminaría en octubre del mismo año (Álvarez. 1999: 04)

También los avances tecnológicos influenciaron la transformación de los roles femeninos. Las mejoras en materia de salud e higiene incrementaron la esperanza de vida de hombres y mujeres, la educación se masificó, la sociedad se hizo cada vez más consumista y menos consagrada al trabajo. Para muchas féminas esto se tradujo “ante todo en una transformación del trabajo del hogar y del régimen de la maternidad, que disminuye el tiempo requerido para las actividades de reproducción y les permite una mayor participación en la vida social” (Duby y Perrot 1992:17).

A escala global la figura femenina ha enfrentado cambios sociales y culturales evidentes, que han propiciado la evolución y diversificación de los roles que interpreta. Si bien, a nivel mundial el movimiento se dio más o menos de forma similar, al menos en occidente, es necesario ubicarse en un punto geográfico más específico. Partiendo de este punto, es importante dar una breve referencia acerca de la historia de la mujer en Venezuela.

2.6.2 La mujer en Venezuela

Para iniciar un recuento acerca de la evolución del papel de la mujer durante el siglo XX, hay que partir de los inicios de una historia en la que la palabra clave que definía las relaciones de pareja entre hembras y varones, era “dependencia”, tal como indica Gioconda Espina, psicoanalista y miembro del Movimiento Femenino de Venezuela. Espina asegura que la ruptura se dio a finales de la década de los setentas, momento en el que se inició la movida feminista en el país. (Espina, 2011)

Por otro lado, el escritor venezolano Eloi Yagüe habla de la sociedad venezolana del siglo XXI, como un sistema matriarcal “donde los padres brillan por su ausencia y las madres generalmente tienen que ‘echar pa’lante’ con los hijos (sic)” (2011). Sin embargo Espina afirma que el matriarcado no es real, sino más bien una creación romántica de poetas, indica que las Amazonas no existen, ni existieron, y asegura que lo que sí es real es el matricentrismo. Da a entender que es término habla de un escenario en el “toda decisión asociada a la familia está sujeta al criterio de la madre”. Continúa explicando que “a la mujer le tocó desde los inicios de los que llamamos civilización, pues es ella quien reproduce y alimenta, es un hecho biológico, la mujer garantiza la sucesión”. (2011).

Hoy día, parece ser imposible hablar de la modernidad en el contexto venezolano sin mencionar a la mujer, como asegura Carmelo Vilda en su obra *Proceso de la Cultura en Venezuela*. La mujer que empieza a formar parte activa de la sociedad después de la muerte de Juan Vicente Gómez, cuestión que Vilda asegura agregando que anteriormente “el macho criollo no gobernaba sólo su hato, sino también a su mujer”. (1999: 200). La ruptura de esta relación de dominación ocurrió después del desarrollo industrial y la multiplicación de los puestos de trabajo, impulsaron la inclusión de mujer en la dinámica económica y social. Para exponer la situación social y psicológica de la mujer venezolana a principios del Siglo XX, Vilda cita un fragmento de la novela *Ifigenia*, de Teresa de la Parra: “¡Si al menos hubiera nacido hombre...! Pero soy mujer, ¡ay, ay, ay! Ser mujer es lo mismo que ser canario o jilguero. Te encierran en una jaula, te cuidan, te dan de comer y no

te dejan salir mientras los demás (ellos) andan volando por todas partes ¡Qué horror ser mujer!”. (Parra en Vilda, 1999: 199) Esta cita hace referencia a la situación de las féminas de clase alta, ya que las campesinas tenían un destino totalmente diferente: “Por su parte la mujer campesina vivía sometida a su terruño (emigraba el varón, rara vez ella) y a unos nexos de parentela patriarcal en donde debía ser la hembra reproductora, custodia del hogar y también trabajadora del campo. Era un ser inferior, sumisa al marido o concubino. No importaba que ella valiera más que el varón o fuera más segura y consistente porque quien imponía la partitura era siempre el hombre” (1999:199).

La venezolana y su búsqueda de igualdad de derechos como ciudadana, remonta su actuación a las luchas independentistas, donde muchas mujeres se incluyeron en los campos de batalla, y compartieron ideas a la par del género masculino. Personajes como Ana María Campos, Juana Ramírez “La avanzada”, Josefa Camejo y Eulalia Ramos Sánchez, tomaron las armas y se rebelaron en una sociedad en la que las féminas no estaban concebidas para la lucha, en ninguno de sus tipos. Laura Valero, afirma que,

A principios del siglo XIX las mujeres venezolanas fueron parte de ese movimiento, de esa ola de luchas que se manifestó en Europa, Norteamérica y Latinoamérica que tenía como objetivo ser reconocidas como sujetas de derechos, ciudadanas. Luchas que tuvieron como tema central el derecho al sufragio de las mujeres y las mejoras de las condiciones laborales (igualdad de salario que los hombres en trabajos similares, entre otros aspectos) (Vilda, 1999:2001)

No fue sino hasta el año 1947 que la Constitución de la República de Venezuela aprobó el voto de la mujer en los procesos electorales. Fue también uno de los primeros países de Latinoamérica en permitir el divorcio en 1904. Hecho que, aunque daba cierto margen de libertad a la mujer, estaba condicionado por elementos que colocaban la balanza a favor del género masculino. Un hombre podía solicitar la disolución de su matrimonio sólo por acusar a su esposa de adulterio, sin embargo la otra parte sólo podía alcanzar dicha

medida en caso de comprobar que su cónyuge mantenía una concubina, o si cometía un acto de injuria grave hacia su señora. (Constitución de la República de Venezuela. 1947)

Para 1961, según el censo, las mujeres prácticamente igualaron a hombres en los enclaves económicos, lo que se traduce como una rápida incorporación al proceso social de “ciudad contemporánea” (Vilda. 199: 202). Rafael López hace referencia a las palabras del Doctor José Luis Vethecourt, para hablar sobre el impacto psicológico que tuvo este cambio en el sistema social venezolano: “La nueva situación parece ser notablemente fuerte para el hombre venezolano, en el sentido que, a nuestro parecer, al no actuar él satisfactoria y compensativamente en los dominios administrativo y político del país, ha pasado a no tener la respuesta adecuada ante el nuevo estatus emergente, cualitativa y cuantitativamente, de la mujer venezolana” (1993:200)

Parece ser que la diferenciación de géneros juega un papel fundamental en la organización social, la relación entre mujer y varón ha marcado durante siglos de historia una pauta entre los procesos de interacción entre civiles. El sexo femenino ha ido ocupando espacios en los que solía estar ausente, desprendiéndose paulatinamente de una actuación asociada exclusivamente a la capacidad de reproducir y garantizar la supervivencia de la especie. En ese sentido, el Siglo XXI podría ser una nueva etapa en la que se estén vislumbrando importantes cambios en la actuación de las féminas. Ante esta posibilidad, Gioconda Espina explica que en tiempos actuales las mujeres que se dedican a sus familias únicamente, lo hacen como una cuestión de elección: “Hoy en día las jóvenes pueden escoger entre quedarse en casa, o salir a la calle a ser profesionales, mientras que antes una mujer se veía obligada a depender de la figura masculina. Hoy día se trata de alguien independiente, que puede darse el lujo de terminar una relación, o de ser ella la proveedora, la que mantiene al tipo que le gusta... ésas son las grande “cuaimas”, porque asumen un papel que antes era exclusivamente para los hombres” (2011).

La mujer como actor social que desempeña diversos roles en un espacio y tiempo específico, forma parte de un colectivo y hace vida en una cultura definida. En muchos casos, es fuente de inspiración para los creadores de piezas de diversas naturalezas, ya se trate de obras de arte, producciones musicales o productos publicitarios. En otras ocasiones,

es parte de un polo consumidor al cual van destinados mensajes que se adecúan a las características del sujeto promedio, Dado este preámbulo, a continuación se presenta un capítulo dedicado a la creatividad y su vinculación con la sociedad.

2.7 Creatividad y producción creativa.

Al hablar del contexto histórico relacionado con una nueva percepción de la mujer que podría estar posiblemente con la caracterización de “cuaima”, como parte de un proceso de interacción social, objetivo que se persigue en esta investigación, es vital buscar la relación de dicho acontecimiento con las producciones creativas del siglo XXI en Venezuela. Pues es quizá la creatividad, el hecho más tangible a través del cual se puede estudiar qué idioma habla una sociedad. De ahí surge una premisa, que enuncia que todo suceso está directamente unido a un lugar en específico, un entorno o una sociedad, todos marcados por un conjunto de normas para la convivencia y comprensión del contexto. Es así que para hallar la correspondencia entre la producción creativa y la “cuaima”, es necesario definir antes qué es la creatividad, que según Mihaly Csikszentmihalyi, reconocido investigador del campo de la psicología y los negocios, es “algo que acontece, no dentro de una persona, sino dentro de una sistema (...) El proceso creativo comienza con una sensación de que en algún sitio hay un rompecabezas o una tarea que se ha de llevar a cabo. Quizá algo no está bien, en algún sitio existe un conflicto, una tensión, una necesidad que se ha de satisfacer. La cuestión problemática puede estar desencadenada por una experiencia personal, por un desajuste en el sistema simbólico, por la estimulación de los colegas o por necesidades públicas” (Csikszentmihalyi, 2007:21). Visto de esta forma, es posible afirmar que la producción creativa, haciendo referencia a diversos productos de alcance masivo como piezas publicitarias, producciones radiofónicas, televisivas y cinematográficas, literatura, teatro y comedia, están claramente ligada a un entorno.

En la búsqueda de esa relación de creatividad y entorno, desde el punto de vista psicológico, se reafirma que “La creatividad es, en parte, producto de una interacción entre una persona y su contexto (...) recompensa una amplia gama de ideas y comportamientos (...)” (Sternberg y Lubart, 1997:45). Así es posible afirmar que la producción creativa es una de esas cosas que está y evoluciona dentro de un entorno y contexto específico, ya que los individuos “abordan problemas particulares e incluso de la vida en general (...) que es

el marchamo de una persona creativa” (Sternberg, 1985). En este sentido Sternberg y Csikszentmihalyi convergen en que gran parte de las producciones creativas están dadas previamente por la cultura.

La sociedad está relacionada de modo inseparable a la cultura, y ésta viene a definirse como “sistemas simbólicos compartidos que son acumulativas creaciones de la mente (...). [La cultura se crea en] el mundo físico en el que viven los seres humanos y proporciona los materiales en bruto que los procesos universales de la mente elaboran según pautas sustantivamente diversas, pero formalmente similares”. (Strauss, 1999). Al respecto, el autor cubano José Martí define la cultura como "un concepto que abarca todo en la vida social. Todo lo que ha sido creado por el hombre, abarca la creación de valores espirituales y materiales que garantizan la satisfacción de necesidades de la época" (Martí, 1959:183).

Por su parte, Roland Barthes expresa en su libro *La aventura semiológica*, que las creaciones se dan a conocer como consecuencia de un proceso de estudio e identificación social, el cual resulta de la experimentación y conocimiento del entorno, por lo que considera que se trata de una institución cultural que juega un papel fundamental en el modo que funciona una sociedad. Es así como, al considerar las producciones creativas como una institución cultural, pueden definirse éstas de una forma más asertiva. En ese sentido, Raymond Williams estudia las instituciones desde tres aspectos: 1) las instituciones (sociales y económicas de cultura) como alternativa y las definiciones de sus productos; 2) el contenido y 3) sus efectos.

(...) las instituciones culturales son parte integrante de la organización social general. En una economía capitalista moderna, y su tipo característico de orden social, las instituciones culturales de la prensa y el negocio editorial, el cine, la radio, la televisión y la industria discográfica, ya no son, como en las primeras fases del mercado, marginales o menores, sino que, tanto en sí mismas como en su frecuente interacción e integración con otras instituciones productivas, forman parte de toda organización social y económica en sus aspectos más generales y penetrantes” (Williams, 1982:318.)

La producción creativa observada desde un punto vista artístico, está directamente relacionada con la idea de cultura, tal como explica Williams: “Una hipótesis esencial en el desarrollo de la idea de cultura, es que el arte de un período está cercana y necesariamente relacionada un ‘estilo de vida’ frecuente y generalizado, y más allá de eso, en consecuencia, los juicios estéticos, morales y sociales están directamente relacionados”. (Williams, 1982:315) Asimismo, A.W. Pugin siempre relacionó su obra como algo que se desarrolla el pensamiento social que implica “el uso del arte de un período para juzgar la calidad de la sociedad que está produciéndola” (Pugin, 1864). La realidad de una sociedad está reflejada en los productos generados en contextos específicos y períodos de tiempo determinados, antes esto John Ruskin habla del arte cómo un exponente de las virtudes sociales y políticas, “El arte de cualquier país en un exponente exacto de su vida ética” (Citado por Williams. 1982:12). Si bien el mismo Williams considera que esta definición es algo obsoleta, aclara que no carece de significado.

Del mismo modo Strauss establece una analogía entre cultura, sistema de costumbres y creatividad, al afirmar que: “El conjunto de las costumbres de un pueblo tiene siempre su estilo particular; las costumbres constituyen sistemas. Estoy seguro de que el número de esos sistemas no es ilimitado, y de que las sociedades humanas, al igual que los seres humanos individuales (en el juego, en sus sueños, o en momentos de gran delirio), jamás crean absolutamente todo; todo lo que pueden hacer es elegir ciertas combinaciones tomadas de un repertorio de ideas que sería posible reconstruir. Por eso es urgente la tarea de confeccionar un inventario de todas las costumbres que hayan sido observadas se por uno mismo o por otros (...)” (Strauss, 1978).

A modo de resumen, es importante destacar que los enlaces entre el lenguaje, el discurso y la sociedad, son piezas clave para estudiar a una figura femenina, que ya ha sido esbozada como rol social, y ubicada en un tiempo y espacio determinado. Una vez concluido el soporte teórico que el lector debe tener a su disposición para comprender de modo integral este trabajo de investigación, es importante pasar a referir todas las herramientas metodológicas que se emplearán para analizar profundamente al objeto de estudio.

Capítulo 3. Marco Metodológico

3.1 Tipo de investigación

A continuación se presenta un trabajo de investigación que se encuentra inscrito en el marco de los estudios de campo. En ese sentido, la Universidad Pedagógica Experimental Libertador considera que son:

El análisis sistemático del problemas en la realidad, con el propósito bien se de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos en el desarrollo. Los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales o primarios. (2005:7)

Los objetivos de esta investigación son de carácter *explicativo* con objetivos que le dan un carácter *experimental*, al buscar una relación entre la mujer y la “cuaima”, y con ello su posible incidencia en las producciones creativas venezolanas. El sustento para esta última será generado por otra investigación previa de carácter *documental*, realizada para obtener ciertos productos creativos venezolanos del Siglo XXI, que contengan elementos posiblemente relacionables con el concepto de “cuaima”. La definición de este personaje se va a construir a través de documentación, entrevistas y encuestas, de tal modo visualizar la percepción colectiva del posible rol de la “cuaima”. El estudio, de acuerdo a su período y secuencia, es de índole *transversal*, con una marca temporal de tipo *retrospectiva*.

3.2 Período en el que se desarrolla la investigación

La investigación se desarrolla entre los meses de septiembre 2010 a abril 2011.

3.3. Población y muestra

La población asociada al objeto de estudio, constituye un total de trece (13) entrevistas realizadas a personalidades destacadas en distintas áreas del conocimiento, específicamente en Venezuela, quienes emitieron su opinión sobre la “cuaima” en conjunto con otros conceptos encontrados mediante investigación documental . La segunda muestra en esta primera fase de la investigación se basó en la aplicación de un total de ciento dieciséis (116) encuestas a personas de la colectividad venezolana.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la búsqueda de un concepto global de la palabra “cuaima”, se procederá con la aplicación del modelo semántico-pragmático del discurso propuesto por los autores Lourdes Molero de Cabeza y Julián Cabeza en su artículo *El enfoque semántico-pragmático en el análisis del discurso: teoría, método y práctica* (2005), el cual se aplica en el punto 3.7. En primer lugar se aplicará a las entrevistas y otros conceptos encontrados.

Se pretende hacer un acercamiento a la percepción social sobre qué es una “cuaima”, por lo que se hurgará en la opinión de un colectivo ubicado en un lugar y tiempo específicos, y así aproximarse al posible reconocimiento de la mujer como “cuaima”, observar quién es ella, cuáles son sus características y entender por qué existe esta concepción.

Para materializar los acercamientos necesarios para esta investigación, se requirieron algunos procesos de método científico con características cualitativas o cuantitativas, para lograr un acercamiento al conocimiento y comprensión de una realidad social o situación social. Con ello se tomaron en cuenta dos de las herramientas propias de la Metodología de la Investigación, tales como la entrevista y la encuesta, de modo de poder ensamblar un concepto de “cuaima” en base a la percepción colectiva de un grupo de venezolanos. Las entrevistas se realizaron de modo presencial, vía telefónica y en unos casos muy particulares por correo electrónico y la encuesta se realizó mediante una plataforma llamada Survey Monkey, para facilitar un alcance equitativo entre el género y edades de los encuestados.

3.4.1 La Entrevista

Al tomar en cuenta la entrevista como método necesario para la línea de investigación, se debe considerar que su concepto general hace referencia a un diálogo entablado entre dos o más personas, dónde se encuentra un entrevistador y un entrevistado. La entrevista, un instrumento o técnica utilizada de modo recurrente en numerosos campos de estudio, es una herramienta clave para lograr una aproximación a la concepción que tienen algunos actores sociales con respecto a la temática. En este trabajo se hará uso de la entrevista de opinión, pues como expresa Olga Dragnic en su Diccionario de Comunicación Social (1994), “la opinión del entrevistado se vuelve noticiable en la medida en que es considerado un experto, un conocedor en la materia o tema tratado. Su trayectoria pública, institucional o personal en esa área valida sus juicios y opiniones. Lo noticiable es la opinión del entrevistado” (Dragnic, 1994). Aunque no se persigue de forma directa una relación con la noticia, el concepto adecuía al reconocimiento de la trayectoria personal/profesional, que otorgan peso y validez a los juicios de cada entrevistado con respecto al concepto de “cuaima”.

Para conocer el concepto completo y personal de cada uno de los entrevistados y así buscar a través de estas opiniones la relación de “cuaima”- mujer en el ámbito venezolano y sus porqués, se buscó que las respuestas de los entrevistados giraran en entorno a las siguientes interrogantes:

- ¿Qué es para usted una “cuaima”?
- ¿Qué características posee esta “cuaima”?

3.4.2 La Encuesta

Si bien se desea hacer un acercamiento a ese concepto de la “cuaima” a través de las diversas consideraciones que tengan los reconocidos humoristas, escritores y demás personajes, es clave incluir en la investigación la percepción colectiva. La encuesta a personas que hacen vida en la cotidianidad venezolana, es un vehículo importante para dar

con “la medición de aspectos que guardan relación con la situación cultural del país, los estados o corrientes de opinión” (Vinuesa, 2005:177)

Debido a que se busca observar directamente los resultados y el pensar general, se considera esta herramienta como “una de las técnicas posibles para la recogida de información en estudios de Comunicación. Constituyen una de las técnicas de investigación más conocidas y empleadas. Consiste en plantear preguntas a una población y recoger las respuestas (...) la encuesta es un procedimiento estadístico que permite captar la opinión de una sociedad o de un grupo social para determinar el sentido y la intensidad de las corrientes de opinión mayoritarias” (Vinuesa, 2005:177)

3.4.2.1 Procedimiento de la encuesta

Las preguntas a desarrollar en la encuesta dependen directamente de los resultados que sean arrojados una vez aplicado en las entrevistas y conceptos el modelo de análisis del discurso desarrollado por Molero y Cabeza, a explicarse posteriormente. Una vez obtenido un total de léxicos asociados en los diversos dominios que resulten, se buscará constatar y buscar otras respuestas para obtener un concepto lo suficientemente global en lo que se refiera a la “cuaima”.

La encuesta se realizará mediante una plataforma en Internet llamada Survey Monkey (www.surveymonkey.com) la cual es una alternativa para disponer de un servicio online de encuestas virtuales que se elaboran de manera sencilla y rápida, además de su facilidad de poder llegar a varias personas de una forma inmediata. Tal plataforma permite realizar el diseño de la encuesta y contempla la selección de diversos tipos de preguntas (elección múltiple, escalas de valoración, texto simple, menú desplegable, ensayo breve, comentario, información demográfica, imágenes, fecha y hora, entre otras). Este medio consta de diversos planes de trabajo, los cuales deben constar de diversos precios que deben ser pagados en dólares mediante una tarjeta de crédito, por la falta de divisas para compras en internet de las investigadoras, se procedió la encuesta con el plan gratis que ofrece Survey Monkey, el cual permite establecer únicamente diez (10) preguntas, incluyendo como pregunta el cuadro introductorio – explicativo sobre el motivo de la encuesta

3.4.3 Niveles de análisis del discurso.

Los autores de esta metodología se basan en cuatro niveles de análisis del discurso propuestos por la teoría semántica (Pottier, 1978), los cuales son conceptualizados por la autora Lourdes Molero de la siguiente forma “a) Nivel *referencial*: mundo de la realidad susceptible de ser aprehendido por los hablantes; b) *Nivel conceptual*: conceptualizaciones que explican los posteriores comportamientos lingüísticos - discursivos; c) *Nivel lingüístico*: lengua en la cual aparecen los textos analizados; d) *Nivel del discurso*: producto o hecho observable que tiene frente a sí el analista.” (Molero. 2005:205). A partir de esta clasificación es posible profundizar más en cada uno de los niveles de análisis del discurso, Molero los desarrolla del siguiente modo:

Nivel conceptual: Uno de los niveles que postula el enfoque semántico – pragmático en el análisis del discurso, está constituido por una interface que contiene el propósito de comunicación, la intencionalidad, los eventos conceptualizados bajo determinados estatutos y la conceptualización de los roles actanciales.

Nivel lingüístico: En este nivel destacan: el análisis del léxico, los campos semánticos, la construcción del yo – nosotros y del otro, así como algunos procedimientos discursivos.

Nivel del discurso: los modos de organización: los modos de organización del discurso se relacionan con funciones tales como narrar, describir o argumentar. (Molero, 2006: 206, 207, 208, 209).

Para propósitos prácticos, se describirá de forma detallada únicamente el nivel lingüístico, ya que es el nivel requerido para el levantamiento lexical de las entrevistas. No se busca el propósito o intencionalidad de las respuestas dadas, sólo se desea concertar un concepto global para la palabra “cuaima”.

3.4.3.1 Análisis del nivel lingüístico

Se debe continuar con el proceso de análisis, una vez englobados los temas en relación con sus actantes debe considerarse análisis lingüístico el cual está relacionado directamente con el léxico, tal como lo explica Molero, “Para analizar el léxico se toman

los temas ya identificados y se extraen los términos para referirse a ellos. Cuando se trata del estudio de un concepto o de un tema en específico, se seleccionan los contextos donde aparecen las palabras que se refieren a ellos y se identifican y se clasifican en *dominios de experiencia*, término proveniente de la semántica (...) [los cuales permiten] organizar el léxico objeto de estudio, en ámbitos más amplios vinculados al conocimiento socio-cultural de los habitantes”, tales dominios son los que van a permitir identificar la práctica social de la “cuaima” en el discurso de las entrevistas, para buscar los significados atribuidos a esta serpiente en su posible relación con la mujer.

3.4.3.2 El léxico

El siguiente paso en el análisis consiste en el estudio de las evidencias lingüísticas que aporta el discurso. El primer aspecto a observar es el léxico (...) [cuya importancia] radica en el descubrimiento de estructuras ideacionales o mapas conceptuales subyacentes.

Para analizar el léxico se toman los temas ya identificados y se extraen los términos utilizados para referirse a ellos. Cuando se trata del estudio de un concepto o de un tema específico, se seleccionan los contextos donde aparecen las palabras que se refieren a ellos y se identifican y clasifican en dominios de experiencia, término proveniente de la semántica (...) que permite organizar el léxico objeto de estudio en ámbitos más amplios, vinculados al conocimiento socio-cultural de los hablantes. (...) Los dominios permiten identificar las prácticas sociales y discursivas a las cuales acude el emisor para encontrar el marco adecuado que le permita obtener los significados que desea atribuir a las palabras clave de sus mensajes. En el procedimiento de identificación y clasificación de los dominios se han identificado dos tipos de operaciones (...) la *descontextualización*, [donde] los términos y los significados que se desean usar son extraídos de unas prácticas discursivas que pertenecen a otros ámbitos diferentes al del discurso objeto de estudio (...) y la *recontextualización*, mediante la cual los términos y sus significados pasan bajo el tamiz de otros valores e ideologías, para ser insertados en la práctica discursiva de un determinado sujeto emisor. (Molero, 2005:213)

Para la identificación de los dominios de origen, se utiliza la matriz de identificación mostrada en el Cuadro 1

Dominios	Texto
Denominaciones	Evidencias lingüísticas (citas)

Cuadro 1. Matriz para identificar dominios de origen del léxico utilizado

3.4.3.2.1 Los campos léxicos-semánticos

El siguiente paso de la metodología consiste en el levantamiento de los *campos léxico-semánticos*, donde se observará “la *sobrelexificación* o proliferación de términos para referirse a un concepto, entidad, actor social o tema, y la *relexificación* o sustitución de palabras de la lengua común por creaciones propias (...). En los campos léxicos suele existir una gran provisión de sinónimos o cuasi-sinónimos para la comunicación de alguna zona especializada de la experiencia (...)” (Molero, 2007:215-217)

(Molero, 2005: 215). La matriz para el levantamiento de los campos léxicos se presenta en el Cuadro 2:

Campo Semántico	Léxico Asociado
Denominación	Lexías

Cuadro 2. Matriz para el levantamiento de los campos léxicos

Para un conteo más preciso de lexías encontradas, se hará uso del software de lenguaje llamado AntConc. Este es un programa de concordancia de freeware UNICODE desarrollado por Laurence Antonio en la Universidad Waseda, Japón. AntConc puede generar líneas de concordancia y argumentos de distribución de concordancia. Esto también tiene instrumentos para analizar racimos de palabra (bultos léxicos) colocadores,

frecuencias de palabra, y palabras clave (Extraído de Wikipedia el 10 de abril de 2011 <http://en.wikipedia.org/wiki/AntConc>)

3.5 Validez y confiabilidad

La validez y confiabilidad de los modelos aplicados fue determinada por las autoras del presente trabajo de investigación. Para hacer esta constatación posible, se revisaron trabajos donde hubiesen sido empleados estos modelos de análisis del discurso, entre los que se cuentan:

Cabeza, J. (1995), Cabeza, J. y Molero de Cabeza, L. (2004), Fernández, S. y Molero de Cabeza, L. (2003a). León, F., Molero de Cabeza, L. y Romero, M. (2001).

En la revisión de estos documentos, los resultados obtenidos resultaron satisfactorios y acordes a las expectativas de las autoras de este trabajo de investigación.

3.6 Análisis de los resultados

Una vez aplicados el modelo de Molero y Cabeza (2005) para analizar el discurso contenido en cada uno de las entrevistas y conceptos obtenidos en la búsqueda de un concepto para la palabra “cuaima”. Para poder construir un concepto lo suficientemente global se realizará una encuesta a más de cien (100) personas de diversas edades, repartidos entre hombres y mujeres, para observar si están de acuerdo con las relaciones léxicas que se extrapolan del discurso de los entrevistados en cuanto a la palabra “cuaima” refiere.

Al tener construido un concepto de “cuaima” se procederá a buscar a analizar producciones creativas, considerando los desglosado en el punto 3.4 y de esa forma observar si hay presencia en las producciones creativas de este concepto y cuáles son sus características en su rol y acción social. Para llegar a tal proceso primeramente se compararán las coincidencias de léxicos asociados en las matrices finales del análisis del discurso que se realizará con las entrevistas y los guiones, prólogos y otras redacciones que mantengan concordancia con la producción creativa sugerida en la búsqueda de relación.

Capítulo 4. Resultados

En el presente capítulo se procederá en primer lugar a esbozar todos los resultados recabados para la investigación referente a encontrar una definición de “cuaima”. Serán presentadas las entrevistas realizadas a diversos personajes reconocidos en diversos campos, específicamente en el área del humorismo, psicología y periodismo, en conjunto con otras nociones extraídas mediante una investigación de tipo documental. Una vez desglosadas todas las entrevistas se realizará el análisis de léxico ya explicado en el Capítulo 3, en los puntos 3.4.3.2 y 3.4.3.2.1 Al realizar dicho análisis se tomará en cuenta la selección de léxico más frecuente para proceder a armar una encuesta que será usada para poder confirmar si lo dicho por los entrevistados es similar al pensamiento colectivo y a partir de esa totalización de atributos, situaciones y otros valores agregados se esperará construir un concepto de “cuaima”, la cual será base del resto de la investigación.

Al presentar un concepto de “cuaima” se buscarán producciones creativas que guarden relación con el mimo, de esa forma se repetirá el proceso del análisis lexical y así se observará con mayor claridad sus similitudes y diferencias existentes.

4.1 Procedimientos previos

4.1.1. Selección del corpus: el corpus de análisis seleccionado está constituido por trece (13) entrevistas que fueron realizadas a varios actores sociales importantes en nuestra sociedad por el reconocimiento que éstos tienen en algún área en específico.

4.1.2 Selección de unidad de análisis: Al estudiar este texto se considera el turno de habla como la unidad de análisis más adecuada, dada la forma de entrevista en que presenta y es vista la opinión de cada uno de los actuantes con respecto al concepto de “cuaima”.

4.2 Definiciones de “cuaima”

Las entrevistas se llevaron a cabo a través de diversos medios, algunas se realizaron de forma presencial, otras, por motivos de tiempo del entrevistado, vía telefónica y correo electrónico. Para dar inicio al proceso de construcción del concepto de “cuaima”, se toma en cuenta la respuesta del comediante Bobby Comedia:

La “cuaima” definitivamente es una mujer que logra hacerle creer al hombre que él es quien está pensando, tiene mecanismos para destruir la sinapsis neuronal del cerebro masculino. El ejemplo más claro es cuando un hombre pretende pedir la mano de una mujer, él jura que fue su idea, que planeó todo y asegura que hasta escogió el día, pero nunca, nunca, nunca fue su idea realmente. Es la mujer “cuaima” la que logra convencerlo de eso. Tiene un poder sobrenatural sobre el hombre, tiene mucha fuerza y la palabra central que gira alrededor de la “cuaima” es: la violencia doméstica de la mujer hacia el hombre. (Comedia, 2010: Entrevista realizada el día 31/10/2010).

Por otro lado las hermanas Gómez, quienes conducen el programa radial “La Bicha y La Cuaima”, en Radio Caracas Radio, la definen de la siguiente manera:

La “cuaima” es un reptil malicioso, de ahí viene la asociación con el género femenino. La “cuaima” es una mujer jodida (sic), es algo genético, se hereda de generación en generación. En mi familia todas somos “cuaima”s, y mi hermana es tan, pero tan “cuaima”, que no se asume como tal. (Gómez, 2010: Entrevista realizada el día 02/11/2010)

La “cuaima” es una mujer segura de sí misma, que sabe lo que tiene, dónde está parada, hacia qué rumbo debe ir, y creo que una “cuaima” es una venezolana. (Gómez (2), 2010: Entrevista realizada el día 02/10/2010)

Otro concepto dado por el comediante venezolano, Carlos Sicilia:

Una “cuaima” es simplemente una jefa con muy mal carácter. Es ésa que todos los días se comporta normal y un día después de firmado un papel se cree la jefa. Es como un mal socio, un jefe que te trata mal. Las mujeres son así porque ya han firmado contratos que le han salido mal, entonces deciden tratarlo mal a uno. Sólo fíjate en un cine o un centro comercial, una mujer tratando cuaimísticamente a un hombre, es la misma vaina (sic) que una jefa con mal carácter. (Sicilia, 2010: Entrevista realizada el día 17/11/2010)

Para Emilio Lovera, un reconocido humorista venezolano, una “cuaima” es:

La “cuaima” es un ejercicio venezolano correspondiente al sexo femenino con el cual la mujer resuelve una situación fija convencida de que eso es lo ideal, sobretodo para mantener un matrimonio y respetarse a sí misma (Lovera, 2010: Entrevista realizada el día 17/11/2010)

Continuando en la línea de los humoristas, Iván Aristiguieta, da su breve opinión sobre lo que es ser “cuaima”:

La “cuaima” es una mujer venezolana que ha visto telenovelas. Para mí la telenovela es lo que entrena a la mujer venezolana a ser “cuaima”, porque si no viera novela no fuera tan “cuaima”, así de sencillo (Aristeguieta, 2010: Entrevista realizada el día 22/11/2010)

Vanessa Archila, una de las locutoras del programa radial “Tiempo de “cuaima”s” de la emisora 92.9 FM considera que el concepto de “cuaima” se concibe de la siguiente forma:

El concepto que manejamos en la radio es un poco más exagerado que el de la vida real, pero básicamente una “cuaima” para nosotras es una mujer venezolana, es como vemos la mujer en Venezuela. Es una mujer moderna que rompe esquemas, que no se deja intimidar ante la presencia masculina, es muy independiente. Las mujeres de ahora somos totalmente diferentes, la mujer de hoy día es más apegado al concepto de “cuaima” (Archila, 2011: Entrevista realizada el día 7/02/2011)

La autora del libro “Yo sí soy “cuaima”, ¿y qué?, Arly Leotaud toma una posición defensiva de la “cuaima”:

El concepto de “cuaima” para la venezolana yo lo veo como algo positivo, la “cuaima” es toda mujer que está pendiente que todo esté bien a todo nivel, económico, social, familiar. La “cuaima” es aquella que logra mantener todo en equilibrio (Leotaud, Entrevista realizada el día 22/02/2011)

En el campo de la Psicología, Patricia Valderrama Psicólogo Clínico y Profesora del departamento de Ciencias de la Comunicación de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, expresa que:

La “cuaima” desde un punto de vista clínico es toda mujer controladora, maltratadora y dominante. Es la mujer que no permite un engaño y espera que su pareja cumpla con todos los acuerdos. Se valora en términos de agresividad y no asertividad, la frase de la “cuaima” es ‘no me dejo’; se trata de una mujer entre comillas valiente, que mantiene su posición a través de la agresividad. El género masculino tiene una valoración peyorativa hacia el término (...) La agresividad ejercida por estas mujeres puede responder diversas razones, como inseguridad, baja autoestima, el haber crecido en hogares disfuncionales, o por altos niveles de adrenalina y dopamina, lo cual puede ser efecto de altos niveles de estrés. Actualmente se exige éxito a la mujer en todos los aspectos de la vida, esto genera estrés, sensación de amenaza, y la respuesta básica ante las amenazas es la parálisis o la agresividad (Valderrama. Entrevista realizada el día 23/02/2011).

El escritor venezolano Eloi Yagüe, explica con mayor profundidad el concepto de “cuaima”, diciendo que:

Para mí es una persona con un carácter fuerte, a la que le gusta tener el control, imponer su visión y, por sobre todo, crear temor en el cuaimiado (...) Ciertamente, la “cuaima” es una serpiente, de la familia del crótalo, así conocemos en Venezuela a la “cascabel muda”, que habita preferiblemente en las selvas amazónicas y guayanesas y es sumamente venenosa (Yagüe, Entrevista realizada el día 25/02/2011)

Gioconda Espina, psicoanalista, precursora del Movimiento Feminista Venezolano y docente en la Maestría en Estudios de la Mujer, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Central de Venezuela concibe la “cuaima” de la siguiente forma:

Una mujer que ha incursionado en el campo de los hombres. Una “cuaima” es el ideal de toda feminista. Antes era una ‘bata clara’, una ‘arranca hombres’, el término tenía una connotación negativa, era sexual. Ahora es la mujer que ‘no se deja’, la llaman “cuaima” quienes están interesados en que no se ‘ siga dejando’, intentan desprestigiarla llamándola de esta manera (Espina, Entrevista realizada el día 03/03/2011)

Agregando una razón biológica al hecho de ser “cuaima”, está Claudio Nazoa, quien es psiquiatra, humorista y escritor:

Yo considero que una “cuaima” es un estado natural, una cosa que va en la génesis femenina y aparte es un estado natural inconsciente (...). Lo veo desde que uno es niño, uno el hombre es bien pendejo o mejor dicho rolo de pendejo (sic), uno se pone a jugar con un carrito bruum bruum bruum toda la vida. En cambio las niñas se apoderan de la casa, de la ropa, zapatos, maquillaje de la madre, averiguan con quién uno está hablando por teléfono. Es un instinto femenino y eso tiene que ver con la biología, porque tú sabes que una niña, tiene al nacer todos los óvulos que va a usar durante toda su vida y el hombre no. El hombre nace sin los espermatozoides, sino que eso viene a los 13-14 años, en cambio ustedes ya nacen con esos óvulos y están contados, y ese es el origen de la “cuaima”ización inconsciente. Porque están protegiendo de alguna forma los óvulos que se acaban como a los 40 años, entonces andan en un estado de desesperación constante, pensando en cómo utilizar bien esos óvulos y que no venga un canalla a mal utilizar sus óvulos, o que no venga ningún canalla nunca, que es peor. Si pierden los óvulos, tienen que adoptar un niño, entonces ves... es tremendo lo que pasa, es un caso dramático” (Nazoa, 09/03/2011)

La definición que considera Oscar Yáñez, quien es Venezuela un reconocido escritor y periodista venezolano, es la siguiente:

De acuerdo al humorismo popular, la “cuaima” es una culebra y es una mujer. Es aquella mujer que no acepta ninguna sugerencia o sugestión de nadie, porque se considera una “cuaima”, valga la

redundancia, o sea... se considera una culebra, imposible de tocar. Principalmente porque son incomprendidas, yo no soy psiquiatra ni psicólogo, pero esta condición obedece a que estas mujeres no han sido entendidas, se sienten infortunadas, traicionadas por el mundo y odian a todos, especialmente a las otras mujeres que alegan ser felices (...) toda mujer venezolana tiene una "cuaima" durmiendo en su consciencia (Yáñez Entrevista realizada el 18/03/2011).

Otros de los conceptos encontrados son los referentes a documentación, entre ellos se encuentra el concepto encontrado en la Real Academia Española en su Vigésima segunda edición:

Serpiente muy ágil y venenosa, negra por el lomo y blanquecina por el vientre, que abunda en la región oriental de Venezuela", o una "Persona muy lista, peligrosa y cruel" (f. coloq. Ven)

Entre los conceptos anteriormente mencionados, está el del *Diccionario del habla actual de Venezuela*, de Rocío Núñez y Francisco Javier Pérez, publicado en el 2005 por la Universidad Católica Andrés Bello se describe a la "cuaima" o "cuaima" como:

Persona a la que se atribuyen condiciones morales negativas, especialmente la maldad, una persona astuta y peligrosa, o una persona de carácter airado que agrede verbalmente a otras personas de manera violenta (...) (Nuñez y Pérez 2005:75)

4.3 Matriz para identificar dominios de origen de léxicos utilizados

El proceso de identificación de dominio se va a realizar de modo segmentado, al tomar en cuenta cada uno de los conceptos dado por los entrevistados. Cada una de las respuestas dadas será puntualmente identificada con sus dominios, para poder obtener mayor precisión y optimización de los resultados en el análisis del léxico.

Dominio	Texto
Natural	<ul style="list-style-type: none"> • La “<i>cuaima</i>” definitivamente es una mujer que logra hacerle creer al hombre que él es quien está pensando, tiene mecanismos para destruir la <i>sinapsis neuronal</i> del cerebro masculino. • Es la mujer “<i>cuaima</i>” la que logra convencerlo de eso. • Tiene un poder sobrenatural sobre el hombre, tiene mucha <i>fuerza</i> y la palabra central que gira alrededor de la “<i>cuaima</i>” es: la violencia doméstica de la mujer hacia el hombre.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • La “<i>cuaima</i>” definitivamente es una <i>mujer</i> que logra hacerle creer al <i>hombre</i> que él es quien está pensando, tiene <i>mecanismos</i> para <i>destruir</i> la <i>sinapsis neuronal</i> del cerebro <i>masculino</i>. • El ejemplo más claro es cuando un <i>hombre</i> pretende <i>pedir la mano</i> de una <i>mujer</i>, él jura que fue su <i>idea</i>, que planeó todo y asegura que hasta escogió el día, pero nunca, nunca, nunca fue su <i>idea</i> realmente. • Es la <i>mujer</i> “<i>cuaima</i>” la que logra <i>convencerlo</i> de eso. • Tiene un poder sobrenatural sobre el <i>hombre</i>, tiene mucha fuerza y la palabra central que gira alrededor de la “<i>cuaima</i>” es: la <i>violencia doméstica</i> de la <i>mujer</i> hacia el <i>hombre</i>.
Mágico	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene un <i>poder sobrenatural</i> sobre el hombre, tiene mucha fuerza y la palabra central que gira alrededor de la “<i>cuaima</i>” es: la <i>violencia doméstica</i> de la <i>mujer</i> hacia el hombre.

Cuadro 1. Dominios de origen de léxico utilizados – Bobby Comedia

Dominio	Texto
Valoraciones	<ul style="list-style-type: none"> • La “cuaima” es un reptil <i>malicioso</i>, de ahí viene la asociación con el género femenino. • La “cuaima” es una mujer <i>jodida</i> (sic), es algo genético, se hereda de generación en generación.
Natural	<ul style="list-style-type: none"> • La “cuaima” es un <i>reptil</i> malicioso, de ahí viene la asociación con el género femenino. • La “<i>cuaima</i>” es una mujer jodida (sic), es algo <i>genético</i>, se <i>hereda</i> de generación en generación. • En mi familia todas somos “<i>cuaima</i>”s, y mi hermana es tan, pero tan “<i>cuaima</i>”, que no se asume como tal.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • La “cuaima” es un reptil malicioso, de ahí viene la asociación con el <i>género femenino</i>. • La “cuaima” es una <i>mujer</i> jodida (sic), es algo genético, se hereda de <i>generación en generación</i>. • En mi <i>familia</i> todas somos “cuaima”s, y mi <i>hermana</i> es tan, pero tan “cuaima”, que no se asume como tal.

Cuadro 2. Dominios de origen de léxico utilizados – Berenice Gómez

Dominio	Texto
Valoraciones	<ul style="list-style-type: none"> • La “cuaima” es una mujer <i>segura de sí misma</i>, que sabe lo que tiene, dónde está parada, hacia qué rumbo debe ir, y creo que una “cuaima” es una venezolana.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • La “cuaima” es una <i>mujer</i> segura de sí misma, que sabe lo que tiene, dónde está parada, hacia qué rumbo debe ir, y creo que una “cuaima” es una <i>venezolana</i>.

Cuadro 3. Dominios de origen de léxico utilizados – Erendina Gómez

Dominio	Texto
Valoraciones	<ul style="list-style-type: none"> • Una “cuaima” es simplemente una jefa con muy <i>mal carácter</i>. • Es ésa que todos los días se comporta <i>normal</i> y un día después de firmado un papel se cree la jefa. • Es como un <i>mal socio</i>, un jefe que te trata <i>mal</i>. • Las mujeres son así porque ya han firmado contratos que le han salido <i>mal</i>, entonces deciden tratarlo <i>mal</i> a uno. • Sólo fíjate en un cine o un centro comercial, una mujer tratando <i>cuaimísticamente</i> a un hombre, es la misma vaina (sic) que una jefa con <i>mal carácter</i>.
Natural	<ul style="list-style-type: none"> • Una “<i>cuaima</i>” es simplemente una jefa con muy mal carácter.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Una “cuaima” es simplemente una <i>jefa</i> con muy mal carácter • Es ésa que todos los días se comporta normal y un día después de firmado un papel se cree la jefa. • Es como un mal <i>socio</i>, un jefe que te trata mal. • Las <i>mujeres</i> son así porque ya han firmado <i>contratos</i> que le han salido mal, entonces deciden <i>tratarlo mal</i> a uno. • Sólo fíjate en un <i>cine</i> o un <i>centro comercial</i>, una <i>mujer</i> tratando <i>cuaimísticamente</i> a un <i>hombre</i>, es la misma vaina (sic) que una <i>jefa</i> con mal carácter.

Cuadro 4. Dominios de origen de léxico utilizados – Carlos Sicilia

Dominio	Texto
Social	<ul style="list-style-type: none"> • La “cuaima” es un <i>ejercicio venezolano</i> correspondiente al

	<p><i>sexo femenino</i> con el cual la <i>mujer</i> resuelve una situación fija <i>convencida</i> de que eso es lo <i>ideal</i>, sobre todo para mantener un <i>matrimonio</i> y <i>respetarse</i> a sí misma.</p>
--	--

Cuadro 5. Dominios de origen de léxico utilizados – Emilio Lovera

Dominio	Texto
Valoraciones	<ul style="list-style-type: none"> • La “cuaima” es una mujer venezolana que ha visto telenovelas. Para mí la telenovela es lo que entrena a la mujer venezolana a ser “cuaima”, porque si no viera novela no fuera tan “cuaima”, así de <i>sencillo</i>.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • La “cuaima” es una <i>mujer venezolana</i> que ha visto <i>telenovelas</i>. Para mí la <i>telenovela</i> es lo que <i>entrena</i> a la <i>mujer venezolana</i> a ser “cuaima”, porque si no viera <i>novela</i> no fuera tan “cuaima”, así de <i>sencillo</i>.
Natural	<ul style="list-style-type: none"> • La “<i>cuaima</i>” es una mujer venezolana que ha visto telenovelas. Para mí la telenovela es lo que entrena a la mujer venezolana a ser “<i>cuaima</i>”, porque si no viera novela no fuera tan “<i>cuaima</i>”, así de <i>sencillo</i>.

Cuadro 6. Dominios de origen de léxico utilizados – Iván Aristiguieta

Dominio	Texto
Valoraciones	<ul style="list-style-type: none"> • El concepto que manejamos en la radio es un poco más <i>exagerado</i> que el de la vida real, pero básicamente una “cuaima” para nosotras es una mujer venezolana, es como vemos la mujer en Venezuela. • Es una mujer <i>moderna</i> que rompe esquemas, que no se deja intimidar ante la presencia masculina, es muy <i>independiente</i>. • Las mujeres de ahora somos totalmente <i>diferentes</i>, la mujer

	de hoy día es más apegado al concepto de “cuaima”.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • El <i>concepto</i> que manejamos en la <i>radio</i> es un poco más exagerado que el de la <i>vida real</i>, pero básicamente una “cuaima” para nosotras es una <i>mujer venezolana</i>, es como vemos la mujer en Venezuela. • Es una <i>mujer</i> moderna que <i>rompe esquemas</i>, que no se deja <i>intimidar</i> ante la <i>presencia masculina</i>, es muy independiente. • Las <i>mujeres</i> de ahora somos totalmente diferentes, la <i>mujer</i> de hoy día es más apegado al <i>concepto</i> de “cuaima”.
Natural	<ul style="list-style-type: none"> • El concepto que manejamos en la radio es un poco más exagerado que el de la vida real, pero básicamente una “cuaima” para nosotras es una mujer venezolana, es como vemos la mujer en Venezuela. • Las mujeres de ahora somos totalmente diferentes, la mujer de hoy día es más apegado al concepto de “cuaima”.

Cuadro 7. Dominios de origen de léxico utilizados – Vanessa Archila

Dominio	Texto
Valoraciones	<ul style="list-style-type: none"> • El concepto de “cuaima” para la venezolana yo lo veo como algo <i>positivo</i>, la “cuaima” es toda mujer que está pendiente que todo esté <i>bien</i> a todo nivel, económico, social, familiar. La “cuaima” es aquella que logra mantener todo en equilibrio.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • El concepto de “cuaima” para la venezolana yo lo veo como algo positivo, la “cuaima” es toda <i>mujer</i> que está

	<p><i>pendiente</i> que todo esté bien a todo nivel, <i>económico, social, familiar</i>. La “cuaima” es aquella que logra mantener todo en <i>equilibrio</i>.</p>
Natural	<ul style="list-style-type: none"> • El concepto de “cuaima” para la venezolana yo lo veo como algo positivo, la “cuaima” es toda mujer que está pendiente que todo esté bien a todo nivel, económico, social, familiar. La “cuaima” es aquella que logra mantener todo en equilibrio

Cuadro 8. Dominios de origen de léxico utilizados – Arly Leotaud

Dominio	Texto
Valoraciones	<ul style="list-style-type: none"> • La “cuaima” desde un punto de vista clínico es toda mujer <i>controladora, maltratadora y dominante</i>. • Es la mujer que no permite un engaño y espera que su pareja cumpla con todos los acuerdos se trata de una mujer entre comillas <i>valiente</i>. • Se valora en términos de agresividad y no asertividad, la frase de la “cuaima” es ‘no me dejo’; se trata de una mujer entre comillas <i>valiente</i>, que mantiene su posición a través de la agresividad. • El género masculino tiene una valoración <i>peyorativa</i> hacia el término.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • La “cuaima” desde un punto de vista clínico es toda <i>mujer</i> controladora, maltratadora y dominante. • Es la <i>mujer</i> que no permite un <i>engaño</i> y espera que su <i>pareja</i> cumpla con todos los <i>acuerdos</i>. • Se valora en términos de <i>agresividad</i> y no <i>asertividad</i>, la frase de la “cuaima” es ‘no me dejo’; se trata de una <i>mujer</i> entre comillas <i>valiente</i>, que mantiene su posición a través de la

	<p><i>agresividad.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • El <i>género masculino</i> tiene una valoración <i>peyorativa</i> hacia el término. • La <i>agresividad</i> ejercida por estas mujeres puede responder diversas razones, como <i>inseguridad</i>, <i>baja autoestima</i>, el haber crecido en <i>hogares disfuncionales</i>, o por altos niveles de adrenalina y dopamina, lo cual puede ser efecto de altos niveles de <i>estrés</i>. • Actualmente se <i>exige éxito</i> a la <i>mujer</i> en todos los aspectos de la vida, esto genera <i>estrés</i>, <i>sensación de amenaza</i>, y la <i>respuesta</i> básica ante las amenazas es la parálisis o la <i>agresividad</i>.
Natural	<ul style="list-style-type: none"> • La agresividad ejercida por estas mujeres puede responder diversas razones, como inseguridad, baja autoestima, el haber crecido en hogares disfuncionales, o por altos niveles de <i>adrenalina y dopamina</i>, lo cual puede ser efecto de altos niveles de <i>estrés</i>. • Actualmente se exige éxito a la mujer en todos los aspectos de la vida, esto genera <i>estrés</i>, <i>sensación de amenaza</i>, y la <i>respuesta</i> básica ante las amenazas es la <i>parálisis</i> o la <i>agresividad</i>.
Científico	<ul style="list-style-type: none"> • La “cuaima” desde un punto de vista <i>clínico</i> es toda mujer controladora, maltratadora y dominante.

Cuadro 9. Dominios de origen de léxico utilizados – Patricia Valderrama

Dominio	Texto
Valoraciones	<ul style="list-style-type: none"> • Para mí es una persona con un <i>carácter fuerte</i>, a la que le gusta tener el control, imponer su visión y, por sobre todo, crear temor en el <i>cuaimiado</i>.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Para mí es una <i>persona</i> con un carácter fuerte, a la que le gusta tener el <i>control</i>, <i>imponer</i> su <i>visión</i> y, por sobre todo, crear <i>temor</i> en el <i>cuaimiado</i>.
Natural	<ul style="list-style-type: none"> • Ciertamente, la “<i>cuaima</i>” es una <i>serpiente</i>, de la familia del <i>crótalo</i>, así conocemos en Venezuela a la “<i>cascabel muda</i>”, que habita preferiblemente en las <i>selvas amazónicas</i> y guayanesas y es sumamente venenosa.

Cuadro 10. Dominios de origen de léxico utilizados – Eloi Yagüe

Dominio	Texto
Valoración	<ul style="list-style-type: none"> • Antes era una ‘bata clara’, una ‘arranca hombres’, el término tenía una connotación <i>negativa</i>, era <i>sexual</i>. Ahora es la mujer que ‘no se deja’, la llaman “cuaima” quienes están <i>interesados</i> en que no se ‘siga dejando’, intentan <i>desprestigiarla</i> llamándola de esta manera.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Una <i>mujer</i> que ha <i>incursionado</i> en el campo de los <i>hombres</i>. Una “cuaima” es el <i>ideal</i> de toda <i>feminista</i>. • Antes era una ‘bata clara’, una ‘arranca hombres’, el término tenía una connotación <i>negativa</i>, era <i>sexual</i>. Ahora es la mujer que ‘no se deja’, la llaman “cuaima” quienes están <i>interesados</i> en que no se ‘siga dejando’, intentan <i>desprestigiarla</i> llamándola de esta manera.

Cuadro 11. Dominios de origen de léxico utilizados – Gioconda Espina

Dominio	Texto
Valoraciones	<ul style="list-style-type: none"> • Lo veo desde que uno es niño, uno el hombre es bien <i>pendejo</i> o mejor dicho <i>rolo de pendejo</i> (sic), uno se pone a jugar con un carrito bruum bruum bruum (sic) toda la vida. • Porque están protegiendo de alguna forma los óvulos que se acaban como a los 40 años, entonces andan en un estado de desesperación constante, pensando en cómo utilizar <i>bien</i> esos óvulos y que no venga un <i>canalla</i> a <i>mal</i> utilizar sus óvulos, o que no venga ningún canalla nunca, que es <i>peor</i>. • Si pierden los óvulos, tienen que adoptar un niño, entonces ves... es <i>tremendo</i> lo que pasa, es un caso <i>dramático</i>.
Sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Yo considero que una “cuaima” es un estado natural, una cosa que va en la génesis <i>femenina</i> y aparte es un estado natural inconsciente. • Lo veo desde que uno es <i>niño</i>, uno el <i>hombre</i> es bien <i>pendejo</i> o mejor dicho <i>rolo de pendejo</i> (sic), uno se pone a <i>jugar</i> con un carrito bruum bruum bruum (sic) toda la vida. • En cambio las <i>niñas</i> se <i>apoderan</i> de la <i>casa</i>, de la <i>ropa</i>, <i>zapatos</i>, <i>maquillaje</i> de la <i>madre</i>, <i>averiguan</i> con quién uno está hablando por teléfono. • Es un instinto femenino y eso tiene que ver con la biología, porque tú sabes que una <i>niña</i>, tiene al nacer todos los óvulos que va a usar durante toda su vida y el <i>hombre</i> no. • El <i>hombre</i> nace sin los espermatozoides, sino que eso viene a los 13-14 años, en cambio ustedes ya nacen con esos óvulos y están contados, y ese es el origen de la “<i>cuaima</i>” <i>tización</i> inconsciente. • Porque están <i>protegiendo</i> de alguna forma los óvulos que se acaban como a los 40 años, entonces andan en un estado de <i>desesperación</i> constante, pensando en cómo utilizar bien esos

	<p>óvulos y que no venga un canalla a mal utilizar sus óvulos, o que no venga ningún canalla nunca, que es peor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si pierden los óvulos, tienen que <i>adoptar un niño</i>, entonces ves... es tremendo lo que pasa, es un caso dramático
Natural	<ul style="list-style-type: none"> • Yo considero que una “cuaima” es un estado natural, una cosa que va en la <i>génesis</i> femenina y aparte es un <i>estado natural inconsciente</i>. • Es un <i>instinto femenino</i> y eso tiene que ver con la biología, porque tú sabes que una niña, tiene al <i>nacer</i> todos los <i>óvulos</i> que va a usar durante toda su <i>vida</i> y el hombre no. • El hombre <i>nace</i> sin los <i>espermatozoides</i>, sino que eso viene a los 13-14 años, en cambio ustedes ya <i>nacen</i> con esos <i>óvulos</i> y están contados, y ese es el origen de la “cuaima”ización <i>inconsciente</i>. • Si pierden los <i>óvulos</i>, tienen que adoptar un niño, entonces ves... es tremendo lo que pasa, es un caso dramático
Científico	<ul style="list-style-type: none"> • Es un instinto femenino y eso tiene que ver con la <i>biología</i>, porque tú sabes que una niña, tiene al <i>nacer</i> todos los <i>óvulos</i> que va a usar durante toda su vida y el hombre no.

Cuadro 12. Dominios de origen de léxico utilizados – Claudio Nazoa

Dominio	Texto
Valoraciones	<ul style="list-style-type: none"> • Es aquella mujer que no acepta ninguna sugerencia o sugestión de nadie, porque se considera una “cuaima”, valga la redundancia, o sea... se considera una culebra, <i>imposible de tocar</i>. • Principalmente porque son <i>incomprendidas</i>, yo no soy psiquiatra ni psicólogo, pero esta condición obedece a que estas mujeres no han sido <i>entendidas</i>, se sientes

	<p><i>infortunadas, traicionadas</i> por el mundo y odian a todos, especialmente a las otras mujeres que alegan ser felices (...) toda mujer venezolana tiene una “cuaima” durmiendo en su consciencia .</p>
Social	<ul style="list-style-type: none"> • De acuerdo al <i>humorismo popular</i>, la “cuaima” es una culebra y es una <i>mujer</i>. • Es aquella <i>mujer</i> que no acepta ninguna <i>sugerencia</i> o <i>sugestión</i> de nadie, porque se considera una “cuaima”, valga la redundancia, o sea... se considera una culebra, imposible de tocar. • Principalmente porque son incomprendidas, yo no soy psiquiatra ni psicólogo, pero está <i>condición</i> obedece a que estas <i>mujeres</i> no han sido entendidas, se sientes infortunadas, traicionadas por el mundo y odian a todos, especialmente a las otras mujeres que alegan ser felices (...) toda mujer venezolana tiene una “cuaima” durmiendo en su consciencia.
Científico	<ul style="list-style-type: none"> • Principalmente porque son incomprendidas, yo no soy <i>psiquiatra</i> ni <i>psicólogo</i>, pero está <i>condición</i> obedece a que estas mujeres no han sido entendidas, se sientes infortunadas, traicionadas por el mundo y odian a todos, especialmente a las otras mujeres que alegan ser felices (...) toda mujer venezolana tiene una “cuaima” durmiendo en su consciencia.
Natural	<ul style="list-style-type: none"> • De acuerdo al <i>humorismo popular</i>, la “<i>cuaima</i>” es una <i>culebra</i> y es una <i>mujer</i>. • Es aquella <i>mujer</i> que no acepta ninguna <i>sugerencia</i> o <i>sugestión</i> de nadie, porque se considera una “<i>cuaima</i>”, valga la redundancia, o sea... se considera una <i>culebra</i>, imposible de tocar. • Principalmente porque son incomprendidas, yo no soy

	<p>psiquiatra ni psicólogo, pero está condición obedece a que estas mujeres no han sido entendidas, se sientes infortunadas, traicionadas por el mundo y odian a todos, especialmente a las otras mujeres que alegan ser felices (...) toda mujer venezolana tiene una “<i>cuaima</i>” durmiendo en su <i>consciencia</i>.</p>
Sentimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Principalmente porque son incomprendidas, yo no soy psiquiatra ni psicólogo, pero está condición obedece a que estas mujeres no han sido entendidas, se sientes infortunadas, traicionadas por el mundo y <i>odian</i> a todos, especialmente a las otras mujeres que alegan ser felices (...) toda mujer venezolana tiene una “<i>cuaima</i>” durmiendo en su consciencia .

Cuadro 13. Dominios de origen de léxico utilizados – Oscar Yáñez

Dominios	Texto
Valoraciones	Serpiente muy <i>ágil</i> y <i>venenosa</i> , <i>negra</i> por el lomo y <i>blanquecina</i> por el <i>ventre</i> , que abunda en la región oriental de Venezuela”, o una “Persona muy <i>lista</i> , <i>peligrosa</i> y <i>cruel</i> ”
Social	Serpiente muy <i>ágil</i> y <i>venenosa</i> , <i>negra</i> por el lomo y <i>blanquecina</i> por el <i>ventre</i> , que abunda en la región oriental de Venezuela”, o una “Persona muy <i>lista</i> , <i>peligrosa</i> y <i>cruel</i> ”
Natural	<i>Serpiente</i> muy <i>ágil</i> y <i>venenosa</i> , <i>negra</i> por el <i>lomo</i> y <i>blanquecina</i> por el <i>ventre</i> , que abunda en la región oriental de Venezuela”, o una “Persona muy <i>lista</i> , <i>peligrosa</i> y <i>cruel</i> ”.

Cuadro 14. Dominios de origen de léxico utilizados – RAE

Dominios	Texto
Valoraciones	Persona a la que se atribuyen condiciones morales <i>negativas</i> , especialmente la <i>maldad</i> , una persona <i>astuta</i> y <i>peligrosa</i> , o una persona de carácter airado que agrede verbalmente a otras personas de manera <i>violenta</i> .
Social	<i>Persona</i> a la que se atribuyen <i>condiciones morales</i> negativas, especialmente la <i>maldad</i> , una persona astuta y peligrosa, o una persona de carácter airado que <i>agrede verbalmente</i> a otras personas de manera violenta

Cuadro 15. Dominios de origen de léxico utilizados – Nuñez y Pérez

4.3.1 Matriz para el levantamiento de campos léxicos-semánticos

Dominio	Campo Semántico	Léxico asociado
Valoraciones	Carácter	Peligrosa (2), Mal carácter (2), jodida (2), malicioso(1), controladora(1), maltratadora(1), valiente(1), astuta(1), ágil(1), lista(1), airado(1), cruel(1), venenosa (1)segura(1), dominante(1), valiente(1), fuerte(1), pendejo(1), rolo de pendejo(1), violenta(1), cruel(1), maliciosa(1), jodida(1),independiente(1), canalla(1), venenosa(1), dramático(1)
	Intelectuales	Astuta(1), ágil(1), entendidas(1), lista(1)
	Estéticas	Negra(1), blanquecina(1),
	Calidad	Sencillo(1), exagerado(1), negativo(1), negativas(1), mal(1), peor(1), tremendo(1), positivo(1), peyorativo(1).
	Infortunio	Infortunadas(1), traicionadas(1), incomprensidas(1).
Social	Género	Mujer (20), hombre (7), mujeres (4), niña (2), niño (2), hombres(1), masculino(1), género femenino(1), presencia(1), masculina(1), género masculino(1), femenino, femenina(1).
	Laboral	Jefa(2), socio, jefe, contrato.
	Creatividad	Telenovela(2), humorismo(1), juegos(1),

	Investigación	Averiguan(1)
	Comportamiento	Asertividad (1), desesperación (1)
	Desempeño	Éxito(1), incursionando(1), mecanismos(1), rompe esquemas(1), convencida(1), maldad(1), fuerza(1).
	Filiación	Madre(1), familia(1), hermana(1).
	Familiar	Generación (2), violencia doméstica(1), hogares disfuncionales(1), adoptar(1),
	Cultura	Identidad(1), cultural(1), construcción(1), social(1), humorismo popular(1), ejercicio venezolano(1).
	Localización	Selva Amazónica(1)
	Gentilicio	Venezolanas (3), venezolano(1).
	Dominación	Agresividad (3), intimidar(1), amenaza(1), control(1), imponer(1), apoderan(1), destruir(1), convencerlo(1), violencia doméstica(1), arremete(1), sugestión(1)
	Defensa	Protegiendo (1)
	Creencias	Feminista(1), visión(1), ideal(1), morales(1)
	Objetos	Casa (1), ropa(1), zapatos(1), maquillaje(1).
	Leyes	Cumpla(1), acuerdos(1)

	Connotación	Sexual(1)
	Infortunio	Desprestigiarla (1), engaño (1).
	Relaciones	Pareja (1), matrimonio (1), respetarse(1)
Natural	Animal	“cuaima” (11), reptil, serpiente (2) culebra (2), cascabel muda (1), crótalo (1)
	Crecimiento	“cuaima” tizar (1)
	Anatomía	Vientre (1), lomo(1), mano (1)
	Ciclo vital	Vida (1), nacer (1), nacen (1), génesis (1).
	Reproducción	Óvulos (3), espermatozoides (1).
	Estado	Natural (1), instinto(1).
	Sucesión	Genético (1), hereda (1).
	Mente humana	Sinapsis neuronal (1), parálisis (1), respuesta al estrés (1), durmiendo (1).
Científico	Ciencias	Biología (1)
	Medicina	Clínico (1), psicológico (1), psiquiatría (1).

Cuadro 16. Levantamiento de campos léxicos – Entrevistas totales

4.4 Diseño de encuesta

La presente encuesta fue realizada a los ciento dieciséis (116) encuestados a través del portal web www.surveymonkey.com, la encuesta consta de diez (10) preguntas, debido a que se únicamente pudo contar con el paquete gratis que ofrece la plataforma, tomando como pregunta el preámbulo explicativo del cuestionario, por ello se procedió a realizar la encuesta lo más concisa posible. A continuación la encuesta:

Esta investigación busca aproximarse al estereotipo de género de la “cuaima”, para determinar si representa un rol social activo en el contexto venezolano y analizar su posible impacto en la producción creativa del Siglo XXI.

Las siguientes preguntas se generaron en base a opiniones de expertos de diversas áreas del conocimiento. Los cuestionamientos no representan valoraciones ni consideraciones personales de las autoras.

Trabajo de investigación realizado por: Lorena Tasca y Gabriela Turzi. La información generada por este instrumento será utilizada para propósitos académicos, y la divulgación de los resultados obtenidos será siempre para este fin.

1. Edad

2. Indique su género

- Hombre
- Mujer

3. Una “cuaima” es...

- Hombre
- Mujer
- Indiferente

4. ¿Ser “cuaima” es un fenómeno de la Venezuela actual?

- Sí

No

5. Indique cuáles de estos atributos identifica con el concepto “cuaima”. Seleccione tantas opciones como considere necesarias.

- Maliciosa
- Valiente
- Jodida
- Segura de sí misma
- Persona de mal carácter
- Controladora
- Maltratadora
- Dominante
- Incomprendida
- Infortunada
- Traicionada
- Una mujer de hoy

6. ¿Considera que los atributos detallados anteriormente describen todas las características de este objeto de estudio?

- Sí
- No

En caso de haber respondido de forma negativa, indique qué otros aspectos considera que deben ser

agregados

7. ¿Cuáles de las siguientes situaciones asocia con el concepto de “cuaima”?

- Violencia doméstica
- Hogares disfuncionales
- Identificación con telenovelas
- Identidad cultural
- Ideal de toda feminista
- Baja autoestima
- Respuesta al estrés
- Estado Natural de la mujer

Instinto femenino

De ser necesario indique qué otras situaciones considera que deben ser

agregadas

8. ¿Considera que el concepto “cuaima” describe una forma de actuar claramente definida en la sociedad?

- Sí
- No

4.5 Resultados de las encuestas

1. Edades de los encuestados

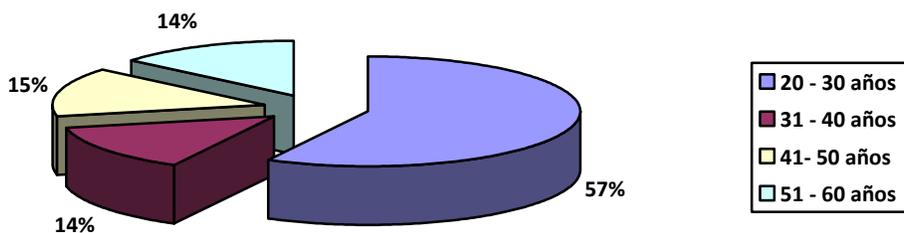


Gráfico 1. Gráfico circular de las edades de los encuestados

2. Género de los encuestados

Totalidad de encuestas respondidas, según su género.

Encuestas totales	116
Hombres	60
Mujeres	56

Cuadro 17. Tabla de totalización de encuestas y división por género

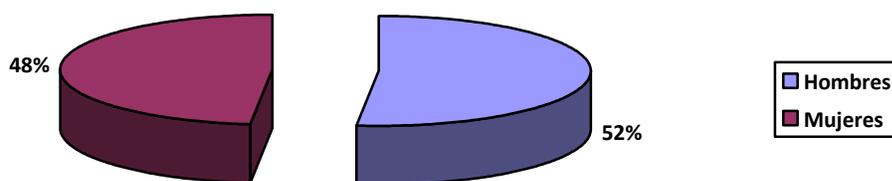


Gráfico 2. Gráfico circular del género de los encuestados

3. Una “cuaima” es...

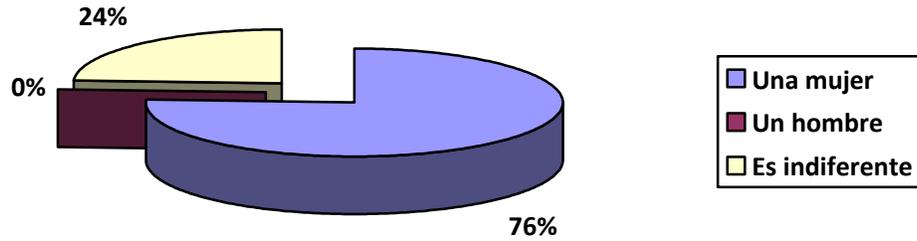


Gráfico 3. Cuadro circular de opinión sobre el qué es una “cuaima”

4. ¿Ser “cuaima” es un fenómeno de la Venezuela actual?

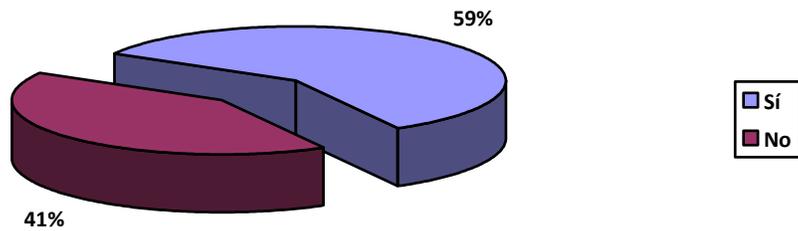


Gráfico 4. Gráfico circular de opinión sobre la “cuaima” como fenómeno de la Venezuela actual

5. Indique cuáles de estos atributos identifica con el concepto “cuaima”. Seleccione tantas opciones como considere necesarias.

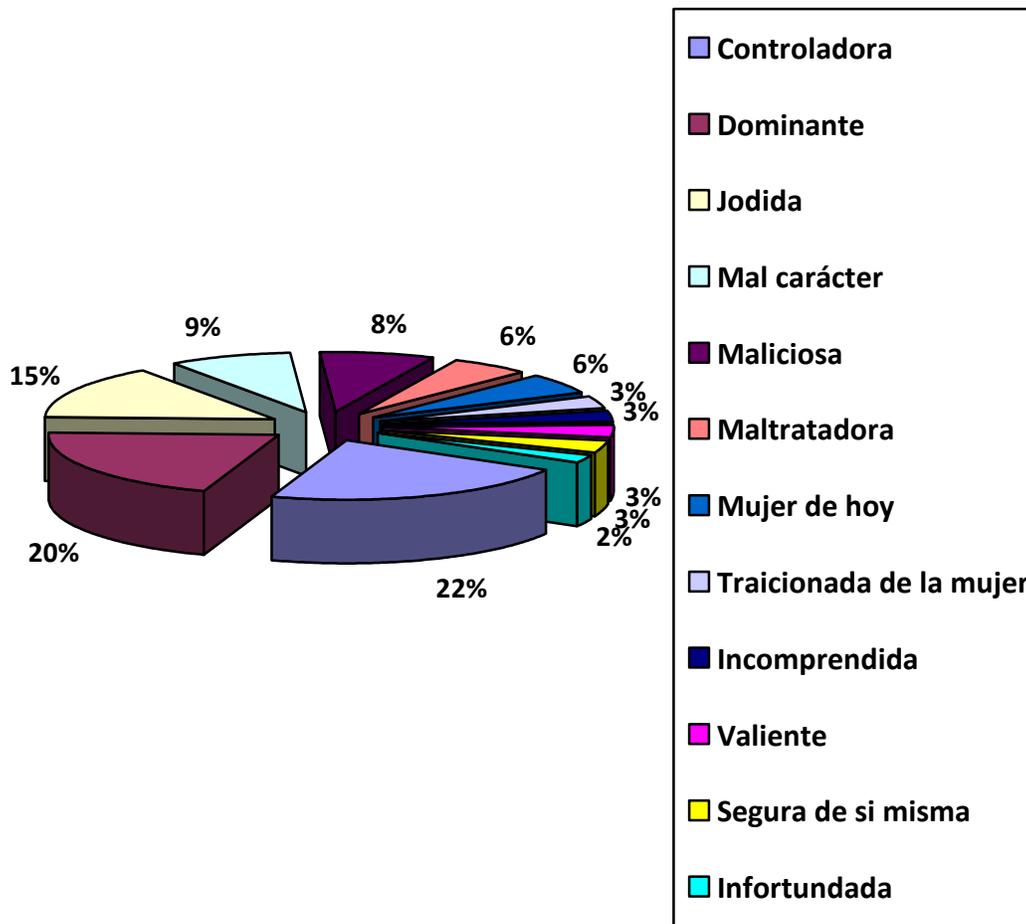


Gráfico 5. Gráfico circular de opinión sobre atributos relacionados con la “cuaima”

6. Otras respuestas

Otros atributos	Insegura (13), celosa (11), manipuladora (4), desconfiada (3), obsesiva (3), temperamental (2), prejuiciosa, arrecha, egoísta, una Doña Bárbara, poco solidaria, perspicaz, intuitiva, preparada, averiguadora, una coraza, absorbente, egocéntrica, desconfiada, inescrupulosa, imaginativa, impaciente, impulsiva, irracional,paranoica, audaz, analítica, miedosa, volátil, exagerada, asfixiante.
------------------------	---

Cuadro 18 Tabla de otros atributos relacionados con la “cuaima”

7. ¿Cuáles de las siguientes situaciones asocia con el concepto de “cuaima”?

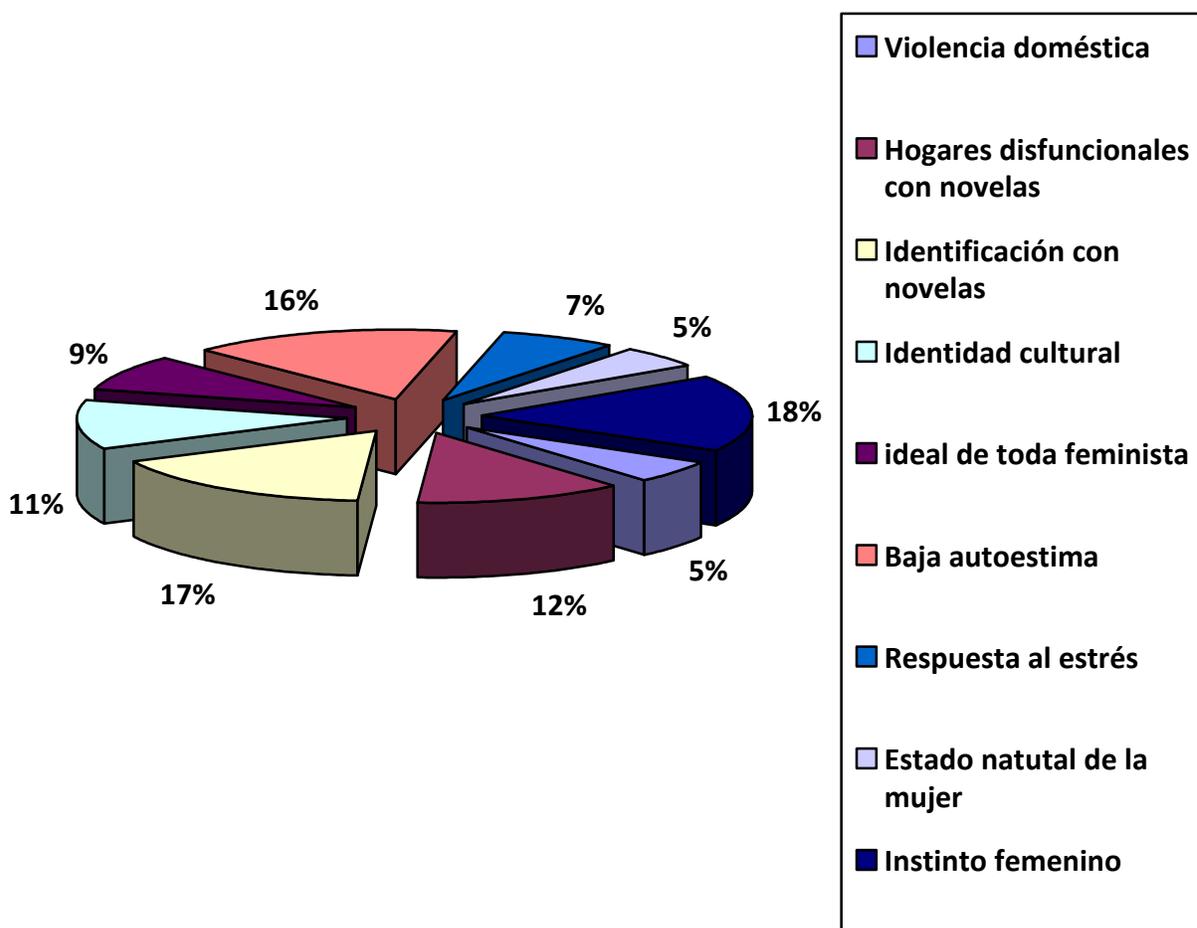


Gráfico 6. Gráfico circular de opinión sobre situaciones relacionadas con la palabra “cuaima”

7.1 Otras respuestas

Otros situaciones	Infidelidad(2), naturaleza de la mujer por ser territorial, defensora de lo suyo, resentimiento, falta de respeto, por el machismo, traumas del pasado, falta de paz interior, falta de armonía en el hogar.
--------------------------	--

Cuadro 19. Tabla de otras situaciones relacionadas con la palabra “cuaima”

8. ¿Considera que el concepto “cuaima” describe una forma de actuar claramente definida en la sociedad?

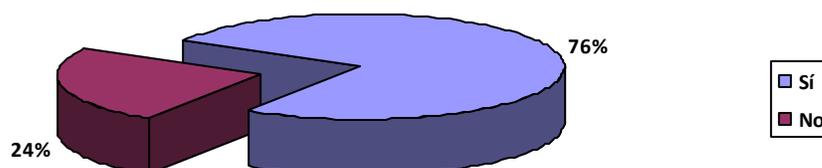


Gráfico 7. Gráfico circular de opinión sobre la consideración del concepto “cuaima” como una forma de actuar en la sociedad

4.6 Concepto de “cuaima” a partir del análisis lexical

Al tomar en cuenta los resultados mostrados en los gráficos 1,2,3,4,5 y 6 junto a los cuadros 18 y 19, los cuales son producto de las ciento dieciséis (116) encuestas realizadas a varias personas de diversos géneros y edades, se procede a contabilizar y resaltar aquellas características más consideradas, en sus diversas valoraciones de atributos, situaciones, identidad cultural, género de la “cuaima” y creencia de la “cuaima” como fenómeno actual, las cuales sean constataciones de lo obtenido en las entrevistas, lo cual se desglosó en el cuadro 16.

Atributos relacionados confirmados	Otros atributos sugeridos
Controladora (104), dominante (99), jodida (72), mal carácter (42), maliciosa (40), maltratadora (27), una mujer de hoy (27), traicionada (17), incomprendida (15), valiente (16), segura de sí misma (16), infortunada (11).	Insegura (13), celosa (11), manipuladora (4), obsesiva (3), desconfiada (3), temperamental (2)

Cuadro 20. Tabla comparativa de atributos relacionados con la palabra “cuaima”

Situaciones relacionadas confirmados	Otras relaciones sugeridas
Instinto femenino (50), identificación con telenovelas (47), baja autoestima (45), hogares disfuncionales (35), identidad cultural (32), ideal de toda feminista (24), respuesta al estrés (20), violencia doméstica (17), estado natural de la mujer (14)	Infidelidad (2)

Cuadro 21. . Tabla comparativa de situaciones relacionadas con la palabra “cuaima”

Al observar los cuadros comparativos de atributos y situaciones relacionados, se debe tomar en cuenta aquellas palabras de mayor frecuencia y observar las demás consideraciones expuestas en las preguntas 3, 4 y 8 del modelo de encuesta presentado, para que las investigadoras puedan llegar a un concepto de la palabra “cuaima” después de la investigación obtenidas de las metodologías de documentación, entrevistas y encuestas.

Una vez llevado a cabo todos los procesos mencionados, se considera la construcción del siguiente concepto:

La “cuaima” es una mujer con mal carácter, que se caracteriza por ser controladora, jodida, insegura, celosa y maliciosa. Está influenciada por el instinto femenino, las telenovelas, la convivencia en hogares disfuncionales y la baja autoestima, aunque algunas mujeres lo asocien con el ideal de toda feminista. Es parte de la identidad cultural venezolana y es un concepto vigente en la actualidad.

4.7 Guiones de diversas producciones creativas relacionadas

4.7.1 Procedimientos previos

4.7.1.1 Selección del corpus: el corpus de análisis seleccionado está constituido por un prólogo de una libro llamado “Soy “cuaima” ¿y qué?”, el guión de la telenovela “La “cuaima””, guiones de tres comerciales, de Motos Empire, Doritos y Polar Ice respectivamente, algunos estados de Facebook, intereses y demás publicados en el fan page de una campaña interactiva de Hals Creamy con el Monstruo de los celos, un guión del programa radila Tiempo de “cuaima”s de la 92.9 FM y por último la canción de “La “cuaima”” de Yaneth Placencia, en los cuales se encontraron relación con el concepto de “cuaima” anteriormente construido.

4.7.1.2 Selección de unidad de análisis: Al estudiar estos textos se considera el turno de habla marcado en texto como la unidad de análisis más adecuada, dadas sus relaciones lexicales con el concepto de “cuaima” que se construyó a partir de las entrevistas.

4.8 Análisis lexical de guiones, prólogo y campañas publicitarias.

4.8.1 Prólogo del libro Soy “cuaima”, ¿Y qué?

El libro *Soy “cuaima”, ¿Y qué?*, escrito por Arly Leotaud, una abogada venezolana, y publicado en noviembre de 2008, es un texto que gira alrededor del personaje que sirve como objeto de estudio en esta investigación. A continuación se procederá a analizar el prólogo de la obra, a través de la selección lexical.

LEOTAUD, Arly. Soy “cuaima”, ¿Y qué?

Primera Edición: Noviembre de 2008.

Editorial Libros Marcados

Impreso en Venezuela

Prólogo

En mi país Venezuela, cada vez que salgo a la calle, oigo la palabra “cuaima”. ¡Eres una “cuaima”! O ¡Éste es el baño de las “cuaima”s! ¡La “cuaima” de mi suegra! Inclusive, hay una asociación de “cuaima”s según he escuchado.

Cuando preparo los alimentos, por supuesto en mi cocina, justo a un lado de la licuadora hay un cuadrito que reza: “La cocina de la “cuaima”” y así sucesivamente todo lo que tenga que ver con las mujeres, en pocas palabras ¡”cuaima”!

En otros países, “cuaima” por supuesto no está en su vocablo pero, la aptitud de los hombres hacia las mujeres es universal y es probable que existan diversas formas de expresar su descontento cuando su mujer se comporta de una manera distinta a la que él espera. Por ejemplo: En Chile las llaman “brujas”, en Ecuador “cascabel”, en Italia “tus sei una vipeda” En Brasil “cobra”, en Portugal “serpente cascabel”, en Francia “serpent á sonnettes”, en inglés “rattle snake o feahered snake”, en Puerto Rico las llaman “bichas”

El significado de esta palabra está atribuida a una serpiente ponzoñosa. Puede crecer hasta tres metros o más. Su nombre científico es *Lascheis muta muta*. También se le conoce con otros nombres populares tales como: daya, verrugosa, concha-piña y bushmaster en inglés. Es ovípara, y algo importante, se dice que es la única viperina que cuida sus huevos, es decir: ¡nunca abandona a sus hijitos hasta tanto estos salgan de sus huevos!

Su nombre se debe a las grandes escamas que cubren su cuerpo y le dan el aspecto que tiene la cáscara o concha de la piña o ananás. La cabeza es de color pardo-grisáceo, con una raya negra que la recorre desde la parte posterior de los ojos hasta detrás de la comisura de los labios. Su cuerpo es

grueso triangular y la cola termina en estilete, siendo la serpiente ponzoñosa más larga del continente americano. Su comportamiento es agresivo, equivalente a de otras serpientes, una de ellas es la mapanare. De allí, surge un adjetivo muy particular que la mayoría de los hombres nos atribuyen a las mujeres cuando reaccionamos por circunstancias que no nos cuadra dentro del contexto de nuestra convivencia con ellos. En definitiva: ““CUAIMA”S”

Al tratar de profundizar su significación desde muchas perspectivas y de adaptarlo a nuestra época en función de experiencias propias y ajenas, basada en actitudes femeninas, decidí observar y entrevistar tanto hombres como mujeres y obtuve como resultado datos sencillamente humanos producto de la naturaleza misma del ser humano, con sus errores y sus aciertos; para poder entonces hacer entender, según mi perspectiva ¡qué es ser una “cuaima” en nuestros días!

4.8.1.1 Proceso de Análisis lexical

Dominio	Texto
Valoraciones	<p>En otros países, “cuaima” por supuesto no está en su vocablo pero, la aptitud de los hombres hacia las mujeres es universal y es probable que existan diversas formas de expresar su descontento cuando su mujer se comporta de una manera distinta a la que él espera. Por ejemplo: En Chile las llaman “<i>brujas</i>”, en Ecuador “cascabel”, en Italia “tus sei una vipeda” En Brasil “cobra”, en Portugal “serpente cascabel”, en Francia “serpent á sonnettes”, en inglés “rattle snake o feahered snake”, en Puerto Rico las llaman “<i>bichas</i>”</p> <p>Su nombre se debe a las grandes escamas que cubren su cuerpo y le dan el aspecto que tiene la cáscara o concha de la piña o ananás. La cabeza es de color pardo-grisáceo, con una raya negra que la recorre desde la parte posterior de los ojos hasta detrás de la comisura de los labios. Su cuerpo es grueso triangular y la cola termina en estilete, siendo la serpiente <i>ponzoñosa</i> más larga del continente americano. Su comportamiento es <i>agresivo</i>, equivalente a de otras serpientes, una de ellas es la mapanare. De allí, surge un adjetivo muy particular que la mayoría de los hombres nos atribuyen a las mujeres cuando reaccionamos por circunstancias que no nos cuadra dentro del contexto de nuestra convivencia con ellos. En definitiva: “CUAIMAS”</p>

<p>Social</p>	<p>En mi <i>país</i> Venezuela, cada vez que salgo a la <i>calle</i>, oigo la palabra “cuaima”. ¡Eres una “cuaima”! O ¡Éste es el baño de las “cuaima”s! ¡La “cuaima” de mi <i>suegra</i>! Inclusive, hay una <i>asociación</i> de “cuaima”s según he escuchado.</p> <p>Cuando preparo los alimentos, por supuesto en mi cocina, justo a un lado de la licuadora hay un cuadrito que reza: “La cocina de la “cuaima”” y así sucesivamente todo lo que tenga que ver con las <i>mujeres</i>, en pocas palabras ¡”cuaima”!</p> <p>En otros <i>países</i>, “cuaima” por supuesto no está en su <i>vocablo</i> pero, la <i>aptitud</i> de los <i>hombres</i> hacia las <i>mujeres</i> es <i>universal</i> y es probable que existan diversas formas de expresar su descontento cuando su <i>mujer</i> se comporta de una manera distinta a la que él espera. Por ejemplo: En Chile las llaman “brujas”, en Ecuador “cascabel”, en Italia “tus sei una vipeda” En Brasil “cobra”, en Portugal “serpente cascabel”, en Francia “serpent á sonnettes”, en inglés “rattle snake o feahered snake”, en Puerto Rico las llaman “bichas”</p> <p>El <i>significado</i> de esta <i>palabra</i> está <i>atribuida</i> a una serpiente ponzoñosa. Puede crecer hasta tres metros o más. Su nombre científico es <i>Lascheis muta muta</i>. También se le <i>conoce</i> con otros <i>nombres populares</i> tales como: <i>daya</i>, <i>verrugosa</i>, <i>concha-piña</i> y <i>bushmaster</i> en inglés. Es ovípara, y algo importante, se dice que es la única viperina que cuida sus huevos, es decir: ¡nunca abandona a sus <i>hijitos</i> hasta tanto estos salgan de sus huevos!</p> <p>Su nombre se debe a las grandes escamas que cubren su cuerpo y le dan el aspecto que tiene la cáscara o concha de la piña o ananás. La cabeza es de color pardo-grisáceo, con una raya negra que la recorre desde la parte posterior de los ojos hasta detrás de la comisura de los labios. Su cuerpo es grueso triangular y la cola</p>
---------------	--

	<p>termina en estilete, siendo la serpiente ponzoñosa más larga del <i>continente americano</i>. Su comportamiento es agresivo, equivalente a de otras serpientes, una de ellas es la mapanare. De allí, surge un adjetivo muy particular que la mayoría de los <i>hombres</i> nos atribuyen a las <i>mujeres</i> cuando reaccionamos por circunstancias que no nos cuadra dentro del <i>contexto</i> de nuestra <i>convivencia</i> con ellos. En definitiva: ““CUAIMA”S”</p> <p>Al tratar de profundizar su significación desde muchas <i>perspectivas</i> y de adaptarlo a nuestra <i>época</i> en función de <i>experiencias</i> propias y ajenas, basada en <i>actitudes femeninas</i>, decidí <i>observar</i> y <i>entrevistar</i> tanto <i>hombres</i> como <i>mujeres</i> y obtuve como <i>resultado</i> datos sencillamente humanos producto de la naturaleza misma del ser humano, con sus <i>errores</i> y sus <i>aciertos</i>; para poder entonces hacer entender, según mi perspectiva ¡qué es ser una “cuaima” en nuestros días!</p>
Natural	<p>En mi <i>país</i> Venezuela, cada vez que salgo a la calle, oigo la <i>palabra</i> “<i>cuaima</i>”. ¡Eres una “<i>cuaima</i>”! O ¡Éste es el baño de las “<i>cuaima</i>”s! ¡La “<i>cuaima</i>” de mi suegra! Inclusive, hay una asociación de “<i>cuaima</i>”s según he escuchado.</p> <p>Cuando preparo los alimentos, por supuesto en mi cocina, justo a un lado de la licuadora hay un cuadrado que reza: “La cocina de la “<i>cuaima</i>”” y así sucesivamente todo lo que tenga que ver con las mujeres, en pocas palabras ¡”<i>cuaima</i>”!</p> <p>En otros países, “<i>cuaima</i>” por supuesto no está en su vocablo pero, la aptitud de los hombres hacia las mujeres es universal y es probable que existan diversas formas de expresar su descontento cuando su mujer se comporta de una manera distinta a la que él espera. Por ejemplo: En Chile las llaman “brujas”, en Ecuador “<i>cascabel</i>”, en Italia “<i>tus sei una vipeda</i>” En Brasil “<i>cobra</i>”, en</p>

Portugal “*serpente cascabel*”, en Francia “*serpent á sonnettes*”, en inglés “*rattle snake* o *feahered snake*”, en Puerto Rico las llaman “bichas”ífico

El significado de esta palabra está atribuida a una *serpiente ponzoñosa*. Puede crecer hasta tres metros o más. Su nombre científico es *Lascheis muta muta*. También se le conoce con otros nombres populares tales como: *daya*, *verrugosa*, *concha-piña* y *bushmaster* en inglés. Es *ovípara*, y algo importante, se dice que es la única *viperina* que cuida sus *huevos*, es decir: ¡nunca abandona a sus hijitos hasta tanto estos salgan de sus *huevos*!

Su nombre se debe a las grandes *escamas* que cubren su *cuerpo* y le dan el aspecto que tiene la *cáscara* o *concha* de la *piña* o *ananás*. La *cabeza* es de color pardo-grisáceo, con una raya negra que la recorre desde la parte posterior de los *ojos* hasta detrás de la *comisura* de los *labios*. Su *cuerpo* es grueso triangular y la cola termina en estilete, siendo la *serpiente ponzoñosa* más larga del continente americano. Su comportamiento es agresivo, equivalente a de otras serpientes, una de ellas es la *mapanare*. De allí, surge un adjetivo muy particular que la mayoría de los hombres nos atribuyen a las mujeres cuando reaccionamos por circunstancias que no nos cuadra dentro del contexto de nuestra convivencia con ellos. En definitiva: ““*CUAIMA*”S”

Al tratar de profundizar su significación desde muchas perspectivas y de adaptarlo a nuestra época en función de experiencias propias y ajenas, basada en actitudes femeninas, decidí observar y entrevistar tanto hombres como mujeres y obtuve como resultado datos sencillamente *humanos* producto de la *naturaleza* misma del ser *humano*, con sus errores y sus aciertos; para poder entonces hacer entender, según mi

	perspectiva ¡qué es ser una “ <i>cuaima</i> ” en nuestros días!
Científico	El significado de esta palabra está atribuida a una serpiente ponzoñosa. Puede crecer hasta tres metros o más. Su nombre científico es <i>Lascheis muta muta</i> . También se le conoce con otros nombres populares tales como: daya, verrugosa, concha-piña y bushmaster en inglés. Es ovípara, y algo importante, se dice que es la única viperina que cuida sus huevos, es decir: ¡nunca abandona a sus hijitos hasta tanto estos salgan de sus huevos!
Sentimiento	En otros países, “cuaima” por supuesto no está en su vocablo pero, la aptitud de los hombres hacia las mujeres es universal y es probable que existan diversas formas de expresar su <i>descontento</i> cuando su mujer se comporta de una manera distinta a la que él espera. Por ejemplo: En Chile las llaman “brujas”, en Ecuador “cascabel”, en Italia “tus sei una vipeda” En Brasil “cobra”, en Portugal “serpente cascabel”, en Francia “serpent á sonnettes”, en inglés “rattle snake o feahered snake”, en Puerto Rico las llaman “bichas”

Cuadro 22. Dominios de origen de léxico utilizados – Arly Leotaud. Yo si soy “cuaima” ¿y qué?

Dominio	Campo semántico	Léxico asociado
Valoraciones	Maldad	Ponzoñosa (2), agresivo (1), bicha (1), bruja (1)

Social	Género	Mujeres (4), hombres (3), mujer (1), actitudes femeninas (1)
	Filiación	Suegra (1), hijitos (1)
	Métodos	Entrevistar (1), observar (1)
	Talento	Aptitud (1)
	Lenguaje	Vocablo (1), significado (1), contexto (1)
	Locación	País (2), calle (1)
	Saber	Conoce (1)
	Acción	Errores (1), aciertos (1), convivencias (1), experiencias (1)
Natural	Raza humana	Comisura (1), labios (1), cuerpo (1), humano (1)
	Reino animal	“cuaima” (10), serpiente (5), cascabel (2), ovípara (1), viperina (1), escamas (1), raya (1), verrugosa (1), mapanare (1)
	Ambiente	Naturaleza (1)
	Reproducción	Huevos (2)
	Vegetales	Cáscara (2), concha (2), piña (2), ananás (1)
Científico	Zoología	Lachesis muta muta (2)

Cuadro 23. Levantamiento de campos léxicos – Arly Leotaud. Soy “cuaima” ¿y qué?

4.8.2 Guión tráiler promocional de la telenovela “La “cuaima””

País originario: Venezuela

Canal: RCTV

Horario de transmisión: lunes a sábado a las 10:00 p.m.

Transmisión: 6 de agosto de 2003 al 16 de febrero de 2004

N.º de episodios: 160 Capítulos

Director: Olegario Barrera

Productor: Jhony Puido Mora

Reparto: Catherine Correia, Jonathan Montenegro, Chantal Baudaux

Ambientación: 2003-2004

Tema principal: “Soy Mujer” (por La India)

Transmitido por.: RCTV, Venezuela

DÍA, INTERIOR - EXTERIOR

VOZ EN OFF

Ella es la dulzura hecha realidad.

SIMÓN ALVARENGA

Es que cuando te vi fue tan mágico.

VOZ EN OFF

Nacida de un amor prohibido.

INTERIOR. CLÍNICA

BASILIO ALVARENGA

Perdóname todo este daño que te he hecho.

INTERIOR. UNIVERSIDAD

VOZ EN OFF

Con un regalo que es tanto una bendición... como una maldición.

COMPAÑERO DE CLASES

Sencillamente genial

INTERIOR. SALÓN DE CLASES

ESTUDIANTE 1

¡Carmencita Meléndez! ¡Ella siempre sabe todo! Sino fuera por el cerebrote de esa mujer,
no quedaría nada de ella.

DÍA. EXTERIOR. CALLE

VOZ EN OFF

Ella es una joven, quien aprendió que para triunfar en la vida, primero hay que saber luchar.

INTERIOR. CASA

CARMEN "CARMENCITA" MELÉNDEZ

La oportunidad que usted tiene de burlarse de mí es infinita.

EXTERIOR. DÍA

Carmencita Meléndez llora.

CARMEN "CARMENCITA" MELÉNDEZ

Les voy a hacer el honor de quitarle hasta la forma de andar.

INTERIOR. AUTOMERCADO.

DAYSI CHACÓN

Haces tu trabajo a la perfección, te da tiempo de pasar tus materias, y por si fuese poco ayudas a tu mamá.

EXTERIOR. DÍA

VOZ EN OFF

Abandonada de nacimiento por su padre, Carmencita Meléndez es una chica que creció con pocas oportunidades. Lo único que tiene es el apoyo de su madre.

INTERIOR. CASA

MODESTA MELÉNDEZ

Estoy muy feliz de tener una niña como usted.

INTERIOR. LABORATORIO

Carmencita en clase.

VOZ EN OFF

Y un gran talento.

INTERIOR. AUTOMERCADO.

Un hombre joven se retira unos lentes de sol del rostro. Mira fijamente a Carmencita Meléndez.

ALEXIS BARRAGÁN

Soy ingeniero en computación en un banco ¿Te gustaría ser mi asistente?

VOZZ EN OFF

El amor la encuentra por primera vez... y llena su vida de ilusiones... poco después de haber llegado ese amor...

DÍA. EXTERIOR. IGLESIA

Carmencita Meléndez vestida de novia y rodeada de personas.

VOZ EN OFF

Vinieron las mentiras y las decepciones...

MUJER POLICÍA A CARMENCITA:

La engañaron señorita, ese señor es un estafador.

Carmencita llora desconsolada.

CARMENCITA MELÉNDEZ

¡¿Por qué esto me está pasando a mí?!

DÍA. EXTERIOR. DÍA

MODESTA MELÉNDEZ

Nos vamos pa' Caracas ¡A comernos vivos el primer mundo!

Carmencita la mira impresionada, aún vestida de novia y con lágrimas en los ojos.

DÍA. EXTERIOR. TERMINAL DE AUTOBUSES.

VOZ EN OFF

En busca de una nueva vida, Carmencita Meléndez se va a Caracas a realizar su sueño.

Carmencita y Modesta subiendo a un autobús.

DÍA. EXTERIOR. UNIVERSIDAD.

VOZ EN OFF

SIMÓN ALVARENGA

Pasaste el examen, y pasaste con la mejor nota que ningún alumno haya sacado en la historia de esta universidad.

Carmencita grita de la emoción.

VOZ EN OFF

Pero se encuentra con personas que hacen de estos sueños puras pesadillas.

INTERIOR. CASA.

Simón y Alfonsina se besan.

VOZ EN OFF

Simón, un vividor que necesita graduarse de la universidad para recibir su inmensa herencia.

EXTERIOR. CAFETÍN.

ALFONSINA RUSSO 'LA NENA'

¿Ya resolviste lo de la tesis?

Toma un sorbo de café.

SIMÓN

Eso es correcto.

ALFONSINA

Uhhh... ¿Cómo se llama?

SIMÓN

Carmencita Meléndez.

INTERIOR. APARTAMENTO.

VOZ EN OFF

Alfonsina, una mujer atractiva y arrogante que no dejará que nada ni nadie le quiten de su lado a Simón.

Alfonsina se dirige a Carmencita

ALFONSINA RUSSO 'LA NENA'

Es mejor que no sueñes, porque yo te voy a quitar esa ilusión. Así tenga que atravesar mi cadáver en el medio... o el tuyo.

Carmencita observa a Alfonsina intimidada.

INTERIOR. CASA

Un hombre de mediana edad habla con una anciana

VOZ EN OFF

Basilio, el tío de Simón, quien tiene sus propios planes secretos.

BASILIO ALVERANGA

No me sigas atormentando con tu propuesta genial de de destapar una olla que tiene 23 años olvidada.

DÍA. EXTERIOR. PARQUE.

Simón se retira los lentes de sol. Suena “Y llegaste tú” de Sin Bandera.

INTERIOR. CASA

CARMEN “CARMENCITA” MELÉNDEZ

Si usted supiera que yo sueño con ese muchacho todos los días.

SECUENCIA DE IMÁGENES DE CARMENCITA Y SIMÓN

VOZ EN OFF

El amor encuentra a Carmencita por segunda vez, y se enamora perdidamente de Simón.

DÍA. INTERIOR. AUTOMÓVIL.

Simón y Carmencita se besan apasionadamente. Suena “Y llegaste tú” de Sin Bandera.

INTERIOR. HABITACIÓN

Suena “Y llegaste tú” de Sin Bandera. Carmencita y Simón, vestidos de blanco, se besan en una cama cubierta de pétalos de rosas.

INTERIOR. CASA

VOZZ EN OFF

En la cima de su felicidad, Carmencita se enfrenta con la realidad.

Carmencita llora.

NOCHE. EXTERIOR.

SIMÓN

Volverla loca, para que me haga la tesis, yo me gradúe y luego yo cobre mi herencia.

INNTERIOR. CASA

Basilio habla con Modesta

VOZ EN OFF

El gran secreto de Basilio.

BASILIO

Yo te robé a tu hijo.

DÍA. EXTERIOR

Modesta agoniza en el piso.

VOZ EN OFF

Y la muerte de su madre...

DÍA. EXTERIOR. CEMENTERIO

Carmencita llora en el suelo abrazada a Cristo Jesús Guédez.

INTERIOR. SALÓN DE CLASE.

VOZ EN OFF

Ahora el futuro de Carmencita es incierto.

Carmencita llora dirigiéndose a un profesor.

CARMEN "CARMENCITA" MELÉNDEZ

Yo no voy a poder seguir en la universidad ¿usted ve?

EXTERIOR UNIVERSIDAD.

SIMÓN

¡Te amo!

Carmencita llora

CARMENCITA

Yo no quiero verlo más nunca en mi vida ¿me está oyendo?

SECUENCIA DE IMÁGENES. DÍA – NOCHE. EXTERIOR – INTERIOR

Suena “Soy Mujer” – La India en New York

VOZ EN OFF

¿Cuál será su destino?

Sólo lo sabrá La “cuaima”.

4.8.2.1 Proceso de análisis lexical

Dominio	Texto
Valoraciones	<p>VOZ EN OFF: Ella es la <i>dulzura</i> hecha realidad.</p> <p>COMPAÑERO DE CLASE: Sencillamente <i>genial</i>.</p> <p>DAYSI CHACÓN: Haces tu trabajo a la <i>perfección</i>, te da tiempo de pasar tus materias, y por si fuese poco ayudas a tu mamá.</p> <p>VOZ EN OFF: Y un <i>gran talento</i>.</p> <p>SIMÓN ALVARENGA: Pasaste el examen, y pasaste con la <i>mejor</i> nota que ningún alumno haya sacado en la historia de esta universidad.</p> <p>VOZ EN OFF: (JONATHAN MONTENEGRO Y CHANTAL BAUDAUX SE BESAN) Simón, un <i>vividor</i> que necesita graduarse de la universidad para recibir su <i>inmensa</i> herencia.</p> <p>SIMÓN ALVARENGA: Eso es <i>correcto</i>.</p> <p>VOZ EN OFF: Alfonsina, una mujer <i>atractiva</i> y <i>arrogante</i> que no dejará que nada ni nadie le quiten de su lado a</p> <p>BASILIO ALVERANGA: No me sigas <i>atormentando</i> con tu propuesta <i>genial</i> de de destapar una olla que tiene 23 años olvidada.</p>
Tiempo	<p>VOZ EN OFF: El amor la encuentra por primera vez... y llena su vida de ilusiones... poco <i>después</i> de haber llegado ese amor...</p> <p>SIMÓN ALVARENGA: Pasaste el examen, y pasaste con la mejor nota que ningún alumno haya sacado en la <i>historia</i> de esta universidad.</p> <p>BASILIO ALVERANGA: No me sigas atormentando con tu propuesta <i>genial</i> de de destapar una olla que tiene 23 años olvidada.</p> <p>VOZ EN OFF: Si usted supiera que yo sueño con ese muchacho</p>

	<p><i>todos los días.</i></p>
<p>Social</p>	<p>VOZ EN OFF: Nacida de un amor <i>prohibido</i>.</p> <p>ESTUDIANTE 1: ¡Carmencita Meléndez! ¡Ella siempre sabe todo! Sino fuera por el cerebrote de esa <i>mujer</i>, no quedaría nada de ella.</p> <p>VOZ EN OFF: Ella es una <i>joven</i>, quien aprendió que para <i>triunfar</i> en la <i>vida</i>, primero hay que saber <i>luchar</i>.</p> <p>CARMEN “CARMENCITA” MELÉNDEZ: La <i>oportunidad</i> que usted tiene de <i>burlarse</i> de mí es infinita.</p> <p>CARMEN “CARMENCITA” MELÉNDEZ: Les voy a hacer el <i>honor</i> de <i>quitarle</i> hasta la forma de andar.</p> <p>DAYSI CHACÓN: Haces tu <i>trabajo</i> a la perfección, te da tiempo de pasar tus materias, y por si fuese poco ayudas a tu <i>mamá</i>.</p> <p>VOZ EN OFF: <i>Abandonada</i> de nacimiento por su <i>padre</i>, Carmencita Meléndez es una chica que creció con pocas <i>oportunidades</i>. Lo único que tiene es el <i>apoyo</i> de su <i>madre</i>.</p> <p>ALEXIS BARRAGÁN: Soy ingeniero en computación en un banco ¿Te gustaría ser mi <i>asistente</i>?</p> <p>VOZ EN OFF: Vinieron las <i>mentiras</i> y las decepciones...</p> <p>VOZ EN OFF: La <i>engañaron</i> señorita, ese <i>señor</i> es un <i>estafador</i>.</p> <p>MODESTA MELÉNDEZ: Nos vamos pa’ <i>Caracas</i> ¡A comernos vivos el primer <i>mundo</i>!</p> <p>VOZ EN OFF: En busca de una <i>nueva vida</i>, Carmencita Meléndez se va a <i>Caracas</i> a realizar su <i>sueño</i>.</p> <p>SIMÓN ALVARENGA: Pasaste el examen, y pasaste con la mejor nota que ningún <i>alumno</i> haya sacado en la historia de esta <i>universidad</i>.</p> <p>VOZ EN OFF: Pero se encuentra con <i>personas</i> que hacen de estos <i>sueños</i> puras <i>pesadillas</i>.</p>

	<p>VOZ EN OFF: (SIMÓN Y ALFONSINA SE BESAN) Simón, un vividor que necesita <i>graduarse</i> de la <i>universidad</i> para recibir su inmensa <i>herencia</i>.</p> <p>VOZ EN OFF: Alfonsina, una <i>mujer</i> atractiva y arrogante que no dejará que nada ni nadie le quiten de su lado a Simón.</p> <p>ALFONSINA RUSSO 'LA NENA': Es mejor que no <i>sueñes</i>, porque yo te voy a quitar esa ilusión. Así tenga que atravesar mi cadáver en el medio... o el tuyo (CARMENCITA OBSERVA A ALFONSINA INTIMIDADA)</p> <p>VOZ EN OFF: Basilio, el <i>tío</i> de Simón, quien tiene sus propios <i>planes secretos</i>.</p> <p>VOZ EN OFF: Si usted supiera que yo <i>sueño</i> con ese <i>muchacho</i> todos los días.</p> <p>VOZ EN OFF: (SIMÓN Y CARMENCITA SE BESAN APASIONADAMENTE. SUENA “Y LLEGASTE TÚ” DE SIN BANDERA) En la cima de su felicidad, Carmencita se enfrenta con la <i>realidad</i>.</p> <p>SIMÓN ALVERANGA: Volverla loca, para que me haga la tesis, yo me gradúe y luego yo cobre mi <i>herencia</i>.</p> <p>BASILIO ALVERANGA: Yo te <i>robé</i> a tu <i>hijo</i>.</p> <p>VOZ EN OFF: Ahora el <i>futuro</i> de Carmencita es <i>incierto</i>.</p> <p>VOZ EN OFF: ¿Cuál será su <i>destino</i>? Sólo lo sabrá La “cuaima”.</p>
Económico	<p>ALEXIS BARRAGÁN: Soy ingeniero en computación en un <i>banco</i> ¿Te gustaría ser mi asistente?</p> <p>SIMÓN: Volverla loca, para que me haga la tesis, yo me gradúe y luego yo <i> cobre</i> mi <i>herencia</i>.</p>
Sentimiento	<p>VOZ EN OFF: Nacida de un <i>amor</i> prohibido.</p> <p>BASILIO ALVERANGA: <i>Perdóname</i> todo este daño que te he hecho.</p> <p>MODESTA MELÉNDEZ: Estoy muy <i>feliz</i> de tener una niña como usted.</p>

	<p>CARMEN “CARMENCITA” MELÉNDEZ: (<i>LLORANDO</i>) La oportunidad que usted tiene de burlarse de mí es infinita.</p> <p>VOZ EN OFF: El <i>amor</i> la encuentra por primera vez... y llena su vida de <i>ilusiones</i>... poco después de haber llegado ese <i>amor</i>...</p> <p>VOZ EN OFF: Vinieron las mentiras y las <i>decepciones</i>...</p> <p>CARMEN “CARMENCITA” MELÉNDEZ: (<i>CARMENCITA LLORA DESCONSOLADA</i>) ¡¿Por qué esto me está pasando a mí?!</p> <p>CARMEN “CARMENCITA” MELÉNDEZ: (<i>CARMENCITA LA MIRA IMPRESIONADA, AÚN VESTIDA DE NOVIA Y CON LÁGRIMAS EN LOS OJOS.</i>)</p> <p>SIMÓN ALVARENGA: Pasaste el examen, y pasaste con la mejor nota que ningún alumno haya sacado en la historia de esta universidad. (<i>CARMENCITA GRITA DE LA EMOCIÓN</i>)</p> <p>VOZ EN OFF: (<i>SIMÓN Y ALFONSINA SE BESAN</i>) Simón, un vividor que necesita graduarse de la universidad para recibir su inmensa herencia.</p> <p>ALFONSINA RUSSO 'LA NENA': Es mejor que no sueñes, porque yo te voy a quitar esa <i>ilusión</i>. Así tenga que atravesar mi cadáver en el medio... o el tuyo.</p> <p>VOZ EN OFF: El <i>amor</i> encuentra a Carmencita por segunda vez, y se <i>enamora</i> perdidamente de Simón.</p> <p>VOZ EN OFF: (<i>SIMÓN Y CARMENCITA SE BESAN APASIONADAMENTE. SUENA “Y LLEGASTE TÚ” DE SIN BANDERA</i>) En la cima de su <i>felicidad</i>, Carmencita se enfrenta con la realidad.</p> <p>CARMEN “CARMENCITA” MELÉNDEZ: (<i>Carmencita llora</i>)</p> <p>CARMEN “CARMENCITA” MELÉNDEZ: (<i>CARMENCITA LLORA EN EL SUELO ABRAZADA A CRISTO JESÚS GUÉDEZ</i>)</p> <p>CARMEN “CARMENCITA” MELÉNDEZ: (<i>LLORA</i></p>
--	--

	<p>DIRIGIÉNDOSE A UN PROFESOR) Yo no voy a poder seguir en la universidad ¿usted ve?</p> <p>SIMÓN: ¡Te amo!</p> <p>CARMEN “CARMENCITA” MELÉNDEZ: (LLORANDO) Yo no quiero verlo más nunca en mi vida ¿me está oyendo?</p>
Natural	<p>ESTUDIANTE 1: ¡Carmencita Meléndez! ¡Ella siempre sabe todo! Sino fuera por el <i>cerebrote</i> de esa mujer, no quedaría nada de ella.</p> <p>ALFONSINA RUSSO 'LA NENA': Es mejor que no sueñes, porque yo te voy a quitar esa ilusión. Así tenga que atravesar mi <i>cadáver</i> en el medio... o el tuyo.</p> <p>VOZ EN OFF: (MODESTA AGONIZA EN EL PISO) Y la <i>muerte</i> de su madre...</p>
Cinetífico	<p>ALEXIS BARRAGÁN: Soy <i>ingeniero en computación</i> en un banco ¿Te gustaría ser mi asistente?</p> <p>SIMÓN ALVARENGA: Pasaste el <i>examen</i>, y pasaste con la mejor nota que ningún alumno haya sacado en la historia de esta universidad.</p> <p>ALFONSINA RUSSO 'LA NENA': ¿Ya resolviste lo de la <i>tesis</i>?</p>
Religioso	<p>VOZ EN OFF: Con un regalo que es tanto una <i>bendición</i>... como una <i>maldición</i>.</p>
Mágico	<p>SIMÓN ALVARENGA: Es que cuando te vi fue tan <i>mágico</i>.</p>

Cuadro 24. Dominios de origen de léxico utilizados –Telenovela “La “cuaima””

Dominio	Campo Semántico	Léxico asociado
Valoraciones	Intelectuales	Mejor (2), perfección (1), gran talento (1), correcto (1), Cerebrote (1)
	Estéticas	Atractiva (1)
	Personalidad	Genial (2), vividor (1), arrogante (1), dulzura (1)
	Magnitud	Inmensa (1)
Social	Género	Mujer (2), mujeres (1), muchacho (1), señorita (1), señor (1)
	Comportamiento	Burlarse (1), apoyo (1), luchar (1)
	Logros	Triunfar (1)
	Filiación	Mamá (1), madre (2), padre (1), tío (1), hijo (1)
	Laboral	Asistente (1), trabajo (1), oportunidad (1), oportunidades (1),
	Academia	Universidad (3), tesis (2), graduarse(1), examen (1)
	Infortunio	Abandonada (1), engañaron (1), mentira (1)

	Leyes	Estafador (1), robé (1), prohibido (1)
	Tiempo	Futuro (1), destino (1)
Sentimientos	Felicidad	Feliz (1), emoción (1), ilusión (1), felicidad (1), grita (1), ilusiones (1), impresionada (1)
	Descontento	Decepciones (1)
	Tristeza	Llora (6), desconsolada (1), llorando (1), lágrimas (1)
	Culpa	Perdóname (1)
	Amor	Amor (4), besan (3), amo (1), abrazada (1)
Naturaleza	Ciclo de vida	Cadáver (1), muerte (1)
	Procesos	Sueños (1) pesadillas (1)
	Animal	“cuaima” (1)
	Anatomía	Cerebrote (1)
Religioso	Espiritual	Bendición (1), maldición (1)
Mágico	Magia	Mágico (1)

Cuadro 25. Levantamiento de campos léxicos – Telenovela “La “cuaima””

4.8.3 Guión del comercial para televisión de Motos Empire

Cliente: Empire Moto C.A

Productora: The Format Films

Director: Catxco

Motos Empire. 2010

DÍA. EXTERIOR

Mujer saliendo de un edificio. Molesta, habla de forma acelerada.

MUJER

¡Un desgraciado ese mario' mío! ¡Qué molleja, que se quiere bañar en tos los charcos! Es que deja quieto que te agarre, que cuando te agarre te voy a cantar las 40, las 50, hasta la Grey Zuliana te voy a cantá'.

Una gandola estacionándose, se ve una moto detrás de ella. La mujer dirigiéndose al conductor.

MUJER

¡Epa mijo! Veníte que yo te aviso.

El conductor ve a la mujer a través del retrovisor.

CONDUCTOR

Muchas gracias mi amor.

La mujer de pie frente a la moto, hace gestos con la mano y grita enérgicamente.

MUJER

¡Dale, dale! ¡Dale derecho! ¡Dale duro! ¡Dale mijo! ¡Dale!

La gandola embiste a la moto.

VOZ EN OFF

Las motos Empire aguantan todo, menos la venganza de una mujer celosa. Empire pa' arriba y pa' abajo.

4.8.3.1 Proceso de Análisis lexical

Dominio	Texto
Valoraciones	<p>MUJER: (MOLESTA, HABLA DE FORMA ACELERADA) ¡Un <i>desgraciado</i> ese mario' mío! ¡Qué molleja, que se quiere bañar en tos los charcos! Es que deja <i>quieto</i> que te agarre, que cuando te agarre te voy a cantar las 40, las 50, hasta la Grey Zuliana te voy a cantá'.</p> <p>MUJER: (GRITA ENÉRGICAMENTE) ¡Dale, dale! ¡Dale <i>derecho</i>! ¡Dale <i>duro</i>! ¡Dale mijo! ¡Dale! (LA GANDOLA EMBISTE A LA MOTO)</p> <p>VOZ EN OFF: Las motos Empire aguantan todo, menos la venganza de una mujer <i>celosa</i>. Empire pa' arriba y pa' abajo.</p>
Social	<p>MUJER: (MOLESTA, HABLA DE FORMA ACELERADA) ¡Un <i>desgraciado</i> ese <i>mario</i>' mío! ¡Qué molleja, que se quiere bañar en tos los charcos! Es que deja <i>quieto</i> que te <i>agarre</i>, que cuando te agarre te voy a cantar las 40, las 50, hasta la Grey Zuliana te voy a cantá'.</p> <p>MUJER: ¡Epa <i>mijo</i>! Veníte que yo te <i>aviso</i>.</p> <p>CONDUCTOR: Muchas gracias mi amor.</p> <p>VOZ EN OFF: Las motos Empire <i>aguantan</i> todo, menos la <i>venganza</i> de una mujer <i>celosa</i>. Empire pa' arriba y pa' abajo.</p> <p>MUJER: (GRITA ENÉRGICAMENTE) ¡Dale, dale! ¡Dale</p>

	derecho! ¡Dale duro! ¡Dale mijo! ¡Dale! (LA GANDOLA EMBISTE A LA MOTO)
Sentimiento	<p>MUJER: (MOLESTA, HABLA DE FORMA ACELERADA) ¡Un desgraciado ese mario' mío! ¡Qué molleja, que se quiere bañar en tos los charcos! Es que deja quieto que te agarre, que cuando te agarre te voy a cantar las 40, las 50, hasta la Grey Zuliana te voy a cantá'.</p> <p>CONDUCTOR: Muchas gracias mi <i>amor</i>.</p> <p>MUJER: (GRITA ENÉRGICAMENTE) ¡Dale, dale! ¡Dale derecho! ¡Dale duro! ¡Dale mijo! ¡Dale! (LA GANDOLA EMBISTE A LA MOTO)</p>
Natural	<p>MUJER: (MOLESTA, HABLA DE FORMA ACELERADA) ¡Un desgraciado ese mario' mío! ¡Qué <i>molleja</i>, que se quiere bañar en tos los charcos! Es que deja quieto que te agarre, que cuando te agarre te voy a cantar las 40, las 50, hasta la Grey Zuliana te voy a cantá'.</p>

Cuadro 26. Dominios de origen de léxico utilizados – Comercial Motos Empire

Dominio	Campo semántico	Léxico asociado
Valoraciones	Personalidad	Acelerada (1), desgraciado (1), celosa (1)
	Estado físico	Derecho (1), duro (1), quieto (1)
Social	Género	Mujer (2)
	Filiación	Mario' (1)
	Resistencia	Agarre (2), aguantan (1)
	Transporte	Moto (1), gandola (1)

Sentimiento	Felicidad	Enérgicamente (1), amor (1)
	Descontento	Molesta (1)
Natural	Animal	Molleja (1)

Cuadro 27. Levantamiento de campos léxicos –Comercial Motos Empire

4.8.4 Guión del comercial para comercial de televisión de Polar Ice

Cliente: Empresas Polar

Productora: ProHouse

Director: Mauro De Vita

Campaña. Psst... y todo bien. 2007

INTERIOR. CASA

Un grupo de hombres reunidos viendo un juego de fútbol. Entra la esposa del dueño de la casa, está llegando de la calle. Dice molesta.

MUJER

¿Qué es esto?

HOMBRE

Bueno, unos panas.

MUJER

Indignada

¿Pero ésta no era nuestra noche? Pero noooo, tú solito armas el plan y sin consultar. Les voy avisando que pueden recoger todo este desastre...

El volumen de la voz de la mujer va bajando mientras el hombre destapa una botella de Polar Ice. Se escucha el característico sonido de la cerveza cuando se abre (Psst). La voz de ella se va transformando de la del narrador del juego de fútbol. El hombre y sus amigos se ponen cómodos.

NARRADOR DEPORTIVO

Y viene Arango...

VOZ EN OFF

Psst, destápala... Polar Ice, y todo bien

4.8.4.1 Proceso de análisis lexical

Dominio	Texto
Valoraciones	<p>HOMBRES: El volumen de la voz de la mujer va bajando mientras el hombre destapa una botella de Polar Ice. Se escucha el característico sonido de la cerveza cuando se abre (Psst). La voz de ella se va transformando de la del narrador del juego de fútbol. El hombre y sus amigos se ponen <i>cómodos</i>.</p> <p>VOZ EN OFF: Psst, destápala... Polar Ice, y todo <i>bien</i>.</p>
Sentimientos	<p>MUJER: (<i>MOLESTA</i>) ¿Qué es esto?</p> <p>MUJER: (<i>INDIGNADA</i>) ¿Pero ésta no era nuestra noche? Pero noooo, tú solito armas el plan y sin consultar. Les voy avisando que pueden recoger todo este desastre...</p>

Social	<p>HOMBRE: Bueno, unos <i>panas</i>.</p> <p>MUJER: (INDIGNADA) ¿Pero ésta no era <i>nuestra noche</i>? Pero noooo, tú <i>solito</i> armas el <i>plan</i> y <i>sin consultar</i>. Les voy <i>avisando</i> que pueden <i>recoger</i> todo este <i>desastre</i>...</p> <p>HOMBRES: El volumen de la voz de la <i>mujer</i> va bajando mientras el <i>hombre</i> destapa una <i>botella</i> de Polar Ice. Se escucha el característico sonido de la <i>cerveza</i> cuando se abre (Psst). La voz de ella se va transformando de la del narrador del juego de <i>fútbol</i>. El <i>hombre</i> y sus <i>amigos</i> se ponen cómodos.</p> <p>VOZ EN OFF: Psst, destápala... Polar Ice, y todo bien</p>
--------	---

Cuadro 28. Dominios de origen de léxico utilizados – Comercial Polar Ice

Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valoraciones	Confort	Bien (1), cómodos (1)
	Desorganización	Desastre (1)
Sentimientos	Descontento	Indignada (1), molesta (1)
Social	Género	Hombre (2), mujer (2)
	Reprimenda	Avisando (1), recoger (1), sin consultar (1)
	Relaciones	Amigos (1), nuestra (1),

		solita (1), plan (1)
	Bebidas y alimentos	Botella (1), cerveza (2)
	Deporte	Fútbol (2)

Cuadro 29. Levantamiento de campos léxicos – Comercial Polar Ice

4.8.5 Guión del comercial para televisión de Doritos

Cliente: Snacks America Latina. Venezuela

Productora: Propela Creativa C.A

Director: Richard Gibson

Producto: Doritos

2009

INTERIOR. CARRO

Mujer joven revisa un teléfono celular

VOZ EN OFF

Chama, admítelo han desmejorado su técnica para conseguir una segunda cita.

DÍA. EXTERIOR.

Un grupo de mujeres pasa frente a una pareja (hombre – mujer)

VOZ EN OFF

Lo tienen a punto de caer, pero siempre terminan sacando las garras y pierden el control de la presa.

La mujer toma el rostro de su pareja y aparta su vista del grupo de mujeres.

INTERIOR. FIESTA.

VOZ EN OFF

Amiga, aunque sea natural, no seas “cuaima” tan rápido. Consigue una segunda cita Doritos.

4.8.5.1 Proceso de análisis lexical

Domino	Texto
Valoraciones	<p>VOZ EN OFF: (MUJER JOVEN REVISIA UN TELÉFONO CELULAR) Chama, admítelo han <i>desmejorado</i> su técnica para conseguir una segunda cita.</p> <p>VOZ EN OFF: Amiga, aunque sea <i>natural</i>, no seas “cuaima” tan <i>rápido</i>. Consigue una segunda cita Doritos.</p>
Natural	<p>VOZ EN OFF: (UN GRUPO DE MUJERES PASA FRENTE A UNA PAREJA) Lo tienen a punto de caer, pero siempre terminan sacando las <i>garras</i> y pierden el control de la <i>presa</i>.</p> <p>VOZ EN OFF: Amiga, aunque sea <i>natural</i>, no seas “cuaima” tan rápido. Consigue una segunda cita Doritos.</p>
Social	<p>VOZ EN OFF: (MUJER JOVEN REVISIA UN TELÉFONO CELULAR) Chama, admítelo han desmejorado su <i>técnica</i> para conseguir una segunda cita.</p> <p>VOZ EN OFF: (UN GRUPO DE MUJERES PASA FRENTE A UNA PAREJA) Lo tienen a punto de caer, pero siempre terminan sacando las <i>garras</i> y pierden el <i>control</i> de la <i>presa</i>.</p> <p>VOZ EN OFF: Amiga, aunque sea <i>natural</i>, no seas</p>

	“cuaima” tan rápido. Consigue una segunda cita Doritos.
--	---

Cuadro 30. Dominios de origen de léxico utilizados – Comercial Doritos

Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valoración	Calidad	Desmejorado (1)
	Velocidad	Rápido (1)
	Condición	Natural (1)
Natural	Animal	“cuaima” (1), garras (1), presas (1)
	Estado	Natural (1)
Social	Género	Mujer (3), mujeres (2), chama (1)
	Relación	Pareja (2)
	Dominación	Control (1), revisa (1)
	Aceptación	Admítelo (1)
	Tiempo	Rápido (1)
	Experiencia	Técnica (1)

Cuadro 31. Levantamiento de campos léxicos – Comercial Doritos

4.8.6 Extractos de la campaña interactiva de Halls Creamy

Campaña interactiva “La vida puede ser más dulce”

Cadbury Adams

Producto: Halls Creamy

Agencia: La Web Agencia Interactiva.

Fecha: de junio a octubre de 2010.

Duración de la campaña: 4 meses.

Red social: Facebook

El Monstruo de los Celos es un personaje que representa un estereotipo de mujer celosa. Corresponde a un concepto publicitario que buscó satirizar a esos “monstruos” que atormentan al ciudadano común en su vida diaria. La campaña se desarrolló a través de redes sociales, en específico, Twitter y Facebook. A pesar del poco éxito que obtuvo en cuanto a recepción y difusión, la celosa empedernida logró acumular un total de 3.348 seguidores en su página de Facebook, en la que el feedback del público se evidenció claramente.

Perfil en Facebook del Monstruo de los Celos.

Lugar: Detrás de alguna gran mata que permita esconderme.

Información: Soy aficionada a la duda y experta en espionaje de parejas.

Información personal

- Religión: fiel seguidora de mi novio.
- Actividades: Descifrar todas las claves de mi novio, ya sea del correo, de Facebook, de Twitter, del cajero automático y cualquier otra cosa que lleve clave.

Intereses personales:

- Intereses: Develar todos los planes de infidelidad de mi pareja y mantener alejada a todas las chicas “zamuros”.
- Música favorita: Franco De Vita, Alex Ubago, Alejandro Sanz y Ricardo Arjona.
- Programas de televisión favoritos: C.S.I: Las Vegas, C.S.I: Miami, C.S.I: New York y Law & Order.
- Películas favoritas: Closer, Mentiras Verdaderas, Misery, Match Point, SwimFan, Atracción Fatal.
- Libros favoritos: Otello y cualquiera de Deepak Chopra.
- Citas favoritas: "Camarón que se duerme se lo lleva la corriente".
- Lugares Favoritos: Escondida detrás de una puerta, donde pueda ver a mi novio.

Estados:

- 9 de agosto de 2010: a ¡Mano dura mujeres, mano dura con esos resbalados!”
- 24 de septiembre de 2010: “Una buena “cuaima” tiene que tener el sentido del olfato bien desarrollado... Por el olor puedes pillar al #zángano.”

4.8.6.1 Proceso de análisis lexical

Dominio	Texto
Valoraciones	<ul style="list-style-type: none"> - Soy <i>aficionada</i> a la <i>duda</i> y <i>experta</i> en <i>espionaje de parejas</i>. - Ser “<i>cuaima</i>” no es <i>suficiente</i>... ¡Hay que ser sus <i>dueñas</i>! ¡<i>Mano dura</i> mujeres, <i>mano dura</i> con esos <i>resbalados</i>! - Una <i>buena</i> “<i>cuaima</i>” tiene que tener el sentido del <i>olfato</i> bien <i>desarrollado</i>... Por el <i>olor</i> puedes pillar al <i>#zángano</i>.
Social	<ul style="list-style-type: none"> - Detrás de alguna gran mata que permita <i>esconderme</i>. - Soy <i>aficionada</i> a la <i>duda</i> y <i>experta</i> en <i>espionaje de parejas</i>. - <i>fiel</i> seguidora de mi <i>novio</i>. - <i>Descifrar</i> todas las <i>claves</i> de mi <i>novio</i>, ya sea del <i>correo</i>, de <i>Facebook</i>, de <i>Twitter</i>, del <i>cajero automático</i> y cualquier otra cosa que lleve <i>clave</i>. - <i>Develar</i> todos los planes de <i>infidelidad</i> de mi <i>pareja</i> y mantener alejada a todas las <i>chicas</i> “<i>zamuros</i>”. - <i>Escondida</i> detrás de una puerta, donde pueda ver a mi <i>novio</i>. - Ser “<i>cuaima</i>” no es <i>suficiente</i>... ¡Hay que ser sus <i>dueñas</i>! ¡<i>Mano dura mujeres</i>, <i>mano dura</i> con esos <i>resbalados</i>!
Natural	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Develar</i> todos los planes de <i>infidelidad</i> de mi <i>pareja</i> y mantener alejada a todas las <i>chicas</i> “<i>zamuros</i>”. - <i>Camarón</i> que se <i>duerme</i> se lo lleva la <i>corriente</i>. - Una <i>buena</i> “<i>cuaima</i>” tiene que tener el sentido del <i>olfato</i> bien <i>desarrollado</i>... Por el <i>olor</i> puedes pillar al <i>#zángano</i>.
Científico	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Descifrar</i> todas las <i>claves</i> de mi <i>novio</i>, ya sea del <i>correo</i>, de <i>Facebook</i>, de <i>Twitter</i>, del <i>cajero automático</i> y cualquier otra cosa que lleve <i>clave</i>.

Cuadro 32. Dominios de origen de léxico utilizados - Campaña Halls Creamy

Dominio	Campo semántico	Léxico asociado
Valoraciones	Intelectuales	Buena (1), experta (1), aficionada (1), desarrollado (1)
	Dominación	Mano dura (1)
	Desprecio	Resbalados (1)
	Dimensión	Suficiente (1)
Social	Género	Chicas (1), mujeres (1)
	Posesión	Dueña (1)
	Comunicación	Correo (1), Facebook (1), Twitter (1)
	Relación	Novio (3), pareja (1), parejas (1), infidelidad
	Investigación	Develar (1), clave (1), espionaje (1), esconderme (1), escondida (1), descifrar (1)
Natural	Animales	“cuaima” (2), zamuros (1), camarón (1), zángano
	Sentidos	Olfato (1), olor (1)
	Necesidades	Duerme (1)
	Movimiento	Corriente (1)
Científico	Tecnología	Cajero automático (1)

Cuadro 33. Levantamiento de campos léxicos – Campaña Halls Creamy

4.8.7 Programa Radial Tiempo de cuaimas

Programa radial de la emisora de 92.9FM

Primera vez al aire: Viernes 11 de julio de 1997 durante la semana de CABLES JALADOS de 92.9FM. Como sección dentro del MONSTRUO DE LA MAÑANA, el lunes 28 de Julio de 1997.

Actualmente es transmitidos de Lunes a Viernes de 7:30am a 8:00am

Locutoras: Vanessa Archila y Noliyú Archila

Jueves 06 de Noviembre de 2008

MENÚ

- **E-mail: [tiempode"cuaima"s@929fm.com.ve](mailto:tiempodecuaimas@929fm.com.ve)** o envía tu mensaje de texto al 232 (por un costo de 2lochas+básico+IVA) desde cualquier celular...

EL TEMA DE HOY: LOS MANDAMIENTOS CUAIMILES...

Ser "cuaima" es, en definitiva, una religión a la que le debemos devoción y respeto. Y como toda religión, el ser "cuaima" requiere del cumplimiento de una serie de mandamientos para tener un desempeño digno de 20 puntos...

Si aún no los conoces entonces párale a la sección de hoy porque vamos a enumerar los 10 mandamientos de una "cuaima" que merezca llamarse a si misma: "CUAIMA"...

El primero de ellos es este: **SI QUIERES ESTAR BIEN CON LOS HOMBRES, TIENES QUE ESTAR CONTENTA CONTIGO MISMA.** Bueno, esto quiere decir "cuaima" que si tiene la autoestima por el piso y te sientes como un coletto, difícilmente puedas levantar "ni la más mínima sospecha"...

Es imposible que puedas conseguir novio o, peor aún, estar bien con el que tienes

cuando ni siquiera aceptas tú físico o tu forma de ser. Así que antes de hacer cualquier cosa te tienes que querer a ti misma para poder querer a otra persona...

Recomendación de TDC: échate una arregladita , inscríbete en el gimnasio, ponte a dieta, cómprate ropita bonita o trata de combinar lo mejor que puedas la que tienes. Te vas a sentir mejor y te van a ver mejor...

MANDAMIENTO NO. 2: SI YA TIENES PAREJA, ENTONCES CUÍDALA INTELIGENTEMENTE. Pareciera que esto es muy sencillo pero hay “cuaima”s románticas e ingenuas que creen que el amor es eterno y que sólo es necesario el flechazo inicial, de ahí en adelante todo es por inercia...

Y no es así, todos los días tenemos que hacer algo, lo que sea, para que la relación con nuestro novio tenga un toque diferente. Es como las maticas, hay que mantenerlas, regarlas, etc, para que no se mueran y haya que darles un machetazo y tirarlas a la basura...

La idea es encontrar la combinación perfecta entre corazón, cerebro y “actuación”. Corazón, para dejar aflorar los sentimientos; cabeza, para poder superar las dificultades; y “actuación” para poder disfrutar del amor físicamente, rico rico...

Recomendación de TDC: “cuaima”, nunca pierdas la capacidad de sorprenderle. Así le demuestras que es un tipo especial para ti...

MANDAMIENTO No.3: CUANDO VAYAS A ACTUAR “TIPO CASUAL” USA PROTECCIÓN. O lo que es igual, pídele a ese HOMBRE que lo use. Y si ni lo hace pues entonces es preferible que te quedes con las ganas de actuar y no hagas nada...

Y es que no sólo vas a evitar contagiarte de enfermedades terribles, sino que además vas a prevenir que tener que traer al mundo a otros “pequeños actores”...

Recomendación de TDC: si tienes pareja estable y quieres usar otro tipo de

protección entonces es mejor que ambos vayan por lo seguro, se hagan su prueba y “maten esa culebra por la cabeza”...

Y tampoco es que te vas a enrollar pensando en cómo le dices a tu novio o a tu futuro novio que deberían hacerse una prueba y tal. Nada que ver, eso es algo súper normal y él debería entenderlo. Además tienes que enfocarlo como que no es desconfianza, sino salud...

Bueno “cuaima”s religiosas, atención que en el próximo corte avanzamos con otros 3 mandamientos que nos guiarán por el camino de la excelencia en pareja...

Pueden enviarnos un mensajito de texto con respecto al tema de hoy al 232 (2lochas+básico+IVA)...

Recuerden también el foro de esta semana en DÍGALO.AHI.NET: AMORES FRUSTRADOS...

*****MÚSICA*****

Y seguimos con Tiempo de “cuaima”s en el Monstruo de la Mañana hoy enumerando los mandamientos que deberíamos seguir al pie de la letra todas las “cuaima”s que nos dignemos de ser fieles representantes de nuestro género.....

EL TEMA DE HOY: LOS MANDAMIENTOS CUAIMILES

MANDAMIENTO NO. 4: NO TE QUEDES CALLADA LA BOCA. Si algo te molesta “cuaima” dilo en el momento, no esperes a la próxima pelea estúpida para sacarle en cara a tu novio lo de la vez pasada, y lo de hace 3 meses y lo del año pasado...

Las cosas es mejor hablarlas en el momento, aclararlas, discutir las, pelearlas, etc, pero que la historia se quede ahí y no te guardes la espinita por dentro para sacártela en una

“próxima oportunidad”...

Tiene que haber mucha comunicación para que una relación pueda funcionar decentemente. Fíjense en este dato: el 90% de las parejas que pelean y discuten tienen poca capacidad para el diálogo. Por eso es que tener una buena comunicación impide en muchos casos llegar a problemas serios...

Recomendación de TDC: también es importante la comunicación no verbal: una miradita o un gesto a tiempo puede evitar llegar a situaciones “de extremo peligro” para la estabilidad. Pero igual, una mala cara o que gesticules y manotees va a mantenerse por encima de una frase bonita...

MANDAMIENTO NO. 5: SI NO TIENES NOVIO, NO LO BUSQUES DESESPERADAMENTE. Simplemente relaciónate

Que si ya tienes no se qué edad, crees que te vas a quedar sola y todas tus amigas tienen novio...bueno, no te lances a la búsqueda desesperada de un hombre...

NUNCA funciona. Tampoco hagas lo contrario y te encierres en tu casa porque el tipo de tu vida no va a tocar la puerta para invitarte a salir. Simplemente plantéate las cosas de otra forma. Trata de salir más, de hacer más vida social y relacionarte más con personas que puedan tener algo en común contigo...

Recomendación de TDC: es bueno que seas exigente... pero de manera razonable. El príncipe azul no existe. Lo más importante es que al que elijas te haga reír, te escuche y siempre tenga algo que decirte...

MANDAMIENTO NO. 6: ACTUACIÓN CON HUMOR.

Hay una leyenda urbana que dice que en la actuación todo tiene que ser serio y protocolar. ¡Falso! si de verdad quieres seguir manteniendo la llamita encendida, tienes que practicar actuaciones que exploren géneros como el humor, la fantasía, etc...

Recomendación de TDC: marca límites por si acaso para que no te sorprendan con algo que no te vaya a gustar mucho...

Recuerden también nuestro foro en DÍGALOAH.NET: esta semana LOS AMORES FRUSTRADOS...

*****MÚSICA*****

Y seguimos con TIEMPO DE “CUAIMA”S en el Monstruo de la Mañana enumerando los mandamientos cuaimiles para tener una puntuación de 20 puntos...

Atención que vamos con los últimos de la lista....

MANDAMIENTO NO. 7: DAR Y COMPARTIR SIN ESTRÉS. Esto se traduce en lo siguiente: muchas “cuaima”s por el miedo de perder a su novio se buscan cualquier excusa para estar pegada a él como un chinche...

Por supuesto, no dejan que el pobre tipo tenga vida propia o espacio para respirar ni en su casa, trabajo o universidad. Las “cuaima”s que no respetan este mandamiento agobian a sus parejas y provocan que los pobres siempre estén intentando deshacerse del pegoste...

Son de las típicas “cuaima”s que llaman al novio 320 veces al día. Recomendación de TDC: deja que salga con sus panas, no tiene nada de malo (eso sí, un ojo cerrado y uno abierto, por si acaso). Esta actitud de confianza hará que se sienta bien...

MANDAMIENTO NO. 8: IMAGINACIÓN EN LA ACTUACIÓN. Ya hemos mencionado esto en otras oportunidades pero vamos a recordar de qué se trata. La imaginación es full importante para que cualquier pareja funcione, ya que es lo que distingue este tipo de relación de una bella amistad...

Pero también vamos a estar claras en que la misma postura en el escenario puede llegara a cansar a cualquiera. Ponle imaginación a eso “cuaima”, sitios originales para actuar o jueguitos “locos” **(RISAS)**...

Recomendación: échale un agarrón cuando menos se lo espere, prepárale una cita diferente, pon en práctica sus fantasías actorales (siempre y cuando tú estés de acuerdo)...

MANDAMIENTO NO. 9: NO SE ACUESTEN “BAVOS”. La cama es para dormir y para usarla como escenario, no para andar peleados y dormir de espaldas. Ya lo dijimos en un mandamiento pasado: las peleas tienen que morir en el momento y no sacarlas en futuras peleas...

Muchas parejas, por ejemplo, arreglan los “problemas” actuando y realmente no arreglan las cosas de fondo. Eso trae el riesgo de que en un futuro el motivo de la pelea vuelva a aparecer por ahí tipo fantasma...

Recomendación de TDC: lo mejor es solucionar las cosas conversando acerca de lo que provocó la pelea y después, **SÍ**, celebrar el consenso con una puesta en escena. Solución-actuación y no actuación-solución. En este caso el orden de los factores sí altera el producto...

(LEEMOS MENSAJES DE TEXTO, SI HAY)

NUESTRO LEMA: A LOS HOMBRES NO SE LES DA, SE LES PIDE AMIGA

4.8.7.1 Proceso de análisis lexical

Dominios	Textos
Valoraciones	<p>VANESSA Y NOLIYÚ: Bueno, esto quiere decir “cuaima” que si tiene la autoestima por el piso y te sientes como un <i>coleta</i></p> <p>-cómprate ropita <i>bonita</i> o trata de combinar lo <i>mejor</i> que puedas la que tienes Te vas a sentir <i>mejor</i> y te van a ver <i>mejor</i>...</p> <p>- hay “cuaima”s <i>románticas</i> e <i>ingenuas</i> que creen que el amor es eterno y que sólo es necesario el flechazo inicial, de ahí en adelante todo es por inercia...</p> <p>- para poder disfrutar del amor físicamente, <i>rico rico</i>...</p> <p>- Recomendación de TDC: “cuaima”, nunca pierdas la capacidad de sorprenderle. Así le demuestras que es un tipo <i>especial</i> para ti...</p> <p>- Y es que no sólo vas a evitar contagiarte de enfermedades <i>terribles</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • 3 mandamientos que nos guiarán por el camino de la <i>excelencia</i> en pareja... <p>-no esperes a la próxima pelea <i>estúpida</i> para sacarle en cara a tu novio lo de la vez pasada, y lo de hace 3 meses y lo del año pasado...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiene que haber mucha comunicación para que una relación pueda funcionar <i>decentemente</i> • Pero igual, una <i>mala</i> cara o que gesticules y manotees va a mantenerse por encima de una frase bonita... • es bueno que seas <i>exigente</i>... pero de manera razonable. • provocan que los pobres siempre estén intentando deshacerse del <i>pegoste</i> • ya que es lo que distingue este tipo de relación de una <i>bella</i> amistad... <p>VANESSA Y NOLIYÚ: el ser “cuaima” requiere del cumplimiento de una serie de mandamientos para tener un <i>desempeño digno</i> de 20 puntos...</p> <p>- SI YA TIENES PAREJA, ENTONCES CUÍDALA</p>

Sentimientos	<p><i>INTELIGENTEMENTE</i></p> <p>VANESSA Y NOLİYÚ: El primero de ellos es este: SI QUIERES ESTAR BIEN CON LOS HOMBRES, TIENES QUE ESTAR <i>CONTENTA</i> CONTIGO MISMA. Bueno, esto quiere decir “cuaima” que si tiene la autoestima por el piso y te sientes como un colete, difícilmente puedas levantar “ni la más mínima sospecha”... te tienes que <i>querer</i> a ti misma para poder <i>querer</i> a otra persona... -Te vas a sentir mejor y te van a ver mejor... -hay “cuaima”s románticas e ingenuas que creen que el <i>amor</i> es eterno y que sólo es necesario el flechazo inicial.</p> <p>MANDAMIENTO NO. 6: ACTUACIÓN CON <i>HUMOR</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - marca límites por si acaso para que no te sorprendan con algo que no te vaya a <i>gustar</i> mucho... - Esto se traduce en lo siguiente: muchas “cuaima”s por el <i>miedo</i> de perder a su novio - Las “cuaima”s que no respetan este mandamiento <i>agobian</i> a sus parejas y provocan que los pobres siempre estén intentando deshacerse del pegoste
Temporalidad	<p>VANESSA Y NOLİYÚ: Si aún no los conoces entonces párale a la sección de <i>hoy</i> Así que <i>antes</i> de hacer cualquier cosa. Te vas a sentir mejor y te van a ver mejor... -no esperes a la próxima pelea estúpida para sacarle en cara a tu novio lo de la vez <i>pasada</i>, y lo de hace 3 <i>meses</i> y lo del <i>año pasado</i>... - Las cosas es mejor hablarlas en el <i>momento</i>, aclararlas, discutir las, pelearlas, etc, pero que la <i>historia</i> se quede ahí y no te guardes la espinita por dentro para sacártela en una “<i>próxima</i> oportunidad”... - Que si ya tienes no se qué <i>edad</i>, crees que te vas a quedar sola y todas tus amigas tienen novio....</p>

Social	<p>VANESSA Y NOLIYÚ: el ser “cuaima” <i>requiere</i> del <i>cumplimiento</i> de una serie de mandamientos para tener un <i>desempeño digno</i> de 20 puntos...</p> <p>-Si aún no los <i>conoces</i> entonces párale a la sección de <i>hoy</i></p> <p>SI QUIERES ESTAR BIEN CON LOS <i>HOMBRES</i>, TIENES QUE ESTAR CONTENTA <i>CONTIGO MISMA</i>.</p> <p>Es <i>imposible</i> que puedas conseguir <i>novio</i> o, peor aún, estar bien con el que tienes cuando ni siquiera <i>aceptas</i> tú físico o tu <i>forma de ser</i>. Así que antes de hacer cualquier cosa te tienes que querer a ti misma para poder querer a otra <i>persona</i>...</p> <p>-Recomendación de TDC: échate una arregladita, <i>inscríbete</i> en el gimnasio, ponte a dieta, <i>cómprate ropita</i> bonita o trata de combinar lo mejor que puedas la que tienes. Te vas a sentir mejor y te van a ver mejor...</p> <p>-SI YA TIENES <i>PAREJA</i>, ENTONCES CUÍDALA INTELIGENTEMENTE.</p> <p>- Y no es así, todos los días tenemos que hacer algo, lo que sea, para que la <i>relación</i> con nuestro <i>novio</i> tenga un toque diferente. Es como las maticas, hay que <i>mantenerlas</i>, regarlas, etc.</p> <p>- la combinación perfecta entre corazón, cerebro y “<i>actuación</i>”. Corazón, para dejar aflorar los sentimientos; cabeza, para poder <i>superar</i> las <i>dificultades</i>; y “<i>actuación</i>” para poder disfrutar del amor físicamente, rico rico...</p> <p>- Así le <i>demuestras</i> que es un <i>tipo</i> especial para ti...</p> <p>- MANDAMIENTO No.3: CUANDO VAYAS A <i>ACTUAR</i> “TIPO <i>CASUAL</i>” USA <i>PROTECCIÓN</i>. O lo que es igual, pídele a ese <i>HOMBRE</i> que lo use. Y si ni lo hace pues entonces es preferible que te quedes con las <i>ganas</i> de <i>actuar</i> y no hagas nada...</p> <p>- vas a prevenir que tener que traer al mundo a otros “pequeños</p>

actores".

- si tienes *pareja estable* y quieres usar otro tipo de protección entonces es mejor que ambos vayan por lo seguro.

- nos guiarán por el camino de la excelencia en *pareja*...

- Tiene que haber mucha *comunicación* para que una *relación* pueda funcionar decentemente. Fíjense en este dato: el 90% de las *parejas* que pelean y discuten tienen poca capacidad para el *diálogo*. Por eso es que tener una buena *comunicación* impide en muchos casos llegar a *problemas* serios...

- situaciones "de extremo peligro" para la *estabilidad*.

- Que si ya tienes no se qué edad, crees que te vas a quedar sola y todas tus *amigas* tienen novio....

- es bueno que seas exigente... pero de manera razonable. El *príncipe azul* no existe.

- marca *límites* por si acaso para que no te sorprendan con algo que no te vaya a gustar mucho...

- **DAR Y COMPARTIR SIN ESTRÉS.** Esto se traduce en lo siguiente: muchas "cuaima"s por el miedo de perder a su novio se buscan cualquier *excusa* para estar pegada a él como un chinche...

- deja que salga con sus *panas*, no tiene nada de malo (eso sí, un ojo cerrado y uno abierto, por si acaso). Esta *actitud* de *confianza* hará que se sienta bien...

- **IMAGINACIÓN EN LA ACTUACIÓN.**

- Pero también vamos a estar claras en que la misma *postura* en el *escenario* puede llegara a cansar

- las *peleas* tienen que morir en el momento y no sacarlas en futuras peleas...

- mejor es *solucionar* las cosas *conversando* acerca de lo que provocó la pelea y después, SÍ, celebrar el *consenso* con una puesta en escena

Científico	<ul style="list-style-type: none"> • Bueno, esto quiere decir “cuaima” que si tiene la <i>autoestima</i> por el piso y te sientes como un coleteo, difícilmente puedas levantar “ni la más mínima sospecha”... • sitios originales para actuar o jueguitos “<i>locos</i>”
Natural	<p>VANESSA Y NOLIYÚ: Ser “<i>cuaima</i>” es, en definitiva, una religión</p> <ul style="list-style-type: none"> • los 10 mandamientos de una “<i>cuaima</i>” que merezca llamarse a si misma: “<i>CUAIMA</i>”... • SI YA TIENES PAREJA, ENTONCES CUÍDALA INTELIGENTEMENTE. Hay “<i>cuaima</i>”s románticas (...) de ahí en adelante todo es por <i>inercia</i>... • Es como las maticas, hay que mantenerlas, <i>regarlas</i>, etc, para que no se <i>mueran</i> y haya que darles un machetazo y tirarlas a la basura... • La idea es encontrar la combinación perfecta entre <i>corazón</i>, <i>cerebro</i> y “actuación”. <i>Corazón</i>, para dejar aflorar los sentimientos; <i>cabeza</i>, para poder superar las dificultades; y “actuación” para poder disfrutar del amor físicamente, rico rico... • Recomendación de TDC: “<i>cuaima</i>”, nunca pierdas la <i>capacidad</i> de sorprenderle. • Y es que no sólo vas a evitar <i>contagiarte</i> de <i>enfermedades</i> terribles. • tipo de protección entonces es mejor que ambos vayan por lo seguro, se hagan su pruebita y “maten esa <i>culebra</i> por la <i>cabeza</i>”... • Bueno “<i>cuaima</i>”s religiosas, atención que en el próximo corte avanzamos con otros 3 mandamientos que nos guiarán por el camino de la excelencia en pareja... • novio se buscan cualquier excusa para estar pegada a él como un <i>chinche</i>...

Religioso	<p>VANNESA Y NOLIYÚ: Los <i>mandamientos</i> cuaimiles...</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ser “cuaima” es, en definitiva, una <i>religión</i> a la que le debemos <i>devoción</i> y respeto. Y como toda <i>religión</i>, el ser “cuaima” requiere del cumplimiento de una serie de <i>mandamientos</i> - Si aún no los conoces entonces párale a la sección de hoy porque vamos a enumerar los 10 <i>mandamientos</i> - Bueno “cuaima”s <i>religiosas</i>, atención que en el próximo corte avanzamos con otros 3 <i>mandamientos</i> que nos guiarán por el camino de la excelencia en pareja...
-----------	---

Cuadro 34. Dominios de origen de léxico utilizados – Tiempo de cuaimas

Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valoraciones	Intelectuales	Ingenuas (1), estúpidas (1)
	Estéticas	Bonitas (2), bellas (2)
	Personalidad	Románticas (1), exigentes (1), mala (1)
	Proceder	Decentemente (1), digna (1)
	Magnitud	Terrible (1), imposible (1)
	Calidad	Excelencia (1), mejor (6), rico (2), estabilidad (1)

	Desprecio	Coletos (1), pegoste (1)
Social	Género	Hombre (1), tipo (6), príncipe (1)
	Relaciones	Pareja (3), relación (3), confianza (1), novio (8), amigas (1), panas (1), compartir (1)
	Desempeño	Actuación (5), superar (1), dificultades (1), ganas (1), actuar (2), actores (1), actitud (1), postura (1), solucionar (1), desempeño (1), cumplimiento (1), insírbete (1) forma de ser (2), mantenerlas (1), demostraciones (1)
	Necesidad	Requiere (1)
	Conocimiento	Conoces (1)
	Defensa	Peleas (2), protección (1)
	Comunicación	Comunicación (3), diálogo (1), consenso (1), escenario (2)
	Aceptación	Aceptas (1)

	Objetos	Ropita (1)
	Tiempo	Casual (1)
Natural	Movimiento	Inercia (1)
	Animal	“cuaima” (7), culebra (1), chinche (1)
	Anatomía	Corazón (2), cabeza (2), cerebro (1)
	Salud	Enfermedades (1), contagiarte (1)
Científico	Psicología	Autoestima (1), loco (1)
Religioso	Religión	Mandamientos (8), religión (2), religiosas (1), devoción (1)

Cuadro 35. Levantamiento de campos léxicos – Tiempo de “cuaima”s

4.8.8 Canción “La cuaima”

Esta canción del género folclor, compuesta e interpretada por Yaneth Plasencia, quien es originaria de San Antonio de los Altos, fue sacada a la luz por primera vez en el año 2007.

Intérprete: Yaneth Plasencia

Es un orgullo ser mujer
Fue la mujer sacada de una costilla
Y como una maravilla el hombre dio a conocer
Eva, Eva se llamaría un día
Y hoy “cuaima” por ser mujer
Por ser mujer
Soy “cuaima” ¿Por qué negarlo?
Tengo la esencia en mi ser
Y es que me corre en las venas
De mi madre lo heredé
Y fue después que crecí que lo desarrollé
Para quitarles la duda
Que muchos quieren saber
“cuaima” no fue que nació
Fue que me cuamaticé
Por los golpes que he llevado que me han hecho endurecer
Ahora soy una serpiente
Ágil, venenosa y cruel
Duermo con un ojo abierto
Igual que la macaurel
Estoy lista y al acecho
Y hasta me cambia la piel
Pero también hay momentos que soy un panal de miel
Si golpea el avispero vaya empezando a correr

Si no lo mata el veneno, la picada podría ser
Pa' tras ni para voltear, no pienso retroceder
"cuaima" digan que soy, que eso no me va a ofender
Porque en esto de ser "cuaima" ya yo me especialicé
Si ser "cuaima" es un castigo que en la Tierra me gané
"cuaima", sigo siendo "cuaima"
Y "cuaima" me moriré
Ten cuidado con la "cuaima"
Lo comentan por doquier
Y en toda Colombia me llaman la Tatacoa o la Anabel
Llámenme como prefieran de Argentina hasta Israel
Total, yo soy la misma
Metida en sólo ser
Hizo Dios a la mujer
Divino ser, compañera del varón
Y desde la creación ya se iba dejando ver
Que cada "cuaima" ha su lado
Un bichito ha de tener
Su bichito ha de tener
Yo por cierto tengo uno y estoy pendiente de él
Aunque así pasen los años
Nadie sabe quién es quién
Él me dice que una "cuaima" no es lo que quiere tener
Y si siembra tempestades
¿Qué pretende él recoger?
También para mi vecina
Un consejo le daré que sí definiendo
Haga la prueba y va a ver
Yo que usted pensaría si me quiere conocer
Soy un verano en invierno
Amarga como la hiel

Inteligencia y astucia he logrado mantener
Lo que usted sólo en momentos
Se ha propuesto romper
Le quedarán pocas ganas de desafiarme otra vez
Pues cada paso que doy, lo he pensado muy bien
Y “cuaima” que se respeta debe asumir su papel
Unos me dicen la fiera otros me llaman Yaneth
No me llamen por mi nombre
Ahora díganme Anabel
Porque soy una anaconda cruzá’ con cascabel
“cuaima” desde mis entrañas
“cuaima” por mi proceder
Pa’ las “cuaima”s mi mensaje
No se dejen someter
Es efectivo el antídoto que en sus manos dejaré
Y si quieren más consejos escribanme a mi Hotmail “cuaima”@.com
Y con gusto les atenderé
Solicítenme en las radios y también se los contaré
Ustedes cuenten conmigo
Mi apoyo les brindaré
Por ser la “cuaima” mayor
Yo nunca las defraudaré
Pues con mucho sacrificio la fama me la gané
Y si después de la muerte volviera a nacé’ otra vez
Como morí siendo “cuaima”, “cuaima” resucitaré
¡Siempre!

4.6.8.1 Proceso de análisis lexical

Dominio	Texto
Valoraciones	<ul style="list-style-type: none"> - Es un <i>orgullo</i> ser mujer - Por los golpes que he llevado que me han hecho <i>endurecer</i>. - <i>Ágil, venenosa y cruel</i>. - Pero también hay momentos que soy un <i>panal de miel</i> - Y como una <i>maravilla</i> el hombre dio a conocer. - Que cada “cuaima” ha su lado, un <i>bichito</i> ha de tener. - <i>Amarga</i> como la hiel. - Pues cada paso que doy, lo he pensado <i>muy bien</i>. - Es <i>efectivo</i> el antídoto que en sus manos dejaré. - Por ser la “cuaima” <i>mayor</i>. - <i>Inteligencia y astucia</i> he logrado mantener.
Social	<ul style="list-style-type: none"> - Y como una <i>maravilla</i> el <i>hombre</i> dio a conocer. - Soy “cuaima” ¿Por qué <i>negarlo</i>? Tengo la <i>esencia</i> en mi ser. - Por los <i>golpes</i> que he llevado que me han hecho <i>endurecer</i>. - Estoy <i>lista</i> y al <i>acecho</i>, y hasta me cambia la piel. - “cuaima” digan que soy, que eso no me va a <i>ofender</i>. - Porque en esto de ser “cuaima” ya yo me <i>especialicé</i>. - Si ser “cuaima” es un <i>castigo</i> que en la Tierra me <i>gané</i>. - Ten <i>cuidado</i> con la “cuaima”. - Hizo Dios a la <i>mujer</i>, divino ser, <i>compañera</i> del <i>varón</i>. - Le quedarán pocas ganas de <i>desafiarme</i> otra vez. - Pues cada paso que doy, lo he <i>pensado</i> muy bien.

	<ul style="list-style-type: none"> - Y “cuaima” que se respeta debe <i>asumir su papel</i>. - “cuaima” por mi <i>proceder</i>. - Pa’ las “cuaima”s mi <i>mensaje</i>, no se dejen <i>someter</i>. - Y si quieren más <i>consejos</i> escríbanme a mi Hotmail “cuaima”@.com. - Mi <i>apoyo</i> les brindaré. - Yo nunca las <i>defraudaré</i>. - Pues con mucho <i>sacrificio</i> la <i>fama</i> me la gané. - - Y si quieren más consejos escríbanme a mi Hotmail “cuaima”@.com
Natural	<ul style="list-style-type: none"> - Fue la mujer sacada de una <i>costilla</i>. - Y hoy “cuaima” por ser mujer. - Y es que me corre en las <i>venas</i>, de mi madre lo <i>heredé</i>. - Y fue después que <i>crecí</i> que lo <i>desarrollé</i>. - “cuaima” no fue que <i>nací</i>, fue que me <i>cuamaticé</i>. - Ahora soy una <i>serpiente</i>. - Ágil, <i>venenosa</i> y cruel. - Duermo con un <i>ojo</i> abierto, igual que la <i>macaurel</i>. - Estoy lista y al acecho, y hasta me cambia la <i>piel</i>. - Pero también hay momentos que soy un <i>panal de miel</i>. - Si golpea el <i>avispero</i> vaya empezando a correr. - Si no - lo <i>mata</i> el <i>veneno</i>, la <i>picada</i> podría ser. - Si ser “cuaima” es un castigo que en la Tierra me gané. - “cuaima”, sigo siendo “cuaima”, y “cuaima” me <i>moriré</i>. - Y en toda Colombia me llaman la <i>Tatacoa</i> o la Anabel - Que cada “cuaima” ha su lado, un <i>bichito</i> ha de tener. - Y si <i>siembra tempestades</i> ¿Qué pretende él recoger? - Soy un <i>verano</i> en <i>invierno</i>. - Amarga como la <i>hiel</i>.

	<ul style="list-style-type: none"> - Unos me dicen la <i>fiera</i> otros me llaman Yaneth. - Porque soy una <i>anaconda</i> cruzá' con <i>cascabel</i>. - “<i>cuaima</i>” desde mis <i>entrañas</i>. - Es efectivo el <i>antídoto</i> que en sus manos dejaré. - Y si después de la <i>muerte</i> volviera a <i>nacé</i>’ otra vez - Como <i>morí</i> siendo “<i>cuaima</i>”, “<i>cuaima</i>” <i>resucitaré</i>.
Religioso	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Eva</i>, va se llamaría un día. - Hizo Dios a la mujer, divino ser, compañera del varón. <p>Y desde la creación ya se iba dejando ver.</p>

Cuadro36. Dominios de origen de léxico utilizados – Canción “La cuaima”

Dominio	Campo semántico	Léxico asignado
Valoraciones	Intelectual	Ágil (1), astucia (1), inteligencia (1)
	Efectividad	Efectivo (1), maravilla (1), muy bien (1), lista (1)
	Sabores	Amargo (1), panal de miel (1)
	Carácter	Orgullo (1)
	Desprecio	Bichito (2)
	Resistencia	Endurecer (1)
	Agresión	Venenosa (1)
Social	Género	Hombre (1), mujer (5, varón (1)

	Persecución	Acecho (1),
	Castigo	Castigo (1), ofender (1)
	Dominación	Someter (1), sacrificio (1)
	Comunicación	Hotmail (1), mensaje (1), fama (1)
	Relaciones	Compañera (1), apoyo (1)
	Desempeño	Papel (1), especialicé (1), gané (2), asumir (1) No defraudaré (1), cuidado (1)
	Agresión	Golpes (1), desafiarme (1)
	Negación	Negarlo (1)
Natural	Animales	“cuaima” (14), serpiente (1), macaurel (1), bichito (2), fiera (1), anaconda (1), cascabel (1), avispero (1), panal (1)
	Anatomía	Costilla (1), venas (1), entrañas (1), ojo (1), piel (1)
	Medicamentos	Antídoto (1)
	Vegetación	Siembra (1)
	Ciclo vital	Nací (1), crecí (1), moriré, resucitaré (1), nacé’ (1), muerte (1)

	Fluidos	Hiel (1), miel (1)
	Sucesión	Heredé (1)
	Clima	Tempestades (1)
	Crecimiento	Desarrollé (1), “cuaima”ticé (1)
	Defensa	Veneno (1), picada (2)
Religioso	Cristianismo	Eva (2), Dios (1), creación (1), divino (1)

Cuadro 37. Levantamiento de campos léxicos – Canción “La “cuaima””

4.8.9 Análisis léxico-semántico de todas las producciones creativas.

Dominio	Campo Semántico	Léxico Asociado
Valoraciones	Intelectuales	Mejor (2), perfección (1), gran talento (1), cerebrote (1), Buena (1), experta (1), aficionada (1), desarrollado (1), , desarrollado (1), Ingenuas (1), estúpidas (1), Ágil (1), astucia (1), inteligencia (1), lista (1)
	Estéticas	Bonitas (2), bellas (2), atractiva (1),
	Carácter	Genial (2), Ponzoñosa (2), agresivo (1), bicha (1), bruja (1), Venenosa (1), correcto (1), cruel (1), orgullo (1), vividor (1), arrogante (1), románticas (1), exigentes (1), mala (1), acelerada (1), desgraciado (1), celosa (1)
	Magnitud	Inmensa (1), Suficiente (1), Terrible (1), imposible (1)
	Estado físico	Derecho (1), duro (1), quieto (1)
	Calidad	Mejor (6), rico (2), desmejorado (1), excelencia (1), estabilidad (1), bien (1), cómodos (1)
	Velocidad	Rápido (1)
	Condición	Natural (1)
	Dominación	Mano dura (1)
	Desprecio	Bichito (2), desastre (1), Coleto (1), pegoste (1),
	Proceder	Decentemente (1), digna (1)
	Efectividad	Efectivo (1), maravilla (1), muy bien (1),
	Sabores	Amargo (1)
	Resistencia	Endurecer (1)
Social	Género	Mujer (15), Mujeres (4), hombre (4), hombres (3), actitudes femeninas (1), muchacho (1), señorita (1), señor (1), chicas (1), tipo (1), príncipe (1), varón (1)
	Relaciones	Novio (11), pareja (6), Suegra (1), amigos (1), nuestra (1), solito (1), plan (1), parejas (1), infidelidad,

	compañera (1), apoyo (1), relación (3), confianza (1), amigas (1), panas (1), compartir (1), mario' (1)
Lenguaje	Vocablo (1), significado (1), contexto (1)
Locación	País (2), calle (1)
Conocimiento	Conoce (1)
Acción	Errores (1), aciertos (1), convivencias (1), experiencias (1)
Comportamiento	Burlarse (1), apoyo (1), luchar (1)
Desempeño	Actuación (5), superar (1), dificultades (1), ganas (1), actuar (2), actores (1), actitud (1), postura (1), solucionar (1), desempeño (1), cumplimiento (1), insíbete (1) forma de ser (2), mantenerlas (1), demuestras (1), triunfar (1)
Laboral	Asistente (1), trabajo (1), oportunidad (1) oportunidades (1),
Academia	Universidad (3), tesis (2), graduarse(1), examen (1)
Infortunio	Abandonada (1), engañaron (1), mentira (1), burlarse (1)
Leyes	Estafador (1), robé (1), prohibido (1)
Temporalidad	Futuro (1), destino (1)
Reprimenda	Avisando (1), recoger (1), sin consultar (1)
Filiación	Mamá (1), madre (2), padre (1), tío (1), hijo, hijito (1)
Dominación	Dueña (1), someter (1), sacrificio (1), castigo (1), control (1)
Comunicación	Correo (1), Facebook (1), Twitter (1), Comunicación (3), diálogo (1), consenso (1), escenario (2), Hotmail (1), mensaje (1), fama (1)
Investigación	Develar (1), clave (1), espionaje (1), esconderme (1), escondida (1), descifrar (1)
Conocimiento	Conoces (1)
Defensa	Protección (1)
Aceptación	Aceptas (1), admítelo (1)

	Objetos	Ropita (1)
	Persecución	Acecho (1),
	Castigo	Castigo (1), ofender (1)
	Dominación	Someter (1), sacrificio (1)
	Desempeño	Papel (1), especialicé (1), gané (2), asumir (1) No defraudaré (1), cuidado (1), técnica (1)
	Agresión	Golpes (1), desafiarme (1)
	Negación	Negarlo (1)
	Resistencia	Agarre (2), aguantar (1)
Sentimientos	Felicidad	Feliz (1), emoción (1), ilusión (1), ilusiones (1), felicidad (1), grita (1), impresionada (1), Enérgicamente (1)
	Descontento	Decepciones (1), Molesta (1), Indignada (1), molesta (1)
	Tristeza	Llora (6), desconsolada (1), llorando (1), lágrimas (1), descontenta (1)
	Culpa	Perdóname (1)
	Amor	Amor (7), besan (3), amo (1), abrazada (1), enamora (1), apasionadamente (1)
Natural	Anatomía	Corazón (2), cabeza (2), Comisura (1), labios (1), cuerpo (1), humano (1), costilla (1), venas (1), entrañas (1), ojo (1), piel (1), cerebro (1), cerebrote (1)
	Animal	“cuaima” (29), serpiente (6), cascabel (3), bichito (2), viperina (1), escamas (1), raya (1), verrugosa (1), mapanare (1), garras (1), presa (1), culebra (1), chinche (1), zamuros (1), camarón (1), zángano, macaurel (1), fiera (1), anaconda (1), avispero (1), panal (1), molleja (1)
	Ambiente	Naturaleza (1)
	Reproducción	Huevos (2), ovípara (1)
	Vegetales	Cáscara (2), concha (2), piña (2), ananás (1), siembra (1)
	Ciclo de vida	Cadáver (1), muerte (1), Nací (1), crecí (1), moriré, resucitaré (1), nacé’ (1), muerte (1)

	Mente humana	Sueños (1) pesadillas (1)
	Anatomía	Cerebrote (1),
	Estado	Natural (1)
	Sentidos	Olfato (1), olor (1)
	Necesidades	Duerme (1)
	Movimiento	Corriente (1), Inercia (1)
	Salud	Enfermedades (1), contagiarte (1), antídoto (1)
	Fluidos	Hiel (1), miel (1)
	Sucesión	Heredé (1)
	Clima	Tempestades (1)
	Crecimiento	Desarrollé (1), “cuaima”ticé (1)
	Defensa	Veneno (1), picada (2)
	Sentidos	Olfato (1), olor (1)
Científico	Zoología	Lachesis muta muta (2)
	Tecnología	Cajero automático (1)
	Piscología	Autoestima (1), loco (1)
Religioso	Espiritual	Bendición (1), maldición (1)
	Religión	Mandamientos (8), religión (2), religiosas (1), devoción (1)
	Cristianismo	Eva (2), Dios (1), creación (1), divino (1). Cristo (1)
Mágico	Magia	Mágico (1)

Cuadro 38. Levantamiento de campos léxicos – Resultado final de análisis de producciones

4.9 Análisis de resultados

4.9.1 Relación entre el concepto emanado de las entrevistas a personalidades reconocidas, encuestas y producción creativa

Después de haber recabado información referente al concepto “cuaima”, a través de diversas fuentes de distintas naturalezas, es posible consolidar la aproximación planteada al inicio de este trabajo. A lo largo del proceso de investigación, se recurrió tanto a datos contenidos en medios documentales, como a entrevistas a personajes reconocidos por hacer de la creatividad un estilo de vida, a otros ciudadanos comunes, y a expertos de áreas como la psicología, la psiquiatría y el periodismo.

Del proceso investigativo y de análisis tanto de herramientas teóricas, como de las opiniones registradas y las piezas creativas seleccionadas como objeto de estudio, se desprenden análisis inscritos en distintos campos donde la base de los resultados se halla principalmente en el concepto ya concretado sobre qué es una “cuaima”:

La “cuaima” es una mujer con mal carácter, que se caracteriza por ser controladora, jodida, insegura, celosa y maliciosa. Está influenciada por el instinto femenino, las telenovelas, la convivencia en hogares disfuncionales y la baja autoestima, aunque algunas mujeres lo asocian con el ideal de toda feminista. Es parte de la identidad cultural venezolana y es un concepto vigente en la actualidad.

La “cuaima” como actuante representa un papel enmarcado por una serie de exigencias hacia sus interlocutores, para ella es vital que las actitudes que proyecta sean tomadas en serio, tal como sugiere Goffman en su teoría acerca de las relaciones sociales. Asimismo, el autor explica que un rol social abarca la interpretación de uno o más papeles ante audiencias similares o ante una sola audiencia compuesta por el mismo grupo de personas. Ante esto es importante resaltar el hecho de que la “cuaima” tiende a hacer aparición generalmente en las relaciones de pareja, en la mayoría de los casos asociada con la figura femenina. A través de las entrevistas y las encuestas se pudo constatar que para la

mayor parte de la población que formó parte del estudio, la “cuaima” es una mujer, o más bien un instinto femenino, matizado por acciones destinadas a controlar, y hacerlo con malicia y astucia. Es posible considerar que el comportamiento marcado por estos elementos es una herramienta de quien entra en el papel de “cuaima” para generar un efecto específico en ciertas personas, mayormente en sus relaciones amorosas.

Por otra parte, Max Weber explica que la conducta íntima es acción social cuando está regida por acciones de otros sujetos. Esta afirmación puede medirse con algunos resultados de esta investigación, que señalan a la mujer víbora como el producto de infortunios pasados, además de la convivencia en hogares disfuncionales y de las infidelidades sufridas. Otros consideran que es una respuesta al machismo, un modo de las féminas de rebelarse ante los antiguos estándares que regían la dupla hombre – mujer, en la que esta última tendía a resultar menos beneficiada y con escasas posibilidades de independencia. Por esto se puede afirmar que el desempeño de toda “cuaima” no es aislado, sino que se orienta por actuaciones llevadas a cabo por individuos que forman parte del tiempo y el espacio en el que ésta se ubica.

Continuando por la misma línea de investigación de Max Weber y Erving Goffman, es posible comenzar a ahondar en la percepción colectiva de esta fémina con nombre de reptil. Goffman explica que una persona se vale de experiencias pasadas y pensamientos estereotípicos para definir a sujetos con los que no está familiarizado. Un observador se valdrá de estereotipos no probados a la hora de percibir a alguien que interpreta un papel más o menos similar a una fachada que ya ha sido institucionalizada. En este sentido, el término “cuaima” *“define a una mujer de mal carácter, la cual tiene entre sus características ser controladora, jodida y maliciosa”*. Estas últimas son características arrojadas después de realizar un análisis lexical en cada uno de los conceptos asociados a este personaje. De esta forma se puede confirmar que “cuaima” es un estereotipo de persona, con el que se clasifica a mujeres que muestran conductas similares a las descritas anteriormente.

Luego de esta antesala, se procederá a adentrarse con mayor profundidad en todos aquellos atributos y características asociados a la “cuaima”. El patrón de personalidad de esta fémina se ensambló a través de diversas opiniones y valoraciones atribuidas por

venezolanos que hacen vida dentro del país. El aspecto mencionado con más frecuencia está relacionado con el control ejercido por la “cuaima”, puesto que gran parte de la muestra interrogada afirmó que es una persona “controladora” (104) y “dominante” (99). Hay que considerar que ambas palabras son sinónimo, tomando en cuenta que controlar es definido por la Real Academia Española como: “Tener bajo su dominio, dirigir (...) Dominar”. Por otro lado la misma fuente, especifica que “dominar”, significa ejercer la dominación, y en cuanto a “dominante”, se “aplica a la persona que tiene tendencia a mandar y a dirigir la vida de las personas que lo rodean”. Otro atributo sugerido en el aspecto de dominación, es el de “manipuladora”, que fue propuesto por un segmento de los encuestados con un total de cuatro (4) personas. A pesar de su baja denominación de valores asociados a este concepto, es importante recalcar tal atributo debido a que sigue el lineamiento del control, aunque el concepto de manipular que viene dado por el ente máximo del lenguaje español (RAE) conceptúa que es “intervenir con medios hábiles y, a veces, arteros, en la política, en el mercado, en la información, etc. Con distorsión de la verdad o la justicia y al servicio de intereses personales” (Palabra buscada en la vigésima segunda edición de la Real Academia Española), con ello se puede recabar que existe un lineamiento directo entre manipular, controlar y dominar, debido a que sin importar los medios, se trata de imponerse ante el otro, en este caso es la imposición de la mujer como “cuaima” ante el hombre.

En el plano referente a la calidad humana de la “cuaima”, las palabras que más resaltan, son: “mal carácter”, “maliciosa” y “maltratadora”. La primera de las características anteriormente mencionadas, tiñe negativamente la actitud de este personaje, el carácter es el “modo de ser de una persona o pueblo (...) Genio de una persona (Palabra buscada en la vigésima segunda edición de la Real Academia Española). En este aspecto, el término “mal” implica que una “cuaima” tiene una forma de ser condicionada por un aspecto maligno. Lo mismo ocurre con el trato que proporciona a quienes se encuentran a su alrededor, por ser “maltratadora”, lo que sugiere que ejecuta un comportamiento que no está pautado precisamente por la comprensión y la tolerancia. Estos comportamientos parecen estar anteceditos por el hecho de haber sido “traicionada”, lo que desencadena que

la persona se transforme en “obsesiva” y “desconfiada”. Lo último puede traducirse en el hecho de que una traición, entendido como el “delito del que quebranta la fidelidad o la lealtad” (Palabra buscada en la vigésima segunda edición de la Real Academia Española), es lo que lleva a esta mujer a caer en estados obsesivos por la idea de un posible quebranto, y por ende mantener un estado de desconfianza y alerta permanente.

A pesar de que en su mayoría los aspectos resaltados son de carácter peyorativo, es importante destacar que se observaron tres características positivas, aunque contenidas en las encuestas con un menos 30% de los encuestados. Entre ellos se encuentran: “mujer de hoy” (27), “valiente” (16) y “segura de sí misma” (16). Otra situación que importante subrayar es que de las veintisiete (27) y dieciséis (16) elecciones que apoyan los planteamientos positivos, la mayoría fueron emitidos por mujeres, mientras que los valores negativos recibieron la confirmación de más hombres votantes.

Una vez expuestos los atributos recabados, es importante adentrarse en las situaciones relacionadas con el desarrollo de una personalidad de “cuaima”. En la mayor parte de los casos se afirmó que es un “instinto femenino”, entendiendo instinto como el “impulso indeliberado que mueve la voluntad de una persona”. A su vez, parece que el eje de tal instinto es la “identificación con las telenovelas”, situación que obtuvo el 47% de apoyo entre los encuestados. Esta aseveración confirma lo planteado por el humorista venezolano Iván Aristiguieta: *“Para mí la telenovela es lo que entrena a la mujer venezolana a ser “cuaima”*. Pero al sumergirse en los acontecimientos relacionados con el objeto de estudio, pareciera que son varios los motores que impulsan la “cuaimatización”, pues al analizar las características atribuidas se hallaron rasgos asociados a la desconfianza. Es aquí donde surgen referencias a la “baja autoestima”, los “hogares disfuncionales” y una “respuesta al estrés”, resultados contenidos en el ámbito psicológico. Es importante introducirse en el plano de las exigencias que enfrenta el género femenino en el presente, punto en el que coinciden la psicoanalista y feminista Gioconda Espina y la psicóloga clínica Patricia Valderrama, quienes explican que la mujer se encuentra sumergida en una multiplicidad de roles. Una dama ya no es sólo una madre y una esposa, y aunque en algunos casos sigue siéndolo por elección propia, también se desenvuelve en

otros escenarios de corte académico, laboral, entre otros. Adicionalmente, es importante puntualizar que más allá de verse en la necesidad de balancear todos los papeles que interpreta, también enfrenta la exigencia de éxito que se le adjudica. En algunos casos, la venezolana lidia con un constante proceso de superación ante ciertas ausencias de figuras básicas en el hogar, tal como refiere el escritor Eloi Yagüe, quien indica que estamos en una sociedad “*donde los padres brillan por su ausencia y las madres generalmente tienen que “echar palante” con los hijos*” (Yagüe, 2011). En cuanto a la conducta de una “cuaima” como respuesta ante experiencias previas, sale a relucir el término traición, situación que fue sugerida en las encuestas. Resalta la palabra “infidelidad”, tema que uno de los encuestados aborda como “un asunto de predisposición a la infidelidad masculina, después de todo, los hombres somos los culpables de que existan las “cuaimas””.

El punto de partida para contrastar los resultados basados en las entrevistas y encuestas con las producciones creativas encontradas, es que las definiciones y las piezas coinciden al estar ensambladas por palabras que designan en su mayoría valoraciones, categorías sociales y una asociación directa con la naturaleza. Si bien existen otras categorías en las que puedan encasillarse los términos empleados en el discurso, se trata en repetidas ocasiones de campos semánticos aislados y sin carácter repetitivo.

En cuanto al dominio valorativo, es evidente que los campos más amplios y con mayor cantidad de marcadores asociados, son los que designan características intelectuales y de carácter o personalidad. El uso de palabras destinadas a calificar el carácter del objeto de estudio, que es en el primero de los casos (las entrevistas), la “cuaima”, y en el segundo (muestras), la mujer, son mayormente referencias a la malicia, específicamente la definen como un sujeto cruel, venenoso y malo. En este aspecto tanto la “cuaima” como la fémica, a modo de individuo aislado y libre de etiquetas, reciben una connotación negativa. Sin embargo en el campo referente al intelecto, mujer y víbora salen favorecidas al ser reconocidas por su agilidad, astucia e inteligencia.

Al referir el dominio social, es posible dar con las raíces del patrón de personalidad referido por las valoraciones. La “cuaima” y la mujer en sí, coinciden en haber vivido

infortunios, y en consecuencia emplear mecanismos de defensa y posteriormente llevar a cabo acciones destinadas a dominar a ciertas personas. Esta fémica con nombre de víbora, ha sido engañada e infortunada, así que para aplicar estrategias defensivas, decide imponerse y someter a las amenazas potenciales. El género está envuelto en este dominio, el término más repetido es *mujer*, y otros sinónimos que designan al sexo femenino. En cuanto a este aspecto, cabe destacar que la relación con el hombre se evidencia con la repetida aparición de éste a lo largo del discurso, específicamente como pareja.

En el dominio natural, las coincidencias en los campos semánticos están enfocadas en la relación de la mujer con la serpiente, y el peligro que esta representa debido a su veneno. Las palabras: “cuaima”, serpiente, culebra y cascabel, son las más frecuentes en este nivel. Otro aspecto contemplado en la naturaleza del objeto de estudio, es lo referente al ciclo vital, el término *nacer*, *nacimiento*, *nací*, vinculan a la encarnación de la mujer que es en parte víbora, a un estado natural, una característica congénita que se desarrolla cuando la persona se “*cuaimatiza*”. Este último término bastante frecuente en el discurso empleado tanto en las piezas como en las entrevistas. Continuando en lo referente a la naturaleza femenina y el nacimiento, la palabra *heredar*, aparece en escena en los corpus sometidos al análisis. Esto sugiere que ser “cuaima” es algo perteneciente a la esencia femenina, y que además es hereditario.

Para enumerar lo encontrado en el concepto construido y las producciones creativas, uno los puntos especificados en cuanto a las características que rigen a una “cuaima”, se hallan similitudes en cuanto al valor de “celosa”, específicamente en el comercial de Motos Empire, el cual cierra su comercial con una voz en off que decreta “Las motos Empire aguantan todo, menos la venganza de una mujer *celosa*”. De esa misma forma en el comercial de Doritos, hay una aseveración que se hace sobre la mujer, cuando esta publicidad declara “no seas “cuaima” tan rápido, consigue una segunda cita”, lo que se puede inferir como el hecho de que si una mujer es “controladora, jodida, insegura, celosa y maliciosa” en esa primera cita, no tendrá más oportunidades. A esto hay que agregar el hecho de que aunque la mujer en este comercial es directamente relacionada con la “cuaima”, no hay una aseveración, como bien lo hace Motos Empire, con la “mujer celosa”.

Otro caso similar es el programa radial de Vanessa y Noliyú, en el que se nombra a la mujer expresamente como “cuaima”, dicho de otra forma se asumen que toda “cuaima” pertenece al género femenino.

Otra de las valoraciones presentes es la de “controladora”, encontrada en la campaña interactiva “La vida puede ser más dulce”, hecha para Cadbury Adams, específicamente para el producto Halls Creamy. El Monstruo de los Celos, personaje tomado como objeto de estudio, expresa en uno de sus estados de Facebook: “Ser “cuaima” no es suficiente... ¡Hay que ser sus dueñas!”. Esta declaración refleja claramente un hecho signado por la dominación, pues ya no sólo hay que controlar, sino someter, y además hacerlo con eficacia. Otro hecho que se repite con bastante frecuencia que es lo análogo a que la “cuaimatización” es un “instinto femenino” y el “ideal de toda feminista”. Ante esto la autora Arly Leotaud, la cantautora Yaneth Plasencia, el comercial de Doritos y las locutoras de la 92.9 FM con su programa “Tiempo de cuaimas”, asumen la naturaleza de la mujer como “cuaima”, y en algunos de los casos se muestran orgullosas de serlo.

Hasta ahora es posible extraer de los análisis la idea de que sí, la “cuaima” es una mujer, es venezolana, que es dominante, y le gusta sentirse segura de lo que tiene, aunque a veces aplique estrategias un poco extremas, que la dibujan como un sujeto malicioso y dominante. De esa misma forma lo evidencian varias piezas creativas, aunque en algunas se recalque el hecho de que es una transformación del ideal feminista, pero con toda seguridad es una cuestión de naturaleza, bien los afirman los entrevistados y algunas de las piezas encontradas, especialmente la canción de “La “cuaima””.

4.9.1.1 Cuadro de relaciones léxico – semánticas relacionadas: Cuadro 16 y Cuadro 38

Dominio	Campo semántico	Léxico asociado
Valoraciones	Intelectuales	Ágil, astucia, lista.
	Carácter	Venenosa, cruel, mala/mal carácter
Social	Género	Mujer, mujeres, hombre, hombres, femenina.
	Relaciones	Pareja

	Infortunio	Engañaron/Infidelidad
	Filiación	Madre
	Defensa	Protección/Proteger
	Dominación	Someter, sacrificio
Natural	Animal	“cuaima”, serpiente, cascabel, culebra
	Ciclo de vida	Nací/nacimiento/nacer
	Estado	Natural

Cuadro 38. Tabla de dominios y léxicos más usados en los guiones analizados

Capítulo 5. Conclusiones y recomendaciones

Una vez aplicadas las técnicas de análisis del discurso, específicamente el modelo de selección lexical, propuesto por Lourdes Molero y Julián Cabeza, en una diversidad de corpus seleccionados que varían desde conceptos encontrados, entrevistas y guiones de piezas creativas relacionadas con el objeto de estudio, es posible dar inicio a la formulación de las conclusiones. Para esto es importante retornar a las raíces de esta investigación, por lo que se hace referencia a la pregunta planteada en el primer capítulo, ¿Cómo se concibe a la “cuaima” en la sociedad venezolana del Siglo XXI? Y ¿Contiene este concepto la suficiente fuerza para ser considerado rol social y verse reflejado en la producción creativa nacional? En primer lugar, es importante resaltar que después de recurrir a las bases teóricas relativas a la historia del género femenino y los diferentes papeles que ha interpretado durante los siglos XX y XXI, y haberse adentrado en el plano de la sociología y la lingüística, se adquirió un sustento sólido para comenzar a interpretar el concepto “cuaima”.

Partiendo del marco histórico, es posible concebir que la percepción de la mujer ha sido condicionada por siglos según los roles que interpreta. Durante largos períodos de tiempo, su imagen y actuación se ha visto definida por su naturaleza reproductiva, lo que se ha justificado con la idea del instinto, o quizás obligación, maternal que la destina a mantener la existencia de la especie. Una vez asumida como madre, la hembra ha visto cómo las responsabilidades del entorno familiar recaen sobre sus hombros; sin embargo, pareciera que las decisiones relacionadas a éste no eran tanto de su incumbencia. Una vez derribadas las exigencias asociadas a la vida conyugal y a la maternidad, surgen nuevas formas de percibir a la mujer, quien no ha dejado de lado su “naturaleza femenina”; no obstante, en la actualidad es este el género que en la mayoría de los casos pareciera interpretar más roles en la sociedad. Por éstas y por otras razones de órdenes distintos, la relación dama – caballero se ve afectada, cambiando los modos de interacción, percepción y disquisición de papeles.

Para interpretar cómo se configura a la mujer venezolana en el Siglo XXI es necesario adentrarse en los resultados arrojados por la selección lexical utilizada para analizar el discurso empleado en las piezas seleccionadas. Como resultado global destaca el hecho de que la mayoría de las unidades léxicas encontradas están inscritas en los dominios sociales, de valoración y asociación con elementos pertenecientes a la naturaleza, específicamente al reino animal. Entonces la “cuaima” se configura como una dama que tiene características de víbora, es decir que probablemente sea lo suficientemente astuta como para manipular, tal como lo hizo la serpiente con Eva. No obstante, esta asociación con el reptil la matiza de malicia: después de todo, lograr la expulsión de la raza humana del Edén, o contar con afilados colmillos que dispensan un veneno que puede llegar a ser letal, son motivos suficientes para atemorizar hasta al hombre más valiente. A nivel social se ve claramente que se trata de una mujer, pero no aislada, sino que una que activa sus poderes ofídicos cuando se relaciona con el género masculino, específicamente en el plano amoroso. El hombre que se encuentra con una “cuaima” corre el riesgo de ser dominado y sometido, a fin de evitar que incurra en hechos de infidelidad, aunque la efectividad de los métodos de la “cuaima” aún no haya sido probada. Otro tema que se vio reflejado es lo referente a la pregunta: ¿La “cuaima” nace o se hace? Los términos recurrentes en el discurso parecen indicar que se nace con la predisposición, pero se desarrolla a lo largo de los años después de infortunios y engaños. La serpiente pica cuando se siente amenazada, aunque en la mayoría de los casos realmente no se encuentre en peligro, su estrategia siempre será eliminar a los potenciales enemigos, situación con la que se identifica a muchas mujeres.

En la sociedad venezolana del Siglo XXI, se ha instalado en el imaginario popular un personaje con nombre de reptil, que es una suerte de patrón de personalidad que sirve para definir a cierto tipo de fémina, tal como refiere Erving Goffman acerca de los estereotipos no probados, que son utilizados para designar a sujetos con cualidades más o menos similares a algo que ya se conoce. Es de este modo que el venezolano común ha empezado a asignar este término a todas aquellas mujeres que parecen tener un carácter similar al de la víbora “cuaima”. En la recolección de datos para la búsqueda de este concepto, se halló una serie de atributos que lo configuran como alguien perteneciente al

género femenino, al menos la mayor parte del tiempo, que además posee mal carácter, es maliciosa, controladora y dominante, todo esto como respuesta a una condición de inseguridad con respecto a sus relaciones y la convivencia en hogares disfuncionales. En ciertos casos se ve como algo instintivo y hereditario, o como un ideal feminista, como la materialización de la ruptura de la relación de dependencia con el género masculino. Es importante puntualizar que en Venezuela son comunes los hogares donde el padre está ausente, tal como afirmaron las psicólogas Gioconda Espina y Patricia Valderrama, y el escritor y periodista Eloi Yagüe, por lo que es posible que la venezolana esté enfrentando decepciones con la figura masculina desde temprana edad. De esta forma, se responde de modo afirmativo a la primera pregunta de esta investigación, debido que el concepto de “cuaima” sí es concebido en el presente siglo, confirmado así por las personas entrevistadas y encuestadas.

Continuando en el desarrollo de las respuestas a los problemas planteados en las primeras páginas de este texto, ahora se profundizará en la magnitud del impacto que tiene este concepto en la sociedad venezolana, para determinar si ciertamente comprende un rol social. Cuando se habla de una “cuaima”, por lo general se desencadenan reacciones, tanto en hombres, como mujeres, positivas y negativas, de rechazo y admiración. Hay que tomar en cuenta que es un término con el que muchas mujeres se sienten identificadas, a tal punto que se inspiran en dicha condición para crear piezas que llevan su firma personal. En este sentido se puede traer a colación a Yaneth Plasencia cantautora de “La cuaima”, Arly Leotaud, autora del libro Yo sí soy “cuaima” ¿Y qué? Y Vanessa y Noliyú del programa radial Tiempo de cuaimas. Asimismo, un ejemplo clave es el Monstruo de los Celos, personaje de la campaña interactiva de Halls Creamy, el único de los siete monstruos en ganar popularidad y recibir tanto *feedback* por parte de sus seguidores, mayormente mujeres, quienes expresaban su apoyo a las intenciones que este mutante tenía de abarcar y controlar todas las áreas de la vida de su pareja. Los personajes analizados, desde la Señorita Celos (nombre de usuario en su cuenta de Twitter), hasta la cantautora Yaneth Plasencia, que se hace llamar orgullosamente como “La cuaima”, y la maracucha celosa que arremete en contra del vehículo de su esposo, muestran que son mujeres de armas tomar, y que precisamente emprenden acciones para lograr reacciones, o quizás la

sumisión, de su audiencia, en este caso novios y esposos. Al ser la “cuaima” un sujeto reconocido, como una mujer que respira y camina por las calles, oficinas, casas, apartamentos, centros comerciales, y demás lugares donde el venezolano actual lleva a cabo sus actividades diarias, es posible asumir que sí es un rol social. Esta última condición se justifica en el hecho de que la serpiente con cuerpo femenino es un personaje que sirve de punto de referencia, para algunos designar a alguien, para otros como objeto de identificación. Lo que sí está claro es que la “cuaima” es una persona con la que todo venezolano ha interactuado en algún momento de su vida.

Es de hecho tan popular esta culebra, que ha logrado ser motivo de inspiración para escritores, músicos y creativos publicitarios, que han dibujado en diversas ocasiones a sus personajes femeninos con los rasgos que destacan de nuestro objeto de estudio. En este caso es notable que las piezas seleccionadas tengan un destino bastante comercial, lo que supone que el discurso se desarrolló tomando en cuenta el idioma que habla el espectador promedio. Las producciones, además, no están dirigidas a un sólo segmento del público, sino a distintos tipos de audiencia. En el caso de Doritos se habla directamente a la mujer joven, sin embargo si se observan los demás comerciales pertenecientes a la misma compañía, se encuentra que algunos se dirigen también al público masculino, lo que indica que se buscó abarcar a ambos géneros. En cuanto a Polar Ice, el tratamiento es bastante peculiar, pues en este caso es la mujer quien llega de la calle y el hombre quien no quiere escuchar reprimendas, quizá unas décadas atrás ella no estaría llegando de noche exigiendo atención. Evidentemente el comercial de Polar fue pensado para una audiencia cargada de testosterona. La publicidad realizada para Empire es expresamente para varones, en ella se destaca la calidad de la moto, que es bastante resistente, aunque su fortaleza no supera a la de la “cuaima”. El resto de las muestras seleccionadas, que se mencionaron en el párrafo anterior, son hechas por mujeres y para mujeres, que encienden la radio cada mañana y se identifican con una programación elaborada en su lenguaje, o que prenden el televisor después de una jornada habitual para ver en la pantalla a alguien que igual que ellas ha sufrido infortunios y ahora hace lo posible para evitar ser burlada nuevamente. Después de esta antesala es posible afirmar que sí, la “cuaima” tiene la fuerza suficiente como para verse reflejada en la producción creativa nacional, y el hecho de estar ésta destinada al

comercio, da mucha más fuerza a esta afirmación, ya que se habla de productos de consumo masivo, cuyo objetivo de venta no es un segmento exclusivo. Esto último puede ser probado por el hecho de que en el caso de la publicidad, se ve que las campañas están asociadas a productos bastante populares como cerveza, golosinas y motos, siendo ese último un medio de transporte bastante común y accesible en el plano económico.

Uno de los puntos de auge para afirmar que esta “cuaima” es fuente de inspiración creativa en las producciones nacionales, se da debido a que la selección de materiales referentes al objeto de estudio es bastante amplia ya que son múltiples las producciones existentes que han sido creadas en el Siglo XXI, y que además trabajan con el concepto de mujer como “cuaima”. Sin embargo, está el caso del programa radial de “Tiempo de cuaimas” que, aunque salió al aire en 1997 como segmento del programa “Cables Jalados” de la 92.9 FM, se consolidó como programa a partir del 2000, y logra un horario de lunes a viernes, a primera hora de la mañana. Además de ello, durante su entrevista, Vanessa Archila, una de las locutoras de este programa, confirmó la idea de que es en este Siglo que tal concepto empezó a ser aceptado y usado. Otro de los puntos que deben considerarse para afirmar la aceptación de esta “cuaima” como rol social, es que la mayoría de las producciones encontradas y seleccionadas para la investigación tienen fecha que data de los últimos cinco (5) años del presente siglo. Esto último indica una fuerte incidencia de este nuevo rol de la mujer, asumido culturalmente en la sociedad. De esta forma, se asevera lo que fue plasmado en el marco teórico con los expertos Barthes, Csikszentmihalyi, Sternberg y Strauss, quienes convergen en la idea de que todo proceso creativo tiene su base en la cultura. De ese modo, es Strauss quien establece una analogía entre cultura, creatividad y sistemas de costumbres, debido a que cada país tiene un estilo particular y las tradiciones son parte influyente para las ideas despertadas en el proceso creativo. Con ello, se reafirma que esta mujer metida en el cuerpo de una serpiente ha sido fuente de inspiración para varios autores que conviven en este espacio cultural llamado Venezuela.

Entonces finalmente puede concluirse que la “cuaima” es un concepto vigente de la Venezuela del Siglo XXI, que ciertamente representa un rol social, reconocido por diferentes actores de la sociedad. Además este personaje tiene la suficiente fuerza como

para verse reflejado en la producción creativa de este momento histórico. Si bien las personas difieren al definirlo, no hay individuo que no pueda hacer alguna consideración con respecto a su existencia y desempeño. De este modo es posible asumir que las respuestas a los planteamientos plasmados al inicio de este trabajo tienen un carácter afirmativo.

Una vez confirmado el hecho de que esta “cuaima” es un concepto que se maneja en este siglo y que además ha tenido su respectivo efecto en las producciones creativas, es importante dejar algunas recomendaciones para otras personas que deseen continuar con este lineamiento de investigación. En primer lugar las investigadoras pueden aseverar que la recabación de los puntos teóricos se rigió por una extensa investigación, y la búsqueda de ciertos autores no se hizo tan simple, entre los de mayor dificultad se encuentra Teun van Dijk, quien fue mencionado en varios puntos como referencia. Sus libros no se hallaron en ninguna de las bibliotecas universitarias del área metropolitana, ni en la Biblioteca Nacional. En cuanto a la búsqueda en la Web 2.0, se dio con algunos de sus libros en formato digital; sin embargo estaban incompletos. En cuanto a otros aspectos referentes al marco teórico, la información referida a la mujer en la historia es bastante amplia, debido a que en Venezuela, especialmente por su incursión en las filas de trabajo desde los años cincuenta, aspecto que hasta cierto punto facilitó una de las bases de este tema por la extensa información conseguida. Una vez entendida la mujer como “cuaima”, al adentrar la investigación en campos sociológicos los investigadores Erving Goffman y Max Weber fueron una selección bastante adecuada y comprensible, debido a la vasta aceptación y trascendencia que ambos han tenido en la historia, lo que hizo sencillo la búsqueda de las informaciones, tanto en bibliotecas como en la Web. Ambos autores sirvieron para comprender las acciones sociales y los roles sociales dentro de la sociedad. Del mismo modo ocurrió con las teorías relacionadas a la creatividad y producción creativa, donde múltiples los autores que afirman la relación de entorno - creatividad. Junto a esto, la selección de las teorías de Adriana Bolívar, Lourdes Molero y Julián Cabeza, se consideraron suficientemente acertadas, debido a que lo referente al Análisis del discurso tienen un amplio camino de aceptación y corroboraciones de diversos investigadores, además del amplio avance y alcance que ha llegado a tener. Lo que fue, sin lugar a dudas,

el proceso que acercó a las autoras de esta tesis a observar todas aquellas consideraciones populares, fue la selección lexical, un proceso extenso, pero que una vez entendido, fue de gran utilidad para establecer una delimitación de los léxicos y dominios más usados en la denominación de esta “cuaima”.

Al hacer a un lado la recopilación teórica y metodológica, las que aquí escriben pueden asegurar que uno de los procesos que más dificultó la realización de este trabajo de grado, surgió a partir de las opiniones encontradas con respecto al tema. En algunos casos el objeto de estudio fue considerado inútil, debido a la incomprensión de la importancia de este personaje. Sin embargo otras personas asumieron que este nuevo rol social de la mujer como “cuaima” puede marcar un antes y un después en cómo se ve la misma fémina y en cómo es vista por sus actantes. De esta forma, desde la perspectiva de las manos que construyeron la labor investigativa aquí plasmada, se asume a esta mujer en su actuación de víbora como un concepto cargado de importancia, debido a que encarna una nueva posición de ésta ante los hombres, quizás insegura, quizás manipuladora, pero imponente al fin.

Referencias Bibliográficas

ÁLVAREZ, Isabel (1999). Los orígenes y la celebración del Día Internacional de la Mujer, 190 – 1945. KRK – Ediciones.

BARTHES, Roland. (1990) *La aventura semiológica*. Barcelona-España: Ediciones Paidós, 1990.

BEL BRAVO. (1998) María Antonia. *La mujer en la historia*. Madrid. Ediciones Encuentro. P. 25-30

BENHABIB, Seyla y Cornell, Drucilla. (2007) *Teoría feminista y teoría crítica*. Valencia. Alfons el Magnánimin.

BENVENISTE, Émile (1977). *Problemas de lingüística general*. Argentina. Siglo veintiuno editores.

BOLÍVAR, Adriana (2007) *Análisis del discurso: ¿Por qué y para qué?* Caracas-Venezuela. Libros de El Nacional. 2007

CSÍKSZENTMIHÁLYI, Mihály. (2007) *Creatividad publicitaria eficaz*. Madrid – España. Esic Editorial.

CONDE, M. Rosa; Ruiz, José. (2005) *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. España .Mc Graw Hill.

Diccionario de la Real Academia Española (RAE), Vigésima segunda Edición (2011).. Extracciones desde 5 de febrero a 20 de abril de 2011 desde <http://www.rae.es/rae.html>).

DUBY, Georges y Perrot, Michelle. (1992) *Historia de las mujeres* Editorial Taurus. España. Tomo 5. Página 12 – 20

ECHEVERRÍA, Rafael (2007) *Ontología del lenguaje*. España. Ediciones Dolmen. P. 50 - 51

ESTRAIMA, José Luis. (2003) *Fundamentos sociales del comportamiento humano*, Barcelona: UOC, 2003.

GOFFMAN, Erving (1994). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Argentina. Editorial Amorvartu.

LORÁN, R.; H. López Morales. (1983) *Disponibilidad Léxica*. Madrid. Ediciones MS.

LÓPEZ, Rafael (1993) *Parentesco, etnia y clase social en la sociedad venezolana*. Universidad Central de Venezuela. Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico.

LOZANO, Jorge; Marín, Cristina; Abreu, Gonzalo. (2004). *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de interacción social*. Madrid. Editorial Cátedra. P. 17, 18, 19,20.

MARTÍ, José. (1959) *La Edad de Oro*. Editorial Cultural S.A, La Habana.

MARTÍN, Aurelia. (2006) *Antropología del género: culturas, mitos y estereotipos sexuales*. Madrid .Ediciones Cátedra. P. 54, 55,56

MOLERO, Lourdes. (1985). *Lingüística y Discurso*. Maracaibo: Universidad del Zulia.

MOLERO, Lourdes y Julián Cabeza. (2007) El enfoque semántico-pragmático en el análisis del discurso: teoría, método y práctica. En Bolívar, Adriana (Ed.), *Análisis del discurso: ¿por qué y para qué?* Caracas: El Nacional.

McLUHAN, Marshall. (1996) *Comprender los medios de comunicación : las extensiones del ser humano*. Barcelona – España: Ediciones Paidós.

- NUBIOLA, Jaime (2004). *Las mujeres y la mujer*. España. Universidad de Navarra.
- PÁEZ, Laura (2001) *La teoría sociológica de Max Weber*. México. Editorial Universidad Autónoma. P. 238, 239, 240, 250
- PÉREZ, Iván (2005). *Lenguaje y compilaciones*. Caracas. Universidad Católica Andrés Bello.
- PERNOUD, Régine. *Revista Humanitas*. Número 6,.Chile, Enero-Marzo 1997
- POTTIER, Bernard. (1976) *Lingüística General. Teoría Y Descripción*. España. Editorial Narcea
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (2005) *Manual de la investigación - UPEL*. Caracas: UPEL.
- VAN DIJK, Teun (1996) *Discurso, Racismo e Ideología*. La Laguna (España): RCEI Ediciones.
- VAN DIJK, Teun (1990). *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Editorial Paidós comunicación.
- VALDÉS, María Cristina (2004) *La traducción publicitaria: comunicación y cultura*. España: Universitat de València.
- VILDA, Carmelo de Juan. (1999) *Proceso de Cultura en Venezuela* . Ediciones UCAB. P. 200 - 223
- SERRA Raventós, Miquel; Solé Planas, Maria Rosa; Serrat Sellabona, Elisabet, (2000) *La adquisición del lenguaje*. España. Editorial Ariel, S.A.

STRAUSS, Lévi. (1974) *Antropología estructural*. Paidós Básica. París

STRAUSS, Lévi (1999) *Raza y cultura: Raza e historia*. Madrid – España. Ediciones Altaya, 1999.

TROCONIS, Ermila (1998). *Gobernadoras, cimarronas, conspiradoras y barraganas*. Caracas. Alfaldi Ediciones.

WILLIAMS, Raymond (1982) *Sociología de la comunicación y del arte*. Paidós Comunicación.

Índice de cuadros, gráficos y figuras

FIGURA 1. REPRESENTACIÓN DE LAS DIMENSIONES DE RELACIÓN SIGNIFICANTE – SIGNIFICADO.....	25
CUADROS EN MARCO METODOLÓGICO	
CUADRO 1.MATRIZ PARA IDENTIFICAR DOMINIOS DE ORIGEN DEL LÉXICO UTILIZADO	50
CUADRO 2.MATRIZ PARA EL LEVANTAMIENTO DE LOS CAMPOS LÉXICOS..	50
CUADROS EN RESULTADOS	
CUADRO 1. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – BOBBY COMEDIA	58
CUADRO 2. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – BERENICE GÓMEZ	59
CUADRO 3. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – ERENDINA GÓMEZ	59
CUADRO 4. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – CARLOS SICILIA	60
CUADRO 5. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – EMILIO LOVERA	60
CUADRO 6. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – IVÁN ARISTIGUIETA.....	61
CUADRO 7. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – VANESSA ARCHILA	<i>6;Error! Marcador no definido.</i>
CUADRO 8. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – ARLY LEOTAUD	62
CUADRO 9. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – PATRICIA VALDERRAMA.....	63
CUADRO 10. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – ELOI YAGÜE	63
CUADRO 11. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – GIOCONDA ESPINA.....	64
CUADRO 12. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – CLAUDIO NAZOA	65
CUADRO 13. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – OSCAR YÁNEZ	66
CUADRO 14. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – RAE.....	67
CUADRO 15. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – NUÑEZ Y PÉREZ	68
CUADRO 16. LEVANTAMIENTO DE CAMPOS LÉXICOS – ENTREVISTAS TOTALES	70

CUADRO 17. TABLA DE TOTALIZACIÓN DE ENCUESTAS Y DIVISIÓN POR GÉNERO.....	76
CUADRO 18 TABLA DE OTROS ATRIBUTOS RELACIONADOS CON LA “cuaima”	76
CUADRO 19. TABLA DE OTRAS SITUACIONES RELACIONADAS CON LA PALABRA “cuaima”.....	79
CUADRO 20. TABLA COMPARATIVA DE ATRIBUTOS RELACIONADOS CON LA PALABRA ““CUAIMA””.....	80
CUADRO 21. . TABLA COMPARATIVA DE SITUACIONES RELACIONADAS CON LA PALABRA ““CUAIMA””.....	88
CUADRO 22. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – ARLY LEOTAUD. SOY “CUAIMA” ¿Y QUÉ?	89
CUADRO 23. LEVANTAMIENTO DE CAMPOS LÉXICOS – ARLY LEOTAUD. SOY “CUAIMA” ¿Y QUÉ?	90
CUADRO 24. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS –TELENOVELA “LA “CUAIMA””.....	106
CUADRO 25. LEVANTAMIENTO DE CAMPOS LÉXICOS – TELENOVELA “LA “CUAIMA””	108
CUADRO 26. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – COMERCIAL MOTOS EMPIRE.....	112
CUADRO 27. LEVANTAMIENTO DE CAMPOS LÉXICOS –COMERCIAL MOTOS EMPIRE.....	112
CUADRO 28. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – COMERCIAL POLAR ICE.....	114
CUADRO 29. LEVANTAMIENTO DE CAMPOS LÉXICOS – COMERCIAL POLAR ICE	115
CUADRO 30. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – COMERCIAL DORITOS	117
CUADRO 31. LEVANTAMIENTO DE CAMPOS LÉXICOS – COMERCIAL DORITOS	118
CUADRO 32. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS - CAMPAÑA HALLS CREAMY.....	121
CUADRO 33. LEVANTAMIENTO DE CAMPOS LÉXICOS – CAMPAÑA HALLS CREAMY.....	122
CUADRO 34. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – TIEMPO DE “CUAIMA”S.....	134
CUADRO 35. LEVANTAMIENTO DE CAMPOS LÉXICOS – TIEMPO DE “CUAIMA”S	136
CUADRO36. DOMINIOS DE ORIGEN DE LÉXICO UTILIZADOS – CANCIÓN “LA “CUAIMA””	140

CUADRO 37. LEVANTAMIENTO DE CAMPOS LÉXICOS – CANCIÓN “LA “CUAIMA””	142
CUADRO 38. LEVANTAMIENTO DE CAMPOS LÉXICOS – RESULTADO FINAL DE ANÁLISIS DE PRODUCCIONES.....	148
CUADRO 38. TABLA DE DOMINIOS Y LÉXICOS MÁS USADOS EN LOS GUIONES ANALIZADOS.....	156
GRÁFICOS	
GRÁFICO 1. GRÁFICO CIRCULAR DE EDADES DE LOS ENCUESTADOS	76
GRÁFICOS 2. GRÁFICO CIRCULAR DE GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS	76
GRÁFICO 3, GRÁFICO CIRCULAR DE OPINIÓN DE QUÉ ES UNA “CUAIMA”	77
GRÁFICO 4. GRÁFICO CIRCULAR DE LA “cuaima” COMO FENÓMENO DE LA VENEZUELA ACTUAL.....	77
GRÁFICO 5. GRÁFICO CIRCULAR DE OPINIÓN DE ATRIBUTOS RELACIONADOS CON LA “cuaima”	78
GRÁFICO 6. GRÁFICO CIRCULAR DE OPINIÓN DE SITUACIONES RELACIONADAS CON LA “cuaima”	79

Anexos A. Encuestas totales

1. Edad

47

2. Indique su género

Mujer

3. Una “cuaima” es...

Una mujer

4. ¿Ser “cuaima” es un fenómeno de la Venezuela actual?

Sí

5. Indique cuáles de estos atributos identifica con el concepto “cuaima”. Seleccione tantas opciones como considere necesarias.

Maliciosa

Controladora

Dominante

6. ¿Considera que los atributos detallados anteriormente describen todas las características de este objeto de estudio?

No

astuta

7. ¿Cuáles de las siguientes situaciones asocia con el concepto de “cuaima”?

Identidad cultural

Instinto femenino

8. ¿Considera que el concepto “cuaima” describe una forma de actuar claramente definida en la sociedad?

Sí

1. Edad

23

2. Indique su género

Hombre

3. Una “cuaima” es...

Una mujer

4. ¿Ser “cuaima” es un fenómeno de la Venezuela actual?

Sí

5. Indique cuáles de estos atributos identifica con el concepto “cuaima”. Seleccione tantas opciones como considere necesarias.

Maliciosa

Controladora

Dominante

6. ¿Considera que los atributos detallados anteriormente describen todas las características de este objeto de estudio?

Sí

7. ¿Cuáles de las siguientes situaciones asocia con el concepto de “cuaima”?

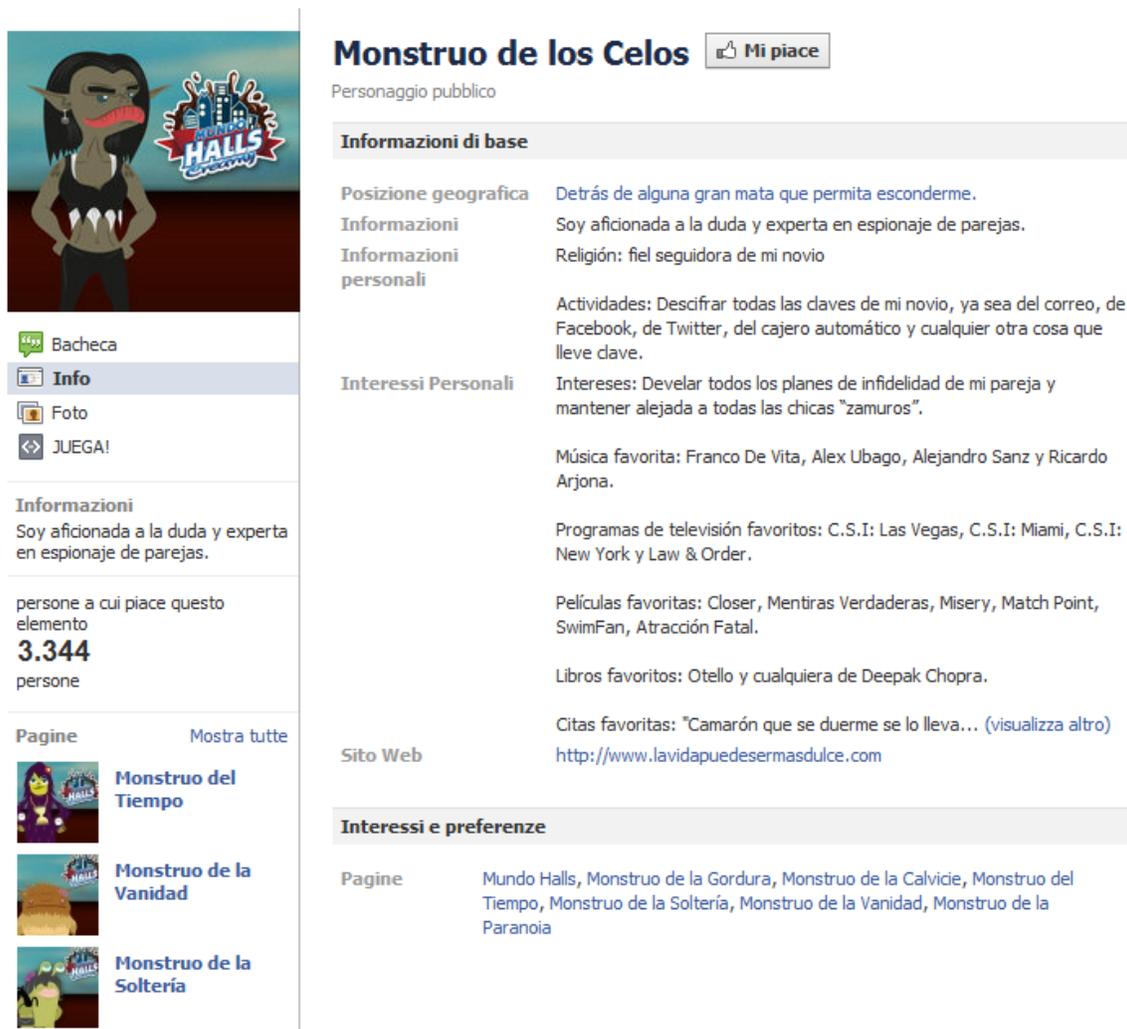
Identificación con telenovelas

8. ¿Considera que el concepto “cuaima” describe una forma de actuar claramente definida en la sociedad?

No

1. Edad
23
2. Indique su género
Hombre
3. Una “cuaima” es...
Una mujer
4. ¿Ser “cuaima” es un fenómeno de la Venezuela actual?
No
5. Indique cuáles de estos atributos identifica con el concepto “cuaima”. Seleccione tantas opciones como considere necesarias.
Jodida
Controladora
Dominante
6. ¿Considera que los atributos detallados anteriormente describen todas las características de este objeto de estudio?
No
Celópata
7. ¿Cuáles de las siguientes situaciones asocia con el concepto de “cuaima”?
Hogares disfuncionales
Relación dañina
8. ¿Considera que el concepto “cuaima” describe una forma de actuar claramente definida en la sociedad?
Sí

Anexo B. Copias de pantalla del fan page del Monstruo de los Celos en Facebook.



Monstruo de los Celos Mi piace

Personaggio pubblico

Informazioni di base

Posizione geografica Detrás de alguna gran mata que permita esconderme.

Informazioni Soy aficionada a la duda y experta en espionaje de parejas.

Informazioni personali Religión: fiel seguidora de mi novio

Interessi Personali Actividades: Descifrar todas las claves de mi novio, ya sea del correo, de Facebook, de Twitter, del cajero automático y cualquier otra cosa que lleve dave.

Intereses: Develar todos los planes de infidelidad de mi pareja y mantener alejada a todas las chicas "zamuros".

Música favorita: Franco De Vita, Alex Ubago, Alejandro Sanz y Ricardo Arjona.

Programas de televisión favoritos: C.S.I: Las Vegas, C.S.I: Miami, C.S.I: New York y Law & Order.

Películas favoritas: Closer, Mentiras Verdaderas, Misery, Match Point, SwimFan, Atracción Fatal.

Libros favoritos: Otello y cualquiera de Deepak Chopra.

Citas favoritas: "Camarón que se duerme se lo lleva... (visualizza altro)

Sito Web <http://www.lavidapuedesermasdulce.com>

Interessi e preferenze

Pagine Mundo Halls, Monstruo de la Gordura, Monstruo de la Calvicie, Monstruo del Tiempo, Monstruo de la Soltería, Monstruo de la Vanidad, Monstruo de la Paranoia

Bacheca

Info

Foto

JUEGA!

Informazioni

Soy aficionada a la duda y experta en espionaje de parejas.

persone a cui piace questo elemento

3.344

persone

Pagine Mostra tutte

Monstruo del Tiempo

Monstruo de la Vanidad

Monstruo de la Soltería



Monstruo de los Celos

Alguien sabe dónde puedo comprar uno de esos dispositivos que le ponen a los que meten presos en sus casas? Necesito 1 para mi novio.

27 de agosto de 2010 a las 9:39 · Me gusta · Comentar

A 30 personas les gusta esto.

Ver los 23 comentarios



Olymar Goitia no te confies de ese dispositivo tu novio puede hacerte como un ex presidiario que violo el control de dicho dispositivo jajaja pila con eso

30 de agosto de 2010 a las 9:20 · Me gusta



Johanna Arias yo quiero uno tambien me avisan a mi tambien jejejej no es por desconfiar es solo por precaucion

06 de octubre de 2010 a las 20:31 · Me gusta

Escribe un comentario...



Monstruo de los Celos

Que bello mi novio, dejó de hablarle a sus amigas por mí... y ay de él si no lo hacia. #LoTengoDominado

25 de agosto de 2010 a las 8:58 · Me gusta · Comentar

A 40 personas les gusta esto.

Ver los 40 comentarios

Escribe un comentario...



Monstruo de los Celos

Mi novio cree que saldrá con sus amigos esta noche... pero que se olvide, es el cumple de mi abuela y ni de chiste puede faltar.

23 de agosto de 2010 a las 15:55 · Me gusta · Comentar

A 33 personas les gusta esto.

Ver los 17 comentarios



Monstruo de los Celos

Ser cuaima no es suficiente... ¡Hay que ser sus dueñas! Mano dura mujeres, mano dura con esos resbalados!

09 de agosto de 2010 a las 14:38 · Me gusta · Comentar

A 45 personas les gusta esto.

Ver los 13 comentarios



La Chochy Sanchez nwra de pana eres el mounstro de los celos

14 de agosto de 2010 a las 0:53 · Me gusta



Isamar Maireni Palmar ja ja ja

27 de agosto de 2010 a las 11:17 · Me gusta

Escribe un comentario...



Monstruo de los Celos

Este aparato guarda TODO lo que tu pareja escribe en su computadora! Todo un #Win



USB KeyLogger, el gadget para celosos compulsivos | Geekets
www.geekets.com

The Ultimate Keylogger, es un usb que conectado a un puerto USB permite grabar todo lo que se teclea en un ordenador, con lo que conseguiremos espiar a nuestros novi@s

09 de agosto de 2010 a las 9:36 · Me gusta · Comentar · Compartir

A 13 personas les gusta esto.

Ver los 7 comentarios



Isamar Maireni Palmar ja ja ja menos mal q no tiene face porq me muero

27 de agosto de 2010 a las 11:19 · Me gusta



Gaby Martinez Martinez ajaja tu si que eres celosa

01 de septiembre de 2010 a las 15:39 · Me gusta