



COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**Análisis de la recepción del programa televisivo “Cosas de la vida”:
estudio comparativo entre mujeres de la Unidad Habitacional
Mirasoles, delegación Iztapalapa del Distrito Federal, y las del
municipio de Guadalupe Victoria, Puebla**

TRABAJO RECEPCIONAL
PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA

GABRIELA MACÍAS FLORES

Directora del trabajo recepcional
Mtra. Elizabeth Bellon Cárdenas

México, D.F. Septiembre 2015.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS ©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco infinitamente a Dios, por haberme dado salud, fortaleza, y por permitirme llegar hasta este momento tan especial en mi vida, y que ante las adversidades nunca me abandonó, gracias Dios, por tu infinito amor.

A mis padres Ambrosio Macías y Fernanda Flores que son mi ejemplo a seguir, por haberme apoyado en cada momento de mi vida, porque gracias a sus enseñanzas, consejos y valores hicieron de mí una persona de bien. Gracias por estar siempre a mi lado, por darme ánimos en los momentos en los que pensaba desistir, por haber sido parte fundamental en este proceso de mi formación profesional. También quiero agradecer a mi hermano Fernando Macías, por su paciencia y ayuda, pero sobre todo, por su confianza que todos depositaron en mí.

A la familia Medel Hernández, gracias por haberme abierto las puertas de su hogar y brindarme su confianza y cariño durante este proceso. Agradezco muy especialmente a mi novio Gabriel Medel, su apoyo y comprensión a lo largo de esta carrera, gracias por su paciencia, por sus ánimos y consejos que me ayudaron a no renunciar, por compartir momentos de alegría y tristeza, por su amor incondicional, pero sobre todo, por creer en mí.

Agradezco infinitamente a mi querida Universidad Autónoma de la Ciudad de México, por haberme dado la oportunidad de estudiar una carrera y poder crecer profesionalmente. Esto me permitió adquirir nuevos conocimientos y tener las herramientas necesarias para ser una mejor persona. Agradezco a todos y a cada uno de mis profesores y profesoras que durante mi estancia en la universidad,

compartieron sus valiosos conocimientos con el alumnado. Gracias a la Dra Ruth Guzik que me orientó y apoyó al inicio de esta tesis durante los momentos críticos ocasionados por el movimiento social registrado en la universidad, gracias por dedicar su valioso tiempo en las asesorías extramuros que contribuyeron sustancialmente a la integración de este trabajo, sus comentarios coadyuvaron a no perder la esperanza para no desistir en la terminación de esta tesis.

Quiero agradecer muy especialmente, a la Mtra. Raquel Elizabeth Bellon Cárdenas, directora de tesis, quien me supo guiar en esta minuciosa investigación que parecía no tener fin, gracias por escucharme, por sus consejos para seguir aprendiendo, por su comprensión y paciencia para corregir y mejorar este trabajo, por ser firme en los momentos que se requería. Gracias.

A mis lectoras de tesis: Dra. Marta Rizo, Dra. Araceli Pérez, Mtra. Rebeca Domínguez, Mtra. María Fernanda Carrillo, gracias por tomarse el tiempo y tener la paciencia de leer este trabajo, cada error, observación y comentario suyos, fueron importantes para la terminación de esta tesis.

A mis amigas y compañeros, por confiar en mí, en creer que todo es posible, gracias por estar conmigo en los momentos más significativos de mi vida, que entre risas, alegrías y enojos, siempre terminamos juntas, gracias por brindarme su amistad y cariño.

A todas las personas que participaron y me apoyaron en la realización de esta tesis, ¡Mil gracias!, sin su ayuda esto no hubiera sido posible.

Índice

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I. CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	
1.1 Pregunta general.....	9
1.2 Objetivos.....	10
1.3 Justificación.....	11
CAPÍTULO II. ANTECEDENTES Y CONTEXTO	
2.1 El estado de Puebla y el municipio de Guadalupe Victoria.....	17
2.2 La delegación Iztapalapa y la Unidad Habitacional Mirasoles.....	22
2.3 Violencia contra las mujeres en zonas rurales y urbanas.....	29
2.4 “Cosas de la vida”: los talk shows en México.....	31
CAPÍTULO III. ESTADO DEL ARTE	
3.1 Estudios de recepción televisiva en mujeres.....	44
3.2 Estudios de recepción televisiva con perspectiva de género.....	59
CAPÍTULO IV. MARCO TEÓRICO	
4.1 Cinco tradiciones en busca del público.....	88
4.2 Cinco nuevas tradiciones en busca del público.....	93
4.3 Modelo de las múltiples mediaciones.....	96
4.4 Género e identidad de género, algunas aproximaciones teóricas.....	103
4.5 Estereotipos de género y machismo.....	108

CAPÍTULO V. APARTADO METODOLÓGICO	113
5.1 Justificación del enfoque cualitativo.....	122
5.2 Justificación de las técnicas seleccionadas.....	123
5.3 Justificación de la muestra cualitativa/criterios de selección de personas y lugares.....	124
5.4 Diseño de instrumentos para la producción de la información.....	128
5.5 Procedimiento.....	134
CAPÍTULO VI. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	136
6.1 información personal de las entrevistadas.....	137
6.2 Información general del programa “Cosas de la vida”.....	139
6.3 Procesos de recepción televisiva.....	141
6.3.1 Mediación Individual/Cognitiva: Significados en torno al programa.....	141
6.3.2 Mediación situacional: Prácticas de recepción televisiva.....	147
6.3.3 Mediación tecnológica.....	154
6.3.4 Mediación institucional: familia, iglesia y escuela.....	159
6.4 Mediación individual cognitiva: Género.....	169
6.5 Usos de los contenidos televisivos en la vida cotidiana.....	177
CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES GENERALES	184
7.1 Reflexión final sobre el proceso de investigación.....	189
CAPÍTULO VIII. BIBLIOGRAFÍA	191
ANEXOS	200

Introducción

La presente tesis tuvo como objetivo realizar un estudio de recepción televisiva con mujeres residentes en diferentes lugares de origen, pero con características socioculturales similares. Se estudiaron las diferencias y coincidencias en los significados que producen estas mujeres en relación al programa de televisión “Cosas de la vida”, *talk show* que se transmite por televisión abierta en México desde 2010, el cual aborda problemáticas relacionadas con la familia o la pareja, y goza de un elevado *rating* a nivel nacional. Las mujeres con las que se realizó esta investigación viven en el campo y en la ciudad; las primeras son del estado de Puebla, del pueblo de Guadalupe Victoria-Chilchotla, mientras que las segundas son de la Ciudad de México, delegación Iztapalapa, y residen en la Unidad Habitacional Mirasoles.

En este estudio comparativo fue importante analizar las diversas interpretaciones que elaboran estas mujeres en torno a un mismo programa televisivo. Lo anterior nos permitió conocer las coincidencias y diferencias en las maneras en las que la audiencia interpreta los contenidos, ya que se analizó si el contexto en el que se encuentran unas y otras, media en la lectura que ellas llevan a cabo en torno al programa.

Esta tesis está conformada por siete capítulos. El primer capítulo consta de preguntas, objetivos y justificación. En los capítulos segundo y tercero encontraremos información respecto a los antecedentes y contexto del estado de Puebla y la delegación Iztapalapa, poniendo énfasis en las zonas de Guadalupe

Victoria y la Unidad Habitacional Mirasoles. También se describió el tipo de violencia que sufren las mujeres de zonas rurales y urbanas, ya que como se verá más adelante, es una de las temáticas más recurrentes en el *talk show* analizado. Finalmente se presentaron los antecedentes del programa “Cosas de la vida”, así como los diferentes programas del género televisivo *talk show* que han existido en México y América Latina.

En el capítulo del estado de la cuestión presentamos información de diversas investigaciones que se han llevado a cabo en relación a los estudios de recepción televisiva con mujeres, así como estudios de recepción televisiva con perspectiva de género.

En el capítulo cuarto se abordaron diferentes planteamientos teóricos que han dado origen a los estudios de recepción televisiva, y se presentó a detalle el modelo de múltiples mediaciones de Guillermo Orozco, en el que nos apoyamos para el análisis de la información; además, se integraron algunos conceptos básicos relacionados con los estudios de género, para problematizar y profundizar en el análisis de la información empírica elaborada.

El capítulo cinco corresponde a la metodología, con un enfoque cualitativo para el estudio. En este apartado se describieron las técnicas de investigación para la realización de nuestro trabajo de campo: la entrevista en profundidad y la observación participante, que nos ayudaron a comprender los significados y narrativas elaboradas por las mujeres en torno a la televisión y a sus propias vidas, con base en su proceso de recepción televisiva.

En el capítulo seis se presenta el análisis de resultados de la investigación, entrelazando la teoría de las mediaciones de Guillermo Orozco y la perspectiva de género de las autoras Marta Lamas y Joan Scott.

El capítulo siete consta de las conclusiones obtenidas durante la realización de nuestra indagación, en relación a los procesos de recepción televisiva del programa “Cosas de la Vida” con mujeres residentes en el campo y la ciudad.

En el capítulo ocho se incluyó la bibliografía consultada para la realización de esta investigación.

Finalmente, en el apartado de anexos se incorporaron las matrices de análisis.

CAPÍTULO I

CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Capítulo I

Construcción del objeto de estudio

1.1. Pregunta general:

¿De qué manera se apropian las mujeres de la Unidad Habitacional Mirasoles, de la delegación Iztapalapa del DF, y las del municipio de Guadalupe Victoria, Puebla, de los contenidos presentados en el *talk show* “*Cosas de la Vida*”?

Preguntas específicas:

- ¿Cómo interactúan las mujeres de la Unidad Habitacional Mirasoles y las del pueblo de Guadalupe Victoria con el programa de televisión “*Cosas de la Vida*”?
- ¿Bajo qué condiciones estas mujeres ven el programa y cuáles son las actividades que realizan cuando lo ven?
- ¿Cuáles son las similitudes y diferencias en las formas en que las mujeres se apropian de los contenidos televisivos sobre problemáticas en torno a la mujer, la familia, la violencia y el machismo que se transmiten en este programa?
- ¿De qué manera estas mujeres relacionan los contenidos televisivos de este programa con su vida cotidiana?

1.2. Objetivo general

Estudiar los procesos de recepción de las mujeres de la Unidad Habitacional Mirasoles de la delegación Iztapalapa, D.F., en comparación con mujeres del municipio de Guadalupe Victoria, en Puebla, en torno a los temas que se presentan en el *talk show* “*Cosas de la Vida*”.

Objetivos específicos:

- Analizar la interacción de las mujeres de la Unidad Habitacional Mirasoles y las del Pueblo de Guadalupe Victoria, con el programa de televisión “*Cosas de la Vida*”.
- Indagar bajo qué condiciones las mujeres ven el programa y conocer las actividades que realizan cuando lo ven.
- Identificar las similitudes y diferencias en las formas en que las mujeres se apropian de los contenidos televisivos sobre las problemáticas en torno a la mujer, la familia, la violencia y el machismo que se transmiten en este programa.
- Explorar de qué manera estas mujeres relacionan los contenidos televisivos de este programa con su vida cotidiana.

1.3. Justificación

Los estudios de recepción de los medios masivos de comunicación se han abordado de diferentes maneras en la perspectiva latinoamericana, lo cual ha generado diversos enfoques de investigación en el mundo hispanohablante.

Dichos estudios tienen su origen a finales de los años sesenta, cuando la intención de los investigadores del ámbito de la comunicación puso su principal atención en el sujeto receptor como elemento esencial del proceso comunicativo.

El valor e importancia de estos estudios radica en la necesidad de precisar los procesos de comunicación en los cuales entran en juego distintos sujetos, pues su enfoque es útil para analizar diferentes contextos e interacciones que estos individuos tienen con los medios de comunicación.

Según Guillermo Orozco “han sido dos preguntas centrales las que han estimulado los estudios de recepción en América Latina: ¿quiénes son las audiencias? Y, sobre todo, ¿qué más son las audiencias antes, durante y después de sus interacciones mediáticas?” (Orozco, 2000: 13). Los estudios de recepción ponen énfasis en las audiencias que están detrás del televisor interactuando con el medio, pero también, se preocupan por analizar qué sucede luego del “visionado”.

En la década de los cuarenta los receptores eran considerados pasivos ante lo que se veía en los medios, es decir, se daba por hecho que las personas percibían por igual los mensajes que emitían los medios, por tal razón se afirmaba que existía una afectación directa y causal en las audiencias.

Hoy esto ya no es así, la recepción se piensa ahora como un proceso complejo en donde entran en juego diversas mediaciones, por ejemplo, la edad, el género, la posición social, el nivel educativo o las relaciones socioculturales en las que se desenvuelven los sujetos.

Las personas forman su propia opinión acerca de lo que se transmite en los programas, pues las mediaciones condicionan que las y los televidentes interpreten de manera diferenciada lo que ven en el televisor. A través de procesos de negociación -de manera activa, aunque no necesariamente crítica-, las telespectadoras y telespectadores aceptan o no lo que los medios les informan, entrando en confrontación con su identidad y en la producción cotidiana de su propia cultura.

El valor que tiene realizar un estudio de recepción entre mujeres del campo y de la ciudad, radica en que podemos conocer sus distintos puntos de vista en torno a diversas problemáticas sociales, ya que aunque siendo del mismo género, sus valoraciones pueden variar debido a que se encuentran en contextos socioculturales diferentes, como son el rural y urbano. En este sentido, la importancia de llevar a cabo estudios de recepción estriba en el valor que tiene conocer, profundizar y ampliar nuestro panorama para identificar qué elementos intervienen durante el proceso de comunicación, y a través de los cuales se les otorga sentido a los referentes mediáticos. Se partió del supuesto de que las diferencias por lugar de residencia –rural y urbano- no serían tan significativas como las coincidencias debido al segmento socioeconómico –bajo y medio bajo-, en particular, desde una perspectiva de género. En este sentido, las problemáticas

vinculadas con la violencia contra las mujeres fueron comunes en los relatos de las entrevistadas, y se estudiaron en relación con los contenidos sobre estas mismas problemáticas transmitidos por el *talk show* “*Cosas de la vida*”.

Como ya se dijo, es importante llevar a cabo estos estudios para conocer los procesos comunicativos por los que pasan las y los televidentes al interactuar con el televisor y los programas que este transmite pero, también, para explorar la vida cotidiana de los receptores, en este caso, indagando acerca de las problemáticas que viven las mujeres del campo y de la ciudad desde su propia perspectiva; como dice Guillermo Orozco: “cada escenario abarca posibilidades y limitaciones para el proceso de recepción televisiva” (Orozco, 1996: 87).

Así pues, resulta interesante conocer las similitudes y diferencias entre las mujeres del campo y la ciudad en la interpretación del programa de televisión “*Cosas de la vida*”, porque conoceremos de qué forma las telespectadoras descifran o traducen los mensajes que transmiten los medios, así como los condicionantes por los cuales cada persona interpreta y se apropia de forma diferenciada de los contenidos del programa.

En esta investigación exploramos las diferentes maneras de interpretar el programa “*Cosas de la vida*” por mujeres, quienes como madres, compañeras, hijas, amas de casa o trabajadoras, etc., enfrentan cotidianamente diversos conflictos en dos distintos lugares, esto es, en el Distrito Federal, y en el estado de Puebla. Esto nos dio un mejor horizonte sobre cómo estas mujeres elaboran significados sobre el programa antes mencionado, sus coincidencias y diferencias;

como nos dice: Martín Barbero “la mediación ha sido conceptualizada como esa instancia cultural desde donde el público de los medios produce y se apropia del significado y del sentido del proceso comunicativo” (Barbero, 1987, citado en Orozco, 1996: 83).

En consecuencia, es relevante comprender los significados que elaboran las telespectadoras cuando interactúan con los contenidos televisivos pues: “La televisión como institución social también es, por tanto, una mediación que produce significados y que gana legitimidad frente a su audiencia. Más allá de ser un medio tecnológico de reproducción de la realidad, también la produce, provocando reacciones racionales y emocionales”. (Jacks, 2006: 182)

La recepción de las mujeres del campo y de la ciudad puede variar porque intervienen diversas mediaciones como: la edad, el género, el nivel educativo, la historia familiar, el perfil socioeconómico o los diversos tipos de exposición a la TV, entre otros. Estas mediaciones nos permiten entender que los mensajes sean interpretados de diferentes maneras pero con elementos comunes, tanto por mujeres urbanas populares como por las que viven en ámbitos rurales, acerca de los contenidos del programa “Cosas de la vida”, el cual aborda directamente problemáticas como el machismo, la infidelidad, el alcoholismo, la drogadicción, las relaciones con los hijos e hijas o la violencia en el núcleo familiar, urgentes de ser analizadas desde una perspectiva de género.

Esta investigación estudió las interpretaciones que las mujeres de la unidad habitacional Mirasoles y del municipio de Guadalupe Victoria-Chilchotla dan a los contenidos del programa “Cosas de la vida” y cómo los relacionan con las problemáticas de su vida cotidiana.

CAPÍTULO II

ANTECEDENTES Y CONTEXTO

Capítulo II

Antecedentes y contexto

Para empezar, daremos una breve descripción sobre los dos distintos territorios en donde se llevó a cabo la presente investigación. Primeramente, se hablará sobre el contexto sociocultural y económico del estado de Puebla y el municipio de Guadalupe Victoria. Posteriormente, hablaremos sobre la delegación Iztapalapa y la Unidad Habitacional Mirasoles, en Iztapalapa.

2.1. El estado de Puebla y el municipio de Guadalupe Victoria-Chilchotla

Puebla está conformada por 5.779. 829 habitantes, de los cuales 52.1 % son mujeres, mientras que 47.9 % son hombres, según datos estadísticos del INEGI en el censo 2010. Su distribución poblacional es 72 % urbana y 28 % rural. Ocupa el quinto lugar a nivel nacional por su número de habitantes. Este estado lo encabeza el gobernador Rafael Moreno Valle Rosas, representante del Partido Acción Social (PAN).

En el estado “hay 1.373 171 viviendas particulares de las cuales 83.4 % disponen de agua y 97.7 % cuentan con energía eléctrica. Los hogares de las familias están compuestos por personas -que pueden ser o no familiares-, que comparten la misma vivienda. Según INEGI, la familia poblana está distribuida de la siguiente manera:

En la entidad hay 1. 373 772 hogares. 25 % de los hogares están a cargo de la mujer, esto representa 348. 045 mientras 75 % de los hogares están a cargo del hombre, esto equivale a 1. 025 727 de los hogares. En cuanto a la forma en la que viven, 63.4 % es nuclear, es decir vive el papá la mamá y los hijos o sólo la mamá o el papá con los hijos o una pareja que vive unida y no cuenta con hijos. 26.2 % la familia es ampliada, es decir un hogar nuclear más otros parientes como: tíos, primos, suegros, nueras etc. 1.1 % es compuesto, esto es, un hogar nuclear o ampliado más personas sin parentesco con el jefe del hogar, 7.8 % es unipersonal es decir, vive sólo una persona y por último 0.4 % es corresidente esto es, viven dos o más personas, sin relaciones de parentesco”. (INEGI, 2010)

88 % de la población profesa la religión católica mientras que a nivel nacional 83 % de la población es católica. Por otro lado, los “movimientos migratorios de Puebla son de 91. 897 personas que salen del estado para radicar en otra entidad, ya que de cada 100 personas 23 salen para vivir en el estado de México, 20 a Veracruz, 17 al Distrito Federal, 8 a Oaxaca y 6 a Tlaxcala. Como podemos ver, en el estado de México es donde más se concentra esta población. En cuanto a la inmigración interna, es decir personas que llegan de otras ciudades a vivir a Puebla. En 2005 llegaron de otras ciudades 96. 503 personas, de cada 100 personas 20 provienen del estado de México, 17 del Distrito Federal, 13 de Veracruz de Ignacio de Llave, 9 de Tlaxcala y 4 de Hidalgo” (INEGI, 2010).

En cuestiones de educación, en Puebla “el grado promedio de escolaridad de la población de 15 años y más es de 8.0, esto equivale al segundo año de

secundaria. El analfabetismo 10 de cada 100 personas de 15 años y más, no saben leer ni escribir” (INEGI, 2010).

Puebla también “cuenta con acceso a servicios básicos como: médicos, educación, oficinas postales, telégrafos y cuentan con líneas telefónicas fijas y medios de comunicación masiva, en Puebla operan 44 radiodifusoras (22 de amplitud modulada y 22 de frecuencia modulada) así como 5 estaciones televisoras” (INEGI, 2010).

En Puebla, en relación con el segmento etario de 14 años y más, las principales ocupaciones de hombres y mujeres son: “Trabajadores en la industria y artesanos 628. 931, agropecuarios 529.115, trabajadores domésticos 90. 319, profesionistas, técnicos y trabajadores del arte 142. 555, trabajadores de la educación 82. 309” (INEGI, 2010).

En cuestiones de trabajo, 35 de cada 100 mujeres poblanas reciben una retribución por el trabajo que realizan, en cambio 70 de cada 100 varones obtienen un pago por sus servicios, como señala Cecilia Espino González, directora del Instituto Municipal de las Mujeres (IMM), “sólo 12 % de las mujeres ganan entre tres a cinco salarios mínimos, montos menores a los que adquiere los hombres” (Munguía, 2011). Esta situación, representa un grave problema, ya que se evidencia que sigue predominando la desigualdad de género en el ámbito laboral.

En este marco, uno de los 217 municipios que conforma el estado de Puebla es Guadalupe Victoria, con un total de 16. 551 habitantes, de los cuales 8.006 son

hombres y 8.545 mujeres, esto representa 52.1 % mujeres y 47.9 % hombres (INEGI, 2010).

El pueblo de Guadalupe Victoria se localiza en la parte centro este del estado de Puebla y colinda al norte con Tepeyahualco, al sur con Tlachichuca, al este con La fragua y al oeste con San Nicolás Buenos Aires. En el municipio de Guadalupe Victoria, en donde se llevó a cabo esta investigación, el presidente municipal es José Guillermo Fuentes Ortiz, perteneciente al Partido Acción Nacional (PAN), en el periodo comprendido del 2011-2017.

En cuanto al nivel de escolaridad de este pueblo, predomina el segundo año de secundaria, asimismo 10.4 % de la población es analfabeta. Sus principales actividades socioeconómicas son la agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza.

Este municipio se caracteriza por diversos atractivos turísticos y culturales como son: las lagunas de Quechulac, Atexcac y de las Minas o la Preciosa, estos centros turísticos se encuentran cerca del municipio. Además de los monumentos históricos y arquitectónicos, uno de ellos es la Iglesia en honor a la Virgen de Guadalupe (parroquia), su interior exhibe cuadros y murales pintados en tela, al óleo y acuarela. Otro atractivo para visitar la región es el parque municipal localizado en la cabecera municipal, sin embargo, este municipio no cuenta con museos.

La fiesta popular que caracteriza esta región es la del 12 de Diciembre, ya que se hace honor a la Virgen de Guadalupe y a la iglesia que lleva el mismo nombre. La mayoría de los habitantes de esta región profesan el catolicismo.

Otras tradiciones y festividades populares del municipio es la del 5 de mayo, en la que se conmemora la Batalla de Puebla, el 15 de septiembre, el 1 y 2 de noviembre celebran a todos los santos con adornos florales y comida. También, celebran el 20 de noviembre día de la Revolución Mexicana, Semana Santa, Navidad y Año Nuevo, en este día los habitantes de esta comunidad acostumbran quemar a un muñeco elaborado de palmas, lo visten con ropa de alguna persona, le colocan adornos y lo queman; esto significa que despiden al año viejo para darle la bienvenida al año nuevo.

Sus fiestas religiosas y patronales las celebran con música e instrumentos de viento, además elaboran artesanías como: cristos de cerámica, forjan el hierro y elaboran adoquín. En cuestiones gastronómicas, hacen barbacoa, mixiotes, chiles en nogada, elaboran quesos de cabra, mole poblano y hacen dulces de calabaza y camote.

El municipio cuenta con tres juntas auxiliares: Progreso, Maravillas y Quechulac. Se integran por un presidente auxiliar municipal y cuatro regidores electos popularmente por los habitantes de la comunidad por un período de tres años; designándose en plebiscito el último domingo del mes de marzo del año que corresponda, para tomar posesión el 15 abril del mismo año. Son auxiliares de la administración municipal y están sujetos al Ayuntamiento.

Es importante mencionar que todavía se preservan diversas lenguas indígenas en esa región y en todo el estado de Puebla. Algunas de las más habladas son: “el Náhuatl con 447.797 hablantes, Totonaca con 106.559 hablantes, Popoloca con 16.576 personas que hablan el idioma y Mazateco con 16045 hablantes. Hay 601.680 personas mayores de cinco años que hablan alguna lengua indígena, lo que

representa 11 % de la población de la entidad”. (Cuéntame, INEGI, 2010). Como podemos ver, la lengua indígena más hablada en el municipio es el Náhuatl.

2.2. La delegación Iztapalapa y la Unidad Habitacional Mirasoles

Por otro lado, en relación a la Delegación Iztapalapa en la que también se llevó a cabo esta investigación tenemos que el Censo de Población y Vivienda 2010 del INEGI arrojó la cifra de 112 millones 336 mil 538 habitantes en México. Con 8. 851. 080 habitantes en el Distrito Federal 4. 233. 783 son hombres y 4. 617. 297 son mujeres, mientras que “1. 815. 786 habitan en la Delegación Iztapalapa”, de los cuales 880. 998 son hombres y 934. 788 son mujeres. (INEGI, 2010)

La delegación Iztapalapa está a cargo del delegado perredista Jesús Valencia Guzmán. Es la demarcación más poblada de las 16 delegaciones que conforman el D.F. Su crecimiento demográfico representa una muy alta proporción del incremento total de población del Distrito Federal. En la década 1970-1980, correspondió a 54.3 % del crecimiento del D.F. Del 1980-1990 tuvo un crecimiento de 341. 088 habitantes, superior en 1.6 veces al crecimiento total del Distrito Federal. La población inmigrante se ha asentado en su mayoría al sur oriente de la Delegación. Lo anterior señala que en los últimos 30 años, Iztapalapa ha sido la principal reserva territorial para el crecimiento urbano del Distrito Federal.

En Iztapalapa 78 % de la población reside en una vivienda independiente, 17 % lo hace en un departamento en edificio, 4 % de la población habita una vivienda en vecindad, y la conjunción del restante 1 % se aloja en cuartos de azotea, locales no construidos para habitación, y en viviendas móviles.

De la actividad comercial del Distrito Federal, Iztapalapa realiza 24 %. La tasa de participación de la población económicamente activa, es mayor al 80 % en hombres de 25 a 54 años y, entre 20 % y 40 % en mujeres de 20 a 54 años de edad. “La población ocupada se divide en 3 sectores de actividades respectivamente (terciario, secundario y primario), el que más destaca es el comercio y los servicios con 63.3 %; le sigue con 32.5 % la minería, extracción de petróleo y gas, industria manufacturera, electricidad y agua y la construcción” (Iztapalapa DF, 2013).

Las unidades de comercio y abasto en la Delegación Iztapalapa, tomando como las más importantes los tianguis que son el sector más amplio por unidad. La Central de Abasto es considerada como el punto de encuentro entre productores, mayoristas, minoristas y consumidores de todo el país, al que acuden más de 250 mil personas diariamente para satisfacer los requerimientos de unos 20 millones de habitantes de la Zona Metropolitana.

En cuanto a la educación en Iztapalapa, las condiciones de alfabetización para “la gente que habita la delegación indican las siguientes características: casi 96 % de la población de 6 años y más, se encuentra en circunstancias de alfabetización (con un equilibrio en cuestión de género para este rubro, 49 % hombres y 51 % mujeres)” (Iztapalapa, D.F., 2013), es decir, 96 % sabe leer y escribir, mientras que cerca de 4 % restante se encuentra en condiciones de analfabetismo (63 % de este rubro es población femenina).

“La mayoría de la población de Iztapalapa es católica” (Iztapalapa. D.F., 2013), expresando una baja del 1.9 % en la década de los noventa. La religión protestante y otras incrementaron su porcentaje anterior 2.6 y 1.1 % a 3.8 y 2.3 % respectivamente.

La “delegación cuenta con un total de 451 mil 353 hogares; 74 % con jefatura masculina y 26 % con jefatura femenina. Ellos representan casi 20 % del total de los hogares en el Distrito Federal”. Dentro de los hogares de Iztapalapa, la composición por integrantes indica las siguientes características: 26 % de ellos consta de 4 integrantes (de éstos: 82 % tiene jefatura masculina; y 18 % es dirigido por una jefatura femenina); 21 % se componen de 3 integrantes (de ellos: 71 % con jefatura masculina; y 29 % con jefatura femenina), 17 % lo conforman los hogares con 5 integrantes, 14 % es compuesto por 2 integrantes, 8 % son hogares con 6 integrantes. Mientras que 7 % de los hogares está formado por 1 sólo integrante, los hogares con 7 integrantes representan 3 % de los hogares con 9 y más integrantes se incorporan en un 2 %. (Iztapalapa, D.F., 2013)

Entre los museos más importantes de la Delegación se encuentran: Museo Cabeza de Juárez y Museo Fuego Nuevo, en este último se encuentra el mural "Iztapalapa ayer, hoy y siempre", obra del maestro Francisco Cárdenas, pintor y escultor originario de la Ciudad de México.

En este mural se plasma la procesión de los sacerdotes del Templo Mayor que se dirigen a la cima del Huizachtépetl, hoy Cerro de la Estrella, para llevar a cabo la Ceremonia del Fuego Nuevo, en la que sacrificaban a un cautivo en honor a los

dioses para pedir un nuevo ciclo de vida de 52 años. La figura de Cuitláhuac, tlatoani de Iztapalapa a la llegada de los españoles, ocupa el centro de un panel. Dos recuadros recuerdan los hallazgos de un mamut en Santa Martha Acatitla y de antiguos restos humanos en Santa María Aztahuacán. Iztapalapa cuenta con 46 bibliotecas pequeñas repartidas en toda la delegación, las cuales ofrecen lectura en voz alta, tertulias literarias y otras actividades culturales vinculadas con los libros, además de la Fábrica de Artes y Oficios de Oriente, FARO de Oriente, y el FARO Tláhuac.

“Las problemáticas y preocupaciones que presenta la población de Iztapalapa son las siguientes: agua 19.58 %, seguridad pública 17.14 %, empleo 8.33 %, salud 7.10 %, alumbrado 6.96 %, educación 5.77 %, falta de espacios creativos 4.32 %, contaminación ambiental 4.13 % pavimentación 3.98 %, cultura 3.73 %, transporte urbano 3.62 %, protección civil 3.22 %, servicio de limpia 2.94 %, ambulante 2.08 % y participación ciudadana 2.06 %” (Programa Delegacional de Desarrollo, 2012: 25). Como podemos ver, las tres principales problemáticas que perciben los habitantes de Iztapalapa son: el agua, la seguridad pública y el empleo.

Por otro lado, una de las festividades más representativas de la delegación es la representación anual del Viacrucis, que se origina hace más de 160 años; en Iztapalapa se siguen conservando diversas tradiciones, por ejemplo, la tradición del carnaval en los días anteriores al miércoles de ceniza. Los más importantes de los carnavales iztapalapenses son el de San Lorenzo Tezonco, Culhuacán, el de Santa Cruz Meyehualco y el de Santa María Aztahuacán. En ellos, la gente se

organiza por comparsas que toman por asalto las calles para bailar y desfilan con sus carros alegóricos.

Las fiestas patronales de las colonias destacan por su antigüedad, su complejidad y su colorido, como la del 3 de mayo en Santa Cruz Meyehualco; La del Señor del Calvario santo patrono de Culhuacán; la de San Lucas, patrono de Iztapalapa; la del 12 de diciembre en San Lorenzo Tezonco. Una de las celebraciones más importantes de Iztapalapa ocurre en el pueblo de San Lorenzo Tezonco, donde toda la semana antes y después del Día de muertos, se sitúa un tianguis que abarca desde la plaza del pueblo hasta la Avenida de las Torres.

Dentro de esta delegación se ubica la Unidad Habitacional Mirasoles. Para recabar información acerca de los antecedentes históricos de dicha colonia, se acudió a la delegación Iztapalapa para consultar su archivo. En ese lugar encontramos una diversidad de información relacionada a los pueblos originarios de Iztapalapa, pero no había información de la colonia Mirasoles, ya que es de reciente construcción, pues aproximadamente se empezó a construir en 1970.

A causa de esto y a la falta de información de los antecedentes de esta colonia, se acudió a la Territorial de San Lorenzo Tezonco que se ubica a un costado del Hospital de Especialidades Belisario Domínguez, situado sobre la avenida Tláhuac, para ver si se podía obtener la información necesaria. Lamentablemente el personal no contó con la misma.

Ante la falta de acceso a la información de estas dos instituciones, nos dimos a la tarea de entrevistar a algunos habitantes de la colonia para documentar un poco acerca de la “historia” de dicho lugar.

Se entrevistó al señor Antonio Sánchez Gómez de 65 años de edad, vecino de esta colonia, él nos cuenta lo siguiente: “Cuando yo llegué a ver por primera vez el lugar, recuerdo que era un campo de milpas muy grande, abarcaba casi desde San Lorenzo hasta Periférico. Yo venía de Tulyehualco hasta acá para jugar fútbol, correr y pasar una tarde agradable con los amigos, y ya después poco a poco fue llegando más gente a habitar los alrededores, y pues empezaban a construir sus casitas. Yo me vine a vivir acá por el año de 1988 y ya llevo veinticinco años viviendo aquí, pero ya desde antes, alrededor del año 1972 se empezaban a construir las casas”. (Entrevista al Sr. Antonio Sánchez Gómez, 10 de septiembre 2013).

El señor Antonio nos comentó que: “cuando estaba en la presidencia Luis Echeverría Álvarez se estaban construyendo los condominios. La construcción de los condominios si duró un tiempcito más o menos como diez años porque sí son muchos condominios”, (Entrevista, 10 de septiembre 2013). Al finalizar el periodo del presidente Luis Echeverría -1970-1976-, fue electo presidente Miguel de la Madrid, durante su periodo -1982-1988- terminaron la construcción de los condominios. El señor Antonio pudo obtener su casa en 1988, cuando entró el presidente Carlos Salinas de Gortari y el jefe de desarrollo urbano era Manuel Camacho Solís, ambos del PRI. Ellos les otorgaron crédito para que pudieran

adquirir una casa y en el 88: “El señor Camacho Solís hizo entrega de las escrituras y desde entonces aquí he vivido” (Entrevista, 10 de septiembre 2013).

“La casa la adquirí porque me dieron un crédito del INFONAVIT, por medio de mi trabajo, yo era empleado en una empresa de telas llamada Lanera Moderna, y pues así la adquirí por mi trabajo. La casa en aquel entonces me costó como en cien mil pesos, bueno en aquel entonces, no que ahorita ya están bien caras (ríe).” (Entrevista, 10 de septiembre 2013)

Hoy por hoy, la colonia está conformada por 60 condominios con 70 casas cada uno, aunque puede variar. La Unidad Habitacional Mirasoles pertenece a la delegación Iztapalapa y se ubica entre la Avenida Tláhuac y las Torres. La colonia es muy conocida porque tiene como referencia dos escuelas primarias: la primera llamada Jesús Sotelo Inclán, y la segunda que se encuentra a un costado, llamada Suriname. Más adelante y sobre periférico se encuentra la parroquia de la colonia llamada Jesús el buen pastor, a ella acuden los vecinos de esta demarcación. Muy cerca de esta iglesia se encuentra la estación del metro “Periférico oriente” perteneciente a la línea doce (Línea Dorada).

Esta colonia cuenta con todos los servicios públicos como: agua, alumbrado público, energía eléctrica, servicio de limpieza, cada condominio cuenta con una cisterna, estacionamiento, línea telefónica, áreas verdes y servicio de gas natural. Además, las viviendas cuentan con dos recámaras, un baño, sala, cocina, comedor y azote huela. También se pueden rentar desde tres mil pesos hasta cuatro mil pesos.

La Unidad Habitacional Mirasoles está regida por la “Ley condominal” decretada el 27 de Enero del 2011 por el entonces jefe de Gobierno del Distrito Federal,

Marcelo Ebrard Casaubón y la Asamblea Legislativa del Distrito Federal V Legislatura. Las disposiciones de esa ley son de orden público e interés social y tienen por objetivo regular las relaciones y administraciones de los condominios para poder agilizar procesos administrativos y alcanzar una mejor cultura condominal.

2.3. Violencia contra las mujeres en zonas rurales y urbanas

Por último, dado que esta es una de las temáticas más abordadas dentro del programa “Cosas de la vida” así como por las informantes, se considera pertinente contextualizar la problemática de la violencia contra las mujeres a nivel nacional, con la finalidad de tener un marco de referencia más preciso para la interpretación de la información.

Al respecto, la Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (ENDIREH, 2011), señala que 47 % de las mujeres de 15 a 60 años han sido víctimas de un incidente de violencia por parte de su novio compañero o esposo en algún momento de su relación. Dicha encuesta exploró los tipos de violencia que sufren las mujeres mexicanas tales como: violencia física, sexual, emocional y económica que viven en diferentes ámbitos sociodemográficos, es decir, en las zonas rurales y urbanas.

También el estudio consideró su nivel socioeconómico y su condición de hablante de lengua indígena. Como se puede advertir, en el ámbito urbano las mujeres

reportan más violencia que las mujeres que habitan en zonas rurales. (Ver cuadro 1)

Cuadro 7.3. Comportamiento de la prevalencia de los cuatro tipos de violencia, según variables específicas, a lo largo de las tres ENDIREH (2003, 2006 y 2011)*

	Violencia física			Violencia sexual			Violencia emocional			Violencia económica		
	2003	2006	2011	2003	2006	2011	2003	2006	2011	2003	2006	2011
Prevalencia general	9.3	10.2	4.4	7.8	6.0	2.8	34.5	26.6	23.3	27.3	20.1	16.1
Ámbito												
Rural	9.5	9.3	4.1	9.0	5.9	2.8	31.7	21.7	17.4	22.6	16.0	13.0
Urbano	9.3	10.5	4.5	7.5	6.0	2.8	36.5	28.1	25.1	28.6	21.4	17.1
Estrato Socioeconómico												
Muy bajo	10.7	11.4	5.1	8.9	6.9	3.1	33.3	24.9	20.1	27.0	19.3	14.6
Bajo	10.4	12.2	5.4	8.7	6.8	3.3	38.8	30.2	25.9	32.0	23.8	19.4
Medio	6.7	8.5	3.5	5.8	5.1	2.3	35.2	25.5	23.4	23.6	18.3	14.9
Alto	5.7	5.5	2.4	5.1	3.6	1.9	30.8	21.8	21.4	19.1	14.9	12.2
Condición de hablante de lengua indígena												
Ninguno habla		10.1	4.4		5.9	2.7		26.9	23.8		20.5	16.5
Mujer habla, hombre no		16.4	8.1		8.1	3.8		30.0	22.5		21.8	17.4
Hombre habla, mujer no		13.2	6.2		7.4	4.2		30.9	27.5		23.3	20.0
Ambos hablan		9.5	3.7		5.6	3.4		19.7	14.9		13.8	9.4
Recibe ingresos por apoyo de Oportunidades												
No		10.1	4.2		5.7	2.6		27.1	23.7		20.5	16.2
Sí		10.9	5.2		7.3	3.7		23.8	21.0		18.6	15.5
Recibe remesas internacionales												
Sin remesas		10.2	4.4		6.0	2.8		26.6	23.3		20.2	16.0
Con remesas		10.5	4.7		6.5	3.4		24.7	22.6		18.1	19.4

Cuadro 1 (ENDIREH, 2011)

Considerando el contexto social, cultural y económico anterior, se escogió estos dos lugares de investigación debido a que en este estudio se realizó un análisis comparativo entre mujeres que vivían en una zona rural del estado de Puebla, el municipio de Guadalupe Victoria-Chilchotla, y mujeres que habitaban en zonas urbanas populares de la Ciudad de México como lo es la Delegación de Iztapalapa, en la Unidad Habitacional Mirasoles.

Esto con la finalidad de conocer de qué manera se relacionan el lugar en donde habitan, la forma de vida, las costumbres, la cultura, la educación, etc., con la

interpretación que hacen estas telespectadoras de los contenidos televisivos que se presentaban en el programa de televisión “Cosas de la vida”.

2.4. *Cosas de la vida*: los *talk shows* en México

En este apartado se hablará sobre los diferentes programas que han existido en la televisión y que han manejado el género televisivo *talk shows*, entre ellos, “Cosas de la vida”.

Uno de los diferentes géneros televisivos que transmite la TV a la audiencia es el “*talk show*, junto con los reality shows y los magazines, son parte de los infortáculos, que son programas que incorporan una variante en la concepción de la información televisiva en la que se integran ostentosamente elementos de espectáculo” (Herrero, 1998: 495 citado en Gamboa, 2001). Sin embargo, este autor menciona que él prefiere llamarlos “infortáculos”, un acrónimo procedente de información y espectáculo.

Como podemos ver, se llama *talk show* a aquellos programas conducidos y organizados por personas conocidas en el medio del espectáculo, dentro de un foro de televisión, y que se caracterizan por presentar testimonios o entrevistas a personas invitadas para exhibir sus problemáticas y platicarlas al público presente en el foro, pero también ante millones de espectadores que se hallan detrás de la pantalla.

Según Gamboa este tipo de programas tienen su antecedente en Estados Unidos, entre los que destacan los siguientes: *El show de Johny Carson* (1962), *El Show de Ricky Lake* (1993-2004), y ante el éxito de éste, inmediatamente surgieron imitadores como *El show de Ophra* (1986-2011), *El show de Arsenio Hall* (1989-1994) o *El show de Jerry Springer* (1994). Por otro lado, en el idioma español tenemos *El show de Cristina con Cristina Saralegui* (1989-2010) o *Cara a cara con María Laria* (1989). En México surgieron programas como: *¿Ud. qué opina?*, con Nino Canún (1952), *Cosas de la Vida* con Rocío Sánchez Azuara (1999). En esa misma época se difundió el programa *Hasta en las mejores familias*, (2000) el cual tuvo varias conductoras como: Carmen Salinas, Fernanda Familiar y Talina Fernández. También apareció *Íntimamente Shanik* con Shanik Berman (1992), *El show de Martha Susana* con Martha Susana (2000), en Cadena tres *Casos de familia* (2012) con la conductora Tere Marín; en Argentina *Causa común* (1991) y en Perú *Laura en América* con Laura Bozzo (1990-2001).

Posteriormente, Laura Bozzo llegó a México con el programa *Laura de todos* transmitido por TV Azteca, después salió de esa televisora para estar al frente del programa *Laura* en Televisa. Estos programas son sólo algunos de los *talk shows* más conocidos en México.

De este modo podemos ver que han sido varios los programas tanto nacionales como internacionales los que conforman uno de los géneros más exitosos de la televisión. Respecto al rating de este género televisivo, tenemos la siguiente tabla en la que se representa el reporte mensual y anual de audiencia de los programas

Laura, Cosas de la Vida y Casos de Familia, información proporcionada en 2012 por el Instituto Brasileño de Opinión y Estadística (IBOPE AGB México)¹.

A continuación, se muestra los rating de los programas antes mencionados:

Nivel de Rating de los programas: *Laura, Cosas de la Vida y Casos de Familia*

Programa 1	Programa 2	Programa 3
Canal 2 / Laura	Canal 13 / “Cosas de la vida”	Canal 28- Cadena 3/ Casos de Familia
Reporte de Promedios de audiencias anual y mensual 2012		
DESCRIPCIÓN	Variables	
	rat%	rat#
Canal 2 PROGRAMA: LAURA		
Enero	4.07	2,061.33
Febrero	4.87	2,463.78
Marzo	5.20	2,631.20
Abril	4.80	2,428.88
Mayo	5.05	2,555.48
Junio	5.49	2,780.29
Julio	5.14	2,601.72
Agosto	4.98	2,523.35

¹ Cabe señalar, que esta empresa se encarga de la investigación de las audiencias y consumidores en México. Por su parte, Nielsen que se fusionó con IBOPE, esto para complementarse y dar un conocimiento completo sobre el consumidor en su interacción con los medios, la compra de productos y los hábitos del consumidor mexicano desde 1967. Fue imposible acceder a información más reciente sobre el *talk show* analizado.

Septiembre	4.73	2,392.95
Octubre	4.47	2,264.92
Noviembre	4.07	2,060.10
Diciembre	3.82	1,931.62
TOTAL 2012	4.74	2,397.35

Canal 13

PROGRAMA: COSAS DE LA VIDA

Enero	4.06	2,055.33
Febrero	4.37	2,210.70
Marzo	4.42	2,237.15
Abril	3.81	1,926.66
Mayo	3.70	1,873.30
Junio	3.92	1,982.54
Julio	4.06	2,054.40
Agosto	4.01	2,031.61
Septiembre	3.66	1,853.61
Octubre	3.51	1,776.67
Noviembre	3.46	1,751.85
Diciembre	3.37	1,705.89
TOTAL 2012	3.86	1,951.82

Canal 28 -CADENA TRES
PROGRAMA- CASOS DE FAMILIA

Julio	0.08	38.87
Agosto	0.08	41.53
Septiembre	0.10	49.72
Octubre	0.10	48.73
Noviembre	0.09	46.22
Diciembre	0.06	32.02
TOTAL 2012	0.09	43.15

Variables

Rat %: Es la variable de medición de audiencias que representa el porcentaje de todos los individuos de un target que está viendo la televisión en un momento y canal determinados.

Rat #: Es la variable de medición de audiencias que representa el porcentaje de los miles de individuos de un target que está viendo la televisión en un momento y canal determinados.

El target considerado en el presente reporte es total personas de más de 3 años de las 28 ciudades consideradas en este estudio. Fuente consultada: **Nielsen IBOPE AGB México. 08/08/13**

Como se puede ver en la anterior tabla, los rating de los programas varían del 3 % al 5 %, siendo así que el programa con mayor nivel de audiencia en el 2012 con 4.74 % es el programa de *Laura*, que representa 2.397.35 miles de personas que sintonizaron el programa que se transmite por el canal 2 de la empresa Televisa. Mientras que el programa *Cosas de la Vida* se mantuvo en el segundo lugar cerrando el año con un promedio de 3.86 % que representa 1.951.82 miles de personas que vieron la emisión. Finalmente, *Casos de familia* que inició sus transmisiones en el mes de julio de 2012 partió con un rating de 0.08 % y

concluyó con 0.09 %, lo que demuestra que, es el programa menos visto por la audiencia, ya que sólo 43.15 miles de personas ven la emisión que está por muy debajo de su competencia *Cosas de la Vida y Laura*.

El programa de televisión en el que se centró esta investigación es el programa del género *talkshow* “Cosas de la vida”. “Este programa inició sus transmisiones a finales de 1999, fue el primer *talk show* de México transmitido totalmente en vivo. El programa consiguió el éxito debido a que tocaba temas sensibles y fuertes, lo cual lo llevó a tener altos niveles de audiencia, pero después de tres exitosos años al aire, “Cosas de la vida” terminó el 21 de febrero de 2003” (zetaboards.com; en línea).

“La conductora de este programa, Rocío Sánchez Azuara, nació en Tamazunchale de la Huasteca Potosina, el 27 de junio de 1963. Inició su carrera en televisión dando los horóscopos en “La Pasarela”, en Veracruz, y posteriormente trabajó como conductora de noticias, además de algunas participaciones en otros programas de televisión” (Rocío Sánchez Azuara, azteca. com; en línea)

El programa “Cosas de la vida” nació de un proyecto que realizó el productor argentino Roberto Romagnoli, quien en un principio acudió a la empresa Televisa para tratar de vender su idea; sin embargo, esta empresa no se interesó. Por lo que fue a TV Azteca, y allí, después de estudiarlo, lo aceptaron. La conductora seleccionada fue Rocío Sánchez Azuara, quien antes había tenido buen desempeño con un programa de corte amarillista titulado *Ciudad desnuda*.

El 10 de noviembre de 1999 inició su primer *talk show* “Cosas de la vida” que fue un éxito en la televisión mexicana, pero ese mismo año sufrió varios ataques de competencia, ya que también se transmitían los programas de *Laura en América* y *El show de Martha Susana*, pero el más fuerte fue *Hasta en las mejores Familias* de la cadena Televisa, este programa tuvo varias conductoras como: Carmen Salinas, Fernanda Familiar y Talina Fernández.

Además, en ese mismo año se estrenaron dos programas que fueron conducidos por ella como: *Cuenta Conmigo* y *Al otro lado del espejo*. En 2004 renunció a TV Azteca para incorporarse a Telemundo, posteriormente se mudó a E.U. en donde inició su emisión llamada *Rocío*, grabado en Miami, pero este programa finalizó en 2008 debido a la gran competencia del *Show de cristina* y *Laura en acción*.

“En 2010 estuvo en pláticas con Televisa, para lanzar su programa y competir con Laura Bozzo del programa *Laura de Todos*. Justo en ese momento, Laura Bozzo tenía problemas con los ejecutivos de TV Azteca y se marchó de la televisora dejando botado su programa. Rocío Sánchez Azuara, entonces, declinó la oferta de Televisa y volvió a TV Azteca” (lauracasosparalosdelatv.com; en línea).

Después de años de estar fuera del aire la conductora regresó a México recibiendo ofertas de Televisa y TV Azteca, pero la conductora decidió volver a TV Azteca con su productor Roberto Romagnoli, y en octubre de 2010 inició un programa con el mismo concepto y formato, conservando el mismo nombre con el que inició sus transmisiones en el año 1999 “Cosas de la vida”. En la actualidad el programa se puede ver de lunes a viernes con un horario de 6:00 a 7:00 PM por

TV Azteca, canal 13. También esta emisión se puede ver por Azteca América. La cobertura de este canal es amplia, ya que se puede ver en los EE.UU., Honduras, Costa Rica, Panamá, Argentina, Brasil, Perú y Colombia.

Los temas de este programa tienen que ver con las diferentes problemáticas que las personas enfrentan día con día, por ejemplo: la violencia intrafamiliar, abuso sexual, infidelidades, alcoholismo, drogadicción, injusticias, embarazos no deseados, entre otros, además de ofrecer ayuda para encontrar a personas desaparecidas.

El programa trata sobre diferentes casos que son expuestos por personas que acuden a este espacio, los cuales son observados y escuchados por el público que se encuentra en el foro, además de ser vistos por miles de personas que se encuentran detrás de la pantalla. Las personas que participan en el programa exhiben sus diferentes problemáticas y, al parecer, acuden a este tipo de emisión televisiva para tratar de encontrar una solución. Asimismo, Rocío Sánchez Azuara, conductora principal de dicha emisión, narra el caso de los participantes para que los pueda ayudar a encontrar una posible respuesta a sus dificultades. En el foro también participan una abogada y un psicólogo, ellos tienen el papel de especialistas, quienes a lo largo de la transmisión analizan lo que la gente expresa, para que al finalizar el programa la conductora pida la opinión de ellos en relación al caso y así asesoren a las personas participantes. En ocasiones, los especialistas ofrecen dar seguimiento a los casos.

Algunos de los títulos con los que se presentan estos temas en el programa son: “Le di trabajo y me demandó por acoso sexual”, “Esa mujer no merece tener a mi nieta”, “Amenazas, maltratos y humillaciones es lo único que recibo por parte de mis hijos”, “Me enamoré del amante de mi papá”, “Una falsa acusación cambió nuestras vidas”, “Mi esposo me abandonó embarazada”, “Entre mentiras e injusticias vivimos por culpa de mi ex yerno”, “Por celos, mi marido me culpa de la muerte de mi hijo”, “Me compraron para darle un hijo, pero no lo voy a entregar”, “Vendo mi cuerpo porque mi marido no mantiene a mi hija”, “Mi nuera engaña a mi hijo con mi marido”, “Mi hijo esta descontrolado, me pega y me roba dinero”, “Me metí con mi jefe para darle de comer a mis hijos”, “Prefiero vivir en la calle que soportar los golpes de mi casa”, “Abuso sexual y muerte en Chimalhuacán”, entre otros.

Del mismo modo, a veces transmiten emisiones especiales los días sábados, en donde repiten algunos de los programas y transmiten los temas más recurrentes como: el acoso sexual, infidelidades del hombre o la mujer, injusticias, abandonos, etc.

No obstante, en la revista “Proceso” se publicó una nota del 30 de noviembre de 2012, con el encabezado “‘Cosas de la vida’: evidencia de un falso testimonio”, escrita por Juan Pablo Proal, en donde se afirma que este programa, en vez de proponer un debate en relación a fenómenos sociales, incita a los participantes a confrontarse los unos con los otros y se nota que es una farsa. Los panelistas que participan en él, son unos pésimos actores: ríen cuando tienen que llorar, se evidencia su nerviosismo y toman sutilmente reveladoras noticias, señala el autor.

Los casos expuestos en el show se presentan ante al auditorio como ciertos, sin embargo, es pura ficción, remata Proal.

En este sentido, cabe señalar que los seguidores de este programa han subido a la red social YouTube evidencias de testimonios falsos, en los que se muestra personas que han participado en diferentes emisiones con distintos casos en el programa de la competencia de Laura Bozzo *Laura*. Según una fuente de “Proceso”, esta conductora ha sido acusada en numerosas ocasiones de comprar testimonios y montar regularmente farsas en su programa.

Las conductoras de los *talk shows* más vistos en México, Rocío Sánchez Azuara y Laura Bozzo, adoptan un papel de “consejeras morales”, expresa el autor de la nota Juan Pablo Proal. Las reflexiones que plantea el programa no deberían tomarse a la ligera, ya que es incalificable que las televisoras se aprovechen de las problemáticas que se enfrentan día con día los mexicanos, pues son exhibidos, ridiculizados y juzgados ante millones de hogares a cambio de una paga de miseria. (Revista Proceso, Proal, 30 de Noviembre de 2012; en línea)

Además, finaliza el autor, se nota claramente la falta de preparación de las conductoras para estos casos, ya que se creen consejeras y psicólogas de la sociedad mexicana, más aún que se les permita presentarse como programas con testimonios verídicos cuando existen evidencias de que es un fraude.

Más allá de este debate, consideré importante analizar los diferentes temas que se presentaron en el programa y explorar la vinculación que surgió entre el programa y el espectador, en el sentido de que podemos conocer las diversas

interpretaciones y opiniones que tienen los individuos al interactuar con dicha emisión, en particular, tomando en cuenta las diferencias de género.

Por tanto, esta investigación se centró en el proceso de recepción de las mujeres que habitaban en el pueblo de Guadalupe Victoria-Chilchotla perteneciente al estado de Puebla y las de D.F de la delegación Iztapalapa; a través de este programa pudimos conocer los diferentes significados que producían las mujeres que viven en el campo y en la ciudad con relación al mismo programa y a las problemáticas sociales que aborda.

CAPÍTULO III

ESTADO DEL ARTE

Capítulo III

Estado del arte

El presente capítulo aborda los estudios que han realizado autores en diferentes épocas acerca de la recepción televisiva de las mujeres; del mismo modo, se presentan otras investigaciones sobre mujeres y perspectiva de género.

La información se organizó en dos apartados: a) estudios de recepción televisiva en mujeres, b) estudios de recepción televisiva con perspectiva de género. Por cada documento se consideraron: los objetivos de los autores para llevar a cabo su investigación, la metodología que utilizaron, las distintas técnicas de investigación empleadas y las conclusiones a las que llegaron.

En este marco, finalmente se presenta la aportación de la presente investigación sobre las mujeres que habitan en una zona rural del estado de Puebla en el pueblo de Guadalupe Victoria y en una zona urbana popular del Distrito Federal, puntualmente en la Unidad Habitacional Mirasoles de la delegación Iztapalapa.

3.1. Estudios de recepción televisiva en mujeres

El autor Guillermo Orozco Gómez (1987) realizó una investigación titulada “Amigas y enemigas: Madres mexicanas frente a la televisión”, en la que indaga sobre las diversas opiniones que tienen las madres mexicanas sobre la televisión en la educación de sus hijos, así como el papel mediador que ellas ejercen sobre la audiencia infantil.

Cabe señalar que las opiniones de ese estudio son de tres trabajos que llevó a cabo continuamente de 1987 a 1995. Esto para conocer las opiniones de las madres acerca de la televisión y los programas infantiles que los niños veían, del mismo modo, poder conocer qué tan educativos eran esos programas.

La metodología que utilizó fue cualitativa, ya que en sus estudios realizó diversas entrevistas con las madres mexicanas de diferentes ciudades en relación con la televisión y la educación de sus hijos.

El autor explica que las opiniones diferenciadas que dan las madres dependen de su estrato social. En sus tres estudios encontró correlación en las opiniones en un aspecto: que la televisión, su programación y el vínculo niños-televisión, son temas repetidos que se encuentran en la interacción que se da entre la madre y el hijo.

Sin embargo, los padres de familia comienzan una relación más situacional y específica con la televisión que las madres, es decir, los padres ven un programa

determinado que les agrada, pero también gustan de otros géneros para pasar el rato, no para preocuparse en relación con la familia. Uno de tantos programas que ellos suelen sintonizar son deportes y policíacos.

En cambio, para las madres “la televisión está al centro de la vida cotidiana del hogar. Por su mayor presencia física en él, perciben de manera directa la competencia que la televisión ejerce con ellas y específicamente contra su rol de autoridad en la familia” (Orozco, 1987: 77); es decir que la madre al ocuparse de las labores domésticas, el televisor se vuelve un compañero más en su vida diaria pues el impacto de su contenido es más directo y genera en ellas una confrontación con sus hijos debido a que ellos no quieren desprenderse del televisor, y rompen las reglas que la madre pueda imponerles al momento de interactuar con la televisión.

El autor recogió varias opiniones acerca del conflicto que genera la televisión en los hijos y con ellas mismas. Asimismo, sobre el control y las condiciones que ellas ejercen con los hijos para poder ver la televisión un ejemplo de esto es lo que expresó una madre soltera al llegar de trabajar: *“Yo no sé si todo lo que ven en la tele es bueno o malo, lo que sí sé es cuando llego cansada de trabajar y los veo (a mis hijos) ahí, aplastados y ni si quiera se levantan para saludarme, lo único que quiero es apagarlas (la televisión).* (Orozco, 1987: 77)

De igual modo, el investigador analizó los diversos puntos de vista que tienen las madres de diferentes estratos económicos con relación a los diversos géneros televisivos, para saber si ellas encuentran en la TV aportes educativos.

El autor entrevistó a tres madres de nivel bajo, medio, alto, para ver qué punto de vista tenían en torno a la influencia educativa de la TV respecto de sus hijos. Se reitera que las opiniones de las madres varían dependiendo del nivel socioeconómico.

En entrevista con una de las madres de estrato económico bajo encontró que para ella la televisión es educativa, ya que algunos programas son buenos porque aprenden los niños.

Por otro lado, las madres con un nivel socioeconómico medio opinan que, los programas son ficción pues no son reales, y a consecuencia de esto los niños van perdiendo su creatividad; asimismo, a las madres también les preocupa que sus hijos dejen de hacer sus obligaciones como tareas o deporte, por lo que les preocupa lo que ven sus hijos.

Las mujeres con un nivel socioeconómico alto expresaron que si la televisión fuera de una mejor calidad, ellas no se preocuparían en que sus hijos la vieran; en pocas palabras, las madres aluden en que lo que se transmite en la TV es pura fantasía y no sucede en la vida real, como en las telenovelas. En suma, mientras que para algunas madres las telenovelas son educativas para otras resultan problemáticas, porque no los hacen ser más críticos con lo que pasa en la realidad.

Finalmente, como dice el autor, “ver televisión en familia es un acontecimiento cada vez más frecuente para la mayor parte de la teleaudiencia, con excepciones sobre todo entre las pertenecientes a estratos socioeconómicos medios-altos y

altos, donde la televidencia individual, propiciada por la existencia por varios televisores en los hogares y otras video tecnologías, propicia una mayor diversificación de interacciones televisivas” (Orozco, 1987: 83). En este sentido podemos decir que, de acuerdo al estrato social, es como el sujeto hará un mayor análisis de los programas televisivos, del mismo modo que si tiene acceso a otros dispositivos tecnológicos la persona obtendrá una mayor interacción y, por ende, estará más informado de lo que acontece en su entorno.

Retomamos algunos de los puntos expuestos en la anterior investigación de Orozco, esto para conocer cómo dependiendo del estrato social bajo, educación básica o nula y otras mediaciones, las mujeres interpretaron los programas televisivos.

La investigación de las autoras Karla Y. Covarrubias Cuéllar y Ana B. Uribe Alvarado, llamado “Hacia una nueva cultura televisiva: Análisis de los públicos de la Telenovela *Mirada de Mujer*” (1998), compara las telenovelas que producía Televisa con las de *TV Azteca*. En la telenovela *Mirada de Mujer de Azteca*, se escenifica diferente el rol de la mujer, en relación con los papeles femeninos de la otra televisora.

La metodología que utilizaron fue cualitativa y consistió en la técnica de grupo de discusión, mediante la cual se podía obtener un amplio conjunto de significados sociales que explorarían la relación de la telenovela con la vida cotidiana de los sujetos.

También utilizaron la Etnometodología usando materiales visuales en la producción de significados sociales; los informantes al ver imágenes dieron sus percepciones y apreciaciones acerca de la telenovela.

Aimée Vega Montiel (2000) realizó un estudio sobre *Los procesos electorales en México y su relación con el comportamiento político de las amas de casa: el caso de 1997 en el D.F.*

En lo que concierne a las amas de casa, en relación a los medios de comunicación-audiencia en el proceso electoral del Distrito Federal, la autora nos dice que 90% de las mujeres tenían definido su voto antes de que comenzaran las elecciones; no obstante, para las mujeres con un nivel socioeconómico C, el noticiero “Hechos” sí influyó para determinar su voto, pues les ayudó a confirmar que Cárdenas no representaba una buena elección.

Nos podemos dar cuenta que los medios juegan un papel fundamental en la toma de decisiones de la audiencia, en este caso las mujeres. Sin embargo, esto dependerá de diversos factores que tenga el sujeto como: nivel socioeconómico, nivel de escolaridad, edad, género, etc. Por tal razón, el sujeto puede o no dejarse “influenciar” por los medios y tomar sus propias decisiones.

La información televisiva es un factor determinante en la decisión de las amas de casa, ¿qué elementos sí resultaron serlo? La autora nos menciona que, un factor fue el ambiente que se vivía, pues de acuerdo a los testimonios de las amas de casa, el contexto social, económico y político fue lo que definió su voto.

Otro factor importante es la socialización, en este sentido el contacto con otras personas fue importante en la toma de decisiones del voto para las amas de casa, como la discusión con la familia y, en particular, con el esposo. La autora nos dice que “las características de la sociedad patriarcal que priva en México: lo que es de destacar de dichas declaraciones es que el marido, como esa figura definitoria en la toma de decisiones, permea a todos los sectores de la sociedad”. (Vega, 2000: 4).

Por otro lado, existen programas especialmente dedicados a las mujeres: *Lo Que Callamos las Mujeres*, *La Rosa de Guadalupe* y los *talk show Laura*, y *Cosas de la Vida*, entre otros, estos dos últimos también lo pueden ver toda la familia. Sin embargo, en esta investigación acerca del *talk show Cosas de la vida*, las mujeres se pueden identificar con los casos expuestos en estos programas, pues en su contenido especialmente el de *Cosas de la Vida*, participan especialistas que orientan a las personas que exponen su caso en ese programa.

La audiencia que sintoniza dicho programa se puede comparar con los problemas que presentan los panelistas, considero que el mensaje que dan es que la audiencia actúe y que se forme un criterio propio, y lo pueda aplicar en su vida cotidiana.

Continuando con el estudio, se determinó que también el nivel educativo y el segmento económico constituyen otros elementos que determinan el consumo de los medios de manera importante. Se comprobó que entre mayor es el nivel educativo y económico en las amas de casa, más significativo era el análisis que

hacían de la información, ya que estos factores son puntos clave para procesar los mensajes que emiten los medios.

El contexto que se vivió ese año determinó la decisión de su voto, así como la interacción con otras personas, el nivel educativo y económico de las personas, pues de esto depende el análisis que hacen las personas de los programas televisivos.

La autora utilizó la metodología de análisis de cultivo, esto le sirvió para monitorear las noticias de la prensa acerca de las notas que tocaran el tema de las campañas electorales en determinado tiempo. También usó datos de la Academia Mexicana de Derechos Humanos, con el fin de dar cuenta que algunas notas no tenían relación con las campañas electorales, y sin embargo, captaron la atención de los informativos, ocasionando que se desviara la atención acerca de las campañas electorales y provocando que la audiencia no estuviera informada.

Para el estudio de la audiencia hizo uso de la técnica de entrevista en profundidad y la aplicó entre enero y abril a 20 familias de casa del D.F., con personas de diferentes sectores socioeconómicos: A -bajo-, B -medio bajo- C -medio alto- y D -alto-. Por lo tanto, en esta investigación que se pretende llevar a cabo, con las mujeres de 25 a 60 años de edad, conoceremos qué interpretación dan del programa *Cosas de la Vida*, de acuerdo al nivel de escolaridad, económico y el consumo de medios de nuestros sujetos de estudio.

Por otro lado, “Conaculta en 2003 menciona que 29.8 % de las mujeres ven más tiempo la televisión con un promedio de cuatro o más horas al día que los

hombres” (Numeralia: 8) en este sentido, podemos discernir que las mujeres ven más tiempo el televisor porque se dedican a las labores del hogar.

Del mismo modo, la autora Aimée Vega (2004) realizó otro estudio sobre las audiencias titulado *Amas de casa, televisión y participación política. México elecciones 2003*.

Comienza analizando la frecuencia con la que este sector ve las noticias electorales en la televisión, del mismo modo sobre la influencia que el medio ejerce en su comportamiento durante el proceso electoral en México de julio de 2003.

La autora nos dice que “la participación política de las mujeres es juzgada como pasiva y conservadora, porque votan menos que los hombres o porque no votan por los candidatos por los que ellos sí, además de que tienen menos conocimientos sobre las opciones y los temas políticos que los hombres” (Vega, 2004: 98).

Sin embargo, en cuestiones políticas cuando no participan se piensa que son apolíticas, es así que con el paso del tiempo se hace una construcción socio-histórica de género, pues se cree que el hombre sólo puede participar en las cuestiones de temas políticos, es decir en la esfera pública, mientras que las mujeres son excluidas de estos temas, ya que su ocupación está en el hogar.

En la presente investigación el programa de televisión *Cosas de la Vida* juega un papel importante en la vida cotidiana de las mujeres y sus familias, por lo que resulta interesante conocer cómo ellas interpretan los mensajes y los ponen en

práctica en su vida diaria; ya que en este programa “se orienta” al público para saber qué hacer en caso de que tengan algún problema, pues la audiencia se siente identificada con lo que se transmite.

Martha Renero (2004) realizó un estudio titulado *¿Que se enteren de la clase de hombre que es! La incómoda esfera pública del habla femenina del talk show*. Nos dice que la corriente latinoamericana de los estudios de recepción y audiencias se desarrolla con base en las propuestas de Jesús Martín Barbero; en un principio la recepción analiza la dominación, y esta perspectiva evoluciona debido al desarrollo de las nuevas tecnologías, la cual es una fuente más de mediaciones.

Por otro lado, la autora sustenta su investigación citando a varios autores como Alejandro Grimson, N. Abercrombie y B. Longhurst, así como de A. Appadurai y N. García Canclini. E. Bird hace un análisis etnográfico oral de la gente común, y Jane M. Shattuc afirma que “la esfera pública que genera la producción de este tipo de programas es incómoda, compuesta por aquellos quienes, en forma provisional ensayan cómo actualizar sus potenciales dotes histriónicos (performativas)” (Renero, 2004: 56).

Para la autora “las audiencias juzgan a la realidad de la televisión a través de la realidad de su vida cotidiana, y que si bien puede haber un llamado al escapismo e insatisfacción con la propia vida, este motivo es superado por el placer de relacionar los eventos y caracteres de la televisión con los de la propia vida” (Renero, 2004: 54).

Siguiendo con su investigación, la autora realizó un estudio de campo en el que reportó citas e interpretaciones de mujeres ex panelistas invitadas a un programa de televisión latino del género *talk show* llamado “Él y Ella”. La investigadora exploró el rol que tenían las invitadas dentro de la producción del programa, sin embargo, encontró obstáculos que le impidieron entrevistar a las mujeres, por lo que investigó los teléfonos y domicilios de las ex participantes.

Contactó a once mujeres de estrato socioeconómico y educativo bajo, que residían en Iztapalapa y Milpa Alta. La ocupación de cada una de ellas era el hogar, además de la realización de otras actividades. Las personas que entrevistó habían actuado recientemente en ese programa.

La metodología que siguió fue cualitativa. Para realizar las entrevistas utilizó la técnica de la entrevista semiestructurada. Partió de tres preguntas centrales para su estudio: por qué se decidió ir al programa, qué quería lograr como invitada y qué programas de radio y televisión ve. El estudio lo dividió en dos partes: los motivos que tuvieron para participar y las competencias como telespectadoras.

Renero halló que las respuestas de las entrevistadas fueron similares, pues para ellas acudir al programa resultó una experiencia positiva en sus vidas. En cuestión a la intencionalidad por la que fueron al programa, acudieron a él principalmente porque sus problemas se relacionaban con la vivencia cotidiana de la violencia doméstica ejercida sobre ellas; con excepción de sólo una quien consideró que su historia le puede ayudar a otras mujeres. Renero enfatiza la relevancia en relación

a la esfera pública de gente desfavorecida que está asimilando cómo emitir su poder potencial de participación social.

Concluye que las representaciones demandan cotidianamente los televidentes, quienes lloran o ríen, pero siempre sintonizan; mientras que las personas que se encuentran en el foro aplauden, los invitados se desahogan, los productores cobran y las empresas televisivas siguen creando nuevos programas para llegar al público con su amplio efecto mundial.

Otro proyecto de investigación que realizó la autora Renero (2005) fue *La normatividad pragmática del talk show y los ignorados derechos de la gente ordinaria a la imagen pública en televisión*. Analizando de nuevo el programa “Él y Ella” producido por la empresa televisiva de Telemundo en la Ciudad de México, identificó que la principal prioridad de esta empresa era la de llegar al público hispanohablante radicado en Estados Unidos.

La autora comienza dando una breve introducción sobre los programas que manejan el género televisivo *talk e info shows*. Renero señala que estos programas son “exponentes de la pragmática del periodismo popular en televisión, que fabrica historias utilizando como protagonista a la gente ordinaria” (Renero, 2005: 13); es decir, en estos programas utilizan el periodismo popular, o bien, tabloide (amarillista) que manipulan a la gente común para que sean partícipes en la emisión exponiendo sus problemas cotidianos para producir entretenimiento.

Con base en observaciones de campo de las rutinas del equipo de producción del programa *Él y Ella*, elaboró datos e interpretaciones con un enfoque cualitativo.

Durante su visita a los estudios de producción del programa, utilizó la técnica de la entrevista en profundidad, ya que efectuó una serie de entrevistas con los productores durante sus prácticas cotidianas, al igual que con los panelistas que iban a exponer sus casos, con la conductora del programa y los asesores o psicólogos. Sin embargo, la autora encontró contradicciones en lo que se dice y se hace en las prácticas productivas, por ejemplo: la privacidad de los participantes, seguimiento de los casos, engaños, etc.

En el lapso de su investigación, Renero señala dos momentos importantes en la producción del programa *Él y Ella*: a) reglas explícitas relativas a la ética normativa de los productores; esto se refiere a la supuesta protección de la identidad de los invitados, pues ellos no son lo más importantes en el foro sino el nivel de audiencia pues: “la racionalidad económica de los funcionarios de la televisión comercial mexicana es firme, mientras más humor o vacilada, mayor es la sintonía del gran público” (Renero, 2005: 31); y b) normas implícitas en torno al manejo de los invitados como protagonistas, en donde la autora apunta tres momentos: primero, se hace el proceso de reclutamiento a través de mujeres llamadas “busca panelistas”, quienes hacen la labor de provocar a la gente a que acuda al programa a buscar ayuda. Después, durante la estancia en el foro, los productores les dicen a los invitados que expresen todo su sentir a sus agresores, después ellos entran al foro sin saber a qué iban y es ahí cuando empieza todo el show.

Finalmente, el seguimiento de los invitados problema, pues los panelistas del programa corren un gran riesgo, ya que pueden vengarse de ellos y ser agredidos por la persona que le hizo algún mal. Dicho seguimiento es una ficción, porque la

gente que continúa con el mismo problema y cuando intenta comunicarse con el productor, este deja de interesarle. Los panelistas entrevistados por la autora aseguraron que no recibieron ningún apoyo moral después de haber participado en el programa.

Renero concluye que ante el desarrollo de la tecnología, de concentraciones de poder económico y político, de hegemonía en los sistemas de medios, etc., es indispensable proponer nuevas maneras de ejercer el *periodismo cívico*, como una manera analítica que pretende hacer frente en torno a los géneros populares de televisión comercial, esto para ejercer una práctica del periodismo de investigación y no popular.

En 2005 Vega llevó a cabo otro trabajo de recepción sobre *La decisión de voto de las amas de casa mexicanas y las noticias electorales televisadas*. En esta investigación nos dice que durante los procesos electorales, los programas de noticias constituyen la principal fuente de información para la audiencia mexicana.

Estos programas son promotores de una sociedad informada, siempre y cuando se consideren ciertos elementos o mediaciones que podían definir la intervención política de los ciudadanos, tales como: el nivel socioeconómico, el educativo, la edad, la construcción social del género y otros sitios de socialización como lo público y privado. Para la autora, estos elementos fijaban las formas particulares de las audiencias de ver e interpretar las noticias televisivas acerca de la política.

La autora en su estudio encontró que en las noticias y la política, las amas de casa se encuentran definidas principalmente por su posición de marginación en la esfera doméstica y pública.

El objetivo principal de la investigación de la autora era analizar la relación entre la recepción de noticias sobre las elecciones, emitidas por los noticiarios mexicanos, y la decisión de voto de las amas de casa, en el contexto del proceso electoral del año 2000 para la Presidencia de México. La pregunta de investigación que presentaba era que si el acto de exposición a los noticiarios contribuía a que las amas de casa: a) conozcan y entiendan un proceso político, b) decidan su voto, y c) conciben sus acciones, identidad y participación política.

La autora propuso un modelo integral para analizar el proceso de recepción de los mensajes. Esto incluía dos observables: por un lado, la cobertura de los telediarios mexicanos al proceso electoral del año 2000 y, por el otro, el proceso de recepción de dichas informaciones entre las amas de casa. Utilizó la metodología cualitativa y cuantitativa, también el análisis de contenido para estudiar las noticias sobre las elecciones emitidas por los cuatro principales telediarios de México tales como: *Noticiero Hechos*, *CNI Noticias* y *Noticias*. Además, hizo uso de las técnicas de entrevista en profundidad y grupo de discusión. Utilizó técnicas cualitativas que aplicó a las amas de casa que vivían en la Ciudad de México, tomando en cuenta el sector socioeconómico medio-bajo, y con edades que oscilaban entre 23 y 74 años, algunas casadas y otras solteras.

En otra investigación los autores América Tonantzin Becerra Romero y René Alonso Morales Rojo (2012), en su estudio llamado *También heredamos la forma de ver televisión*, realizaron un estudio sobre la recepción televisiva de las familias de Tepic, demostrando que la televisión es el medio de comunicación masiva más usado en los hogares mexicanos. Según cifras del INEGI 2010, en Nayarit existía 95.1 % de viviendas que contaban con ese aparato receptor. Utilizaron la metodología cualitativa con la técnica de la observación participante para obtener datos sobre el consumo televisivo y la interacción de la familia mientras veía el televisor.

En su estudio los autores encontraron que las amas de casa encienden la TV para hacer las labores domésticas: “La televisión se presenta como un agente de compañía (sobre todo por las amas de casa), agente consejero, medio que da motivos a conversación e instrumento de poder” (Becerra y Morales, 2012: 10). También corroboraron que las mujeres prefieren ver los programas de espectáculos y telenovelas. En pocas palabras, la televisión se vuelve parte de la familia porque encuentra en ella entretenimiento y unión entre sus integrantes.

3.2. Estudios de recepción televisiva con perspectiva de género

En el *Proyecto de Promoción de la Participación Ciudadana de la Mujer*, se realizó un estudio acerca de la participación política de las mujeres en las diferentes comunidades de Guatemala tanto rurales como urbanas, para comprobar quiénes participaban más.

En ese estudio se observó que en el área urbana de Guatemala, tienen mayores oportunidades de acceso a los recursos económicos, prestaciones de servicios y a la participación social. Cuentan con medios de comunicación masiva como la radio y televisión, por lo que reciben influencia cultural proveniente de otros medios, y se encuentran expuestos a estímulos que generan los medios de comunicación, por ejemplo las noticias.

Por un lado, en el área rural no tienen las mismas oportunidades de acceso como educación, salud o justicia. Se observa que participan en menor número las mujeres de esas zonas y sólo intervienen en actividades locales, pero en general desempeñan menor cantidad de roles y la especialización de trabajo también es menor.

Adriana Peimbert (2000) en *La agenda periodística sobre políticas y programas de salud sexual y reproductiva*, realizó un trabajo sobre las temáticas de salud sexual y reproductiva, y como punto de partida para su indagación se apoyó en la teoría de la Agenda Setting. Su análisis abarcó publicaciones referentes a su tema de

interés en los nueve distintos periódicos de circulación, de diciembre de 2000 a diciembre 2001.

Su investigación se centró en conocer la agenda de los periódicos: *La Crónica*, *Excélsior*, *El Financiero*, *La Jornada*, *Milenio*, *Reforma*, *El Sol de México*, *El Universal*, y *Uno más Uno*, con el fin de identificar la información sobre las políticas y programas de salud sexual y reproductivas que se publican en los medios escritos.

Encontró que durante el periodo analizado un total de 157 notas (seis registradas durante el 2000 y 151 en el año 2001) abordaron la información sobre políticas y programas de salud sexual y reproductiva implementada por el gobierno federal. El periódico *La Jornada* publicó más notas referentes a la salud sexual con un total de 70 notas, *Excélsior*, *Reforma*, *El Financiero*, *Milenio*, y *La Crónica*, que tienen un promedio de 7 a 14 notas respectivamente y en cuanto a *El Sol de México*, y *Uno más Uno*, sólo 5 notas por periódico.

La autora encontró que ciertos hechos se publicaban por varios días y otros solo salían un día y no se volvía hablar del tema. Para la realización de su investigación, la autora utilizó como método el análisis de contenido y análisis discursivo, que le permitieron describir e interpretar el material.

Concluyó que el periódico *La Jornada* mantuvo en su agenda el tema de salud sexual y reproductiva, y los diarios que menos los abordaron fueron *La Crónica* y *Uno más Uno*. La temática de salud sexual y reproductiva que impulso el nuevo

gobierno, como una solución ante las necesidades que demandaba la sociedad mexicana.

Rosa María Camarena (2003) en *Repensando a la familia: algunas aportaciones de la perspectiva de género*, realizó un estudio sobre las contribuciones más importantes que han hecho diversos estudios en torno a las mujeres y la perspectiva de género para la comprensión de la familia. La autora hace referencia a la perspectiva de género que ha contribuido a develar la problemática de la familia, rompiendo en ocasiones con concepciones que se manejaron por largo tiempo con una visión convencional sobre la misma.

La autora seleccionó algunos temas sobre la perspectiva de género que han otorgado mayores aportes al conocimiento de las familias; los temas que abordan sus estudios tienen que ver con: la división sexual del trabajo, la estructura de las familias, así como las representaciones de los actores respecto a la familia y las relaciones de género en su interior.

En los intentos modernizadores de las sociedades menos desarrolladas y las preocupaciones por el elevado crecimiento poblacional que se vivía a finales de los años sesenta y principios de los setenta, la mujer pasó a ser un tema de interés, ya que eran uno de los grupos con mayores carencias sociales; al mismo tiempo, la mujer era pieza clave para el desarrollo y cambio para la sociedad.

Plantearon así la modernización y la integración de la mujer al desarrollo, principalmente por medio de la educación y de su participación laboral como parte

de las estrategias para el avance de las sociedades y la disminución del elevado crecimiento demográfico.

Esto contribuyó con la actividad del movimiento feminista que surgió en esos años y denunciaba la condición de desigualdad frente a los hombres. El movimiento se refería, al desplazamiento y marginación de las actividades productivas que tradicionalmente eran, como las labores del hogar y el cuidado de los hijos o las actividades de menor prestigio y con muy pocas posibilidades de acceso a las nuevas tecnologías, las formas de producción y la pérdida de status de la mujer frente al hombre.

Blumberg (1976, citado en Camarena, 2003: 260) “considera que la participación laboral de las mujeres está determinada por dos factores: la medida en que la actividad económica es compatible con las responsabilidades que estas tienen en la crianza de los hijos, y la situación de la oferta de trabajo masculina en comparación con su demanda”. Desde la corriente marxista del feminismo el interés se centró en la división sexual del trabajo, ya que consideraban que el espacio doméstico era el sitio donde se produce la subordinación de las mujeres.

Ante estas desigualdades entre hombres y mujeres surge el concepto de género como una forma de denotar el carácter totalmente social de las ideas sobre los roles apropiados para mujeres y hombres.

En estudios de corte cualitativo realizados entre mujeres que pertenecían a distintos sectores sociales, se ha advertido que su incorporación a la actividad económica remunerada no siempre ha traído consigo un cambio en su condición

de subordinación frente a su autoridad masculina. Así, el trabajo doméstico continúa siendo fundamentalmente cosa de mujeres, mientras que los hombres intervienen en él muy esporádicamente, además que la autoridad masculina tiende a ser aceptada por las mujeres sin ningún cuestionamiento.

Por otro lado, García y Oliveira (1994^a, citadas en Camarena, 2003: 275) nos dicen que “las mujeres de los sectores medios y los populares observaron que si bien en ambos, ellas comparten la responsabilidad por el trabajo doméstico, las primeras participan activamente en la toma de decisiones en sus hogares y lo relacionado a su reproducción y cuentan con libertad de movimiento, mientras que el otro grupo persiste un fuerte arraigo en la percepción de la división de roles sexuales y de patrones de dominación masculina”. Así pues, en estos sectores se sigue viviendo bajo esta idea acerca de la dominación del hombre ante la mujer.

De esta manera, bajo la perspectiva de género, han demostrado que también el poder es ejercido hacia el mismo sexo, por ejemplo: las suegras sobre las nueras o de las mujeres mayores hacia las mujeres de menor edad.

La conclusión a la que llegó la autora es que la perspectiva de género ha contribuido tanto a reconocer el ámbito del hogar como un espacio en donde se crean y recrean relaciones de dominio y subordinación entre géneros y generaciones.

Juan Enrique Huerta Wong (2004), realizó una investigación que lleva como título *No le cambies a mi novela. Dominación y negociación entre géneros en el acto de ver televisión*. El autor comienza exponiendo, algunos estudios de audiencias de

televisión, al comparar los hábitos de recepción de hombres y mujeres y la dominación del hombre en el espacio doméstico. Con base en 180 preguntas que realizó en Monterrey, Guadalajara y el Distrito Federal, el autor investigó sobre la forma en que los receptores se relacionaban con el televisor.

Inició su investigación sustentándose en los trabajos que diversos teóricos como James Lull, Jorge González, Morley, De Certeau, donde las fuerzas del poder pueden verse. De acuerdo con Morley, los hombres prefieren ver la televisión conociendo de antemano la programación; además, la ven atentamente y son capaces de relajarse mientras lo hacen, puesto que el hogar es un sitio de tiempo libre y por ende de descanso.

Además, controlan los aspectos técnicos de la televisión que incluye el manejo del control remoto. En cambio las mujeres, ven la televisión mientras manejan sus responsabilidades domésticas. El objetivo general de su investigación se centró en conocer cómo ambos géneros participan en la toma de decisiones de lo qué se ve en televisión, reportando hallazgos de la oferta disponible en la televisión abierta mexicana, las preferencias programáticas de hombres y mujeres de México, su participación en la selección de los programas que ven, sus modos de ver y su dominio del control remoto. El autor usó la metodología cuantitativa y cualitativa.

Las preguntas de investigación que se planteó para llevar a cabo su estudio fueron: ¿Cuál es la oferta de formatos televisivos en toda la programación y en horario AAA?, ¿Cuáles son las preferencias programáticas de hombres y mujeres?, ¿Hay alguna diferencia en la frecuencia y la forma en que hombres y

mujeres reportan decidir los programas que verán?, ¿Cómo reportan hombres y mujeres el poder de decisión y la negociación sobre qué y cómo se ve televisión?

El método que utilizó el autor para recabar información, primeramente, desarrolló el análisis de contenido utilizando una muestra de programación: febrero 8-14, mayo 10-16, agosto 9-15 y noviembre 8-14 de 1999, la cual consistía en seleccionar la segunda semana de cada trimestre.

También se basó en la página de cartelera del periódico *Excélsior* donde se codificó la información de toda la programación de los canales abiertos nacionales; a saber, 2 y 5 de Televisa y 7 y 13 de TV Azteca. Además, aplicó pruebas piloto de una semana (abril 12-18, de 1999).

Reportó datos cuantitativos y cualitativos sobre el consumo en tres ciudades, su trabajo no establecía comparativos por ciudad sino datos globales. Los datos cuantitativos sobre el consumo de noticieros provenían de 2,676 encuestas por muestreo aplicadas casa por casa en población mayor de 18 años de edad, en las áreas metropolitanas de Monterrey, Guadalajara, y Distrito Federal, durante los meses de marzo y abril de 1999. El tamaño de la muestra para cada ciudad eran mínimo 800 casos, esto permitía la comparación por sexo y nivel socioeconómico.

Los datos cualitativos fueron resultado de 180 entrevistas realizadas en las tres ciudades de mayo a septiembre de 1999 (60 en cada población), con el objetivo de explorar y comprender los procesos de integración de la televisión en la vida cotidiana de diferentes grupos de la audiencia.

Los datos cuantitativos obtenidos no parecen dar mayor soporte al supuesto de la hegemonía masculina al interior del espacio doméstico. Dadas sus limitaciones, es necesario intentar explicar los complejos procesos mediante los cuales las audiencias se relacionan con la televisión, y poner de manifiesto su sistema de fuerzas. Sin embargo, las entrevistas resultan de suma importancia para saber quién y cómo se toman las decisiones acerca de qué se ve en televisión.

Entrevisté a mujeres de diferente nivel socioeconómico alto y bajo. La mujer de nivel socioeconómico alto expresó que cuando está sola ella selecciona lo que quiere ver, pero cuando está con su esposo y están viendo la televisión, ella suele levantarse para hacer algún quehacer, por lo que su esposo es el que más le cambia de canal y selecciona lo que quiere ver.

En cuanto a la mujer de nivel socioeconómico bajo expresó que le decía a su marido que no le cambiara de canal, porque aunque ella estaba ocupada en la cocina desde allí podía escucharla, y entonces su marido le cambiaba cuando pasaban comerciales y la mujer se peleaba con él. Por lo regular en la noche él es el poder absoluto en la tele. Sin embargo, en otra entrevista realizada con una mujer de nivel medio, ella expresó que por lo regular es ella la que selecciona qué se ve en la televisión y muy rara vez su pareja tomaba el control, pues trataban de ver algo que les gustara a los dos.

En conclusión, podemos decir que el dominio de hombre sobre la mujer en relación a la forma de ver televisión es equitativa en algunos casos, ya que como se demostró en nuestra investigación, en ocasiones hombres y mujeres se ponían

de acuerdo para ver el mismo programa que ambos disfrutaban, pero en otros casos no había acuerdo; sin embargo, sigue persistiendo el dominio del hombre en la toma de decisiones al momento de ver la televisión.

La autora Aimée Vega Montiel (2006) realizó un estudio llamado *Violencia de género contra las mujeres en México a partir de 1990: Planteamiento teórico-metodológico*. En su investigación, comienza definiendo la violencia contra las mujeres; ella nos dice que es cualquier agresión física, psicológica, institucional, sexual, o económica dirigida contra ellas por el hecho de serlo. Esto es un tipo de violencia que busca someter y controlar, y, a consecuencia de esto con el tiempo quebranta los derechos de las mujeres.

A lo largo de su investigación la autora nos señala que los medios de comunicación y en especial la televisión, juegan un papel muy importante en este problema, ya que los discursos y contenidos que produce la TV como las novelas, anuncios publicitarios, series, programas de revista, concursos o *talk shows*, sugieren la discriminación y la violencia contra las mujeres.

Por otro lado, la autora se apoyó en la teoría de la Agenda setting para analizar la televisión. Esta teoría nos dice que la televisión tematiza los contenidos colocando los tópicos de mayor importancia y los de menor grado de importancia, creando así su propia agenda temática, para después presentarla al público receptor. Sin embargo, esta teoría no puede influir en la construcción de sentido que los sujetos den en torno al tema, ya que intervienen mediaciones que van más allá de la

agenda televisiva (contexto socio-histórico, género, edad, nivel educativo, socioeconómico, etc.)

Con base a esa teoría la autora puso atención en determinar y analizar, desde una perspectiva de género, la agenda televisiva mexicana sobre la violencia contra las mujeres. Su objetivo general fue analizar y determinar desde una perspectiva de género, la agenda televisiva mexicana sobre las formas de violencia contra las mujeres, a fin de contribuir con la generación de propuestas que garanticen una cobertura y difusión de este problema.

La pregunta de investigación que guió su trabajo fue: ¿de qué manera la agenda televisiva mexicana visibiliza las formas de violencia contra las mujeres?. En cuanto los objetivos particulares que estableció fueron: identificar, desde una perspectiva de género, los programas de televisión que abordan la violencia contra las mujeres, así como determinar el tratamiento que estos programas realizan del problema de la violencia contra las mujeres a través de los temas que abordan los actores sociales a los que dan cabida, y el tratamiento discursivo respecto de la violencia contra las mujeres, corroborar si estos programas evidencian las desigualdades de género que dan origen a la violencia contra las mujeres, y generar propuestas de actuación que garanticen que la televisión mexicana haga una cobertura y difusión responsables de la violencia contra las mujeres en aras de conducir a la eliminación de este problema.

La estrategia metodológica que implementó fue de carácter interdisciplinario, y desarrolló sus estudios desde una perspectiva de género apoyándose en la antropología, la sociología, la economía, la psicología y la ciencia política.

Su estrategia metodológica partió de tres momentos: primero, diagnóstico de la agenda televisiva, es decir, reunión y sistematización de datos; segundo, discusión de los hallazgos en un foro abierto; tercero, generación de un documento que contenga recomendaciones puntuales a las televisoras mexicanas.

La técnica de investigación que utilizó fue el análisis de contenido. En sus apuntes finales considera que las instituciones básicas de la sociedad, es decir, la familia, la escuela, el trabajo y los medios de comunicación, son los espacios en los cuales las y los sujetos resultan claves para construir su visión de la vida (conocimientos, creencias y valores); es preciso, sumar críticamente a los medios en esta tarea.

Los autores Juan Bautista Romero y Ma. Dolores Degrado Huelva (2008) realizaron un estudio que lleva por título *Recepción de telenovelas y perspectiva de género*.

Los autores comienzan dando un breve panorama sobre lo que significa la telenovela. Para ellos la telenovela es un fenómeno de entretenimiento que se basa en el melodrama y catalogada como una forma mediocre de entretener a los espectadores. Ante esto, se ha debatido el nivel de audiencia y el éxito de las mismas. Sin embargo, para los investigadores el objetivo de su trabajo es contribuir a señalar la representación de los sexos que se ofrece a niños y niñas a

través de la recepción de telenovelas, una representación que refleja y recrea la desigualdad entre los géneros, contribuyendo a configurar un orden simbólico patriarcal; una representación que reconstruye la supremacía masculina.

Otro eje de su investigación fue valores y género en la sociedad televisiva. Según Maisch (1999), el género apunta que el sexo, hecho biológico, se convierte en género en la medida en que las diferencias sexuales son imaginadas o significadas por la sociedad. En la sociedad en la que vivimos, los medios de comunicación de masas refuerzan determinadas creencias y valores.

El tercer eje fue la educación en valores desde la perspectiva de género, pues uno de los primeros espacios en donde se inculcan valores es en el hogar. La influencia que la televisión puede ejercer, sobre todo en la infancia y juventud al difundir imágenes sobre hombres y mujeres, construye representaciones y estereotipos de género, pero difícilmente aborda la diversidad y la igualdad.

En cuanto a las telenovelas indican que el desarrollo de la industria de la telenovela y su exportación a países latinoamericanos es un fenómeno de gran impacto. La telenovela es un género que forma parte de la dinámica cultural de una sociedad y tiene una finalidad mediática, ya que funciona dentro de un sistema productivo concreto, atiende a las lógicas del consumo y reproduce al mismo tiempo esquemas culturales.

Para Muñoz, Asqueta y Martínez (2004, citados en Bautista y Degrado, 2008), la telenovela, como otros discursos mediáticos, actúa al igual que un freno que mantiene al público al margen de la participación en las transformaciones sociales;

por lo general, no plantea un conflicto de valores sino una lucha por mantener el poder.

El objetivo general de su trabajo de investigación fue reflejar los hábitos de consumo del género telenovela en niños y niñas de once y doce años; y a la vez cómo esa recepción contribuye o reafirma la desigualdad de género.

Los resultados de la investigación sugieren que las telenovelas son el programa favorito para niños y niñas con un 47 %, y en segundo lugar los dibujos animados con un 20.8 %.

Las conclusiones a las que llegaron los autores es que la representación de personajes masculinos favoritos es mayor que la de personajes femeninos; niños y niñas encuestados eligieron como favoritos a personajes masculinos con 70.8 %, frente 29.1 % de personajes femeninos. Las niñas valoran más a estos personajes favoritos por el aspecto físico agradable -modelos de cuerpos “muy vendidos” en los medios de comunicación, en donde las niñas imitan el culto al cuerpo- y las cualidades relacionales, de habilidad social. Los niños, aunque también resaltan el aspecto físico, es más compartido con otras cualidades que no aparecen en el grupo femenino encuestado, como son la agresividad y la violencia, estereotipos masculinos.

Los investigadores Jorge Belmonte Ochoa y Silvia Guillamón Carrasco (2008) realizaron un estudio sobre *Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV*. En esta investigación los autores analizaron diferentes series de televisión que proyectan una representación estereotípica de los géneros, que siguen siendo

productos culturales-televisivos portadores de discursos, mismos que reproducen la desigualdad de lo femenino con lo masculino.

Las palabras clave que utilizaron los investigadores para poder desarrollar su estudio fueron: Coeducación, educación audiovisual, estereotipos de género, series de TV y discurso televisivo.

El objetivo de su investigación fue detectar las configuraciones de género que se presentan a través de los medios, para comprobar en qué medida se detectan estereotipos de género o configuraciones discursivas discriminatorias para las mujeres.

Asimismo, se apoyaron en el consumo cultural para desarrollar su estudio estableciendo cómo el universo mediático ayuda a la construcción de identidades en la infancia y la adolescencia. El principal propósito del estudio consistió en analizar cómo se representaba la identidad de género en la televisión que habitualmente consume el público más joven.

Por otra parte, en su investigación se desarrolló y se definió el concepto de “estereotipo de género”, como un conjunto de ideas acerca de los géneros que favorecen el establecimiento de roles fuertemente arraigados en la sociedad, por ejemplo: a la mujer se le otorga el rol como trabajadora en el ámbito doméstico, mientras que al hombre, en el ambiente de lo público y diversas actitudes relacionadas con la cultura patriarcal, a saber, agresividad, competitividad acción, riesgo, fuerza, etc. De esta manera podemos ver que existe una desigualdad de género.

En lo que concierne en el análisis de las series de ficción, los autores encontraron que las series tanto nacionales como internacionales giran en el presente e intentan representar la vida cotidiana, ya que muestran a sus personajes en sus relaciones familiares, sociales y laborales, por lo que esto crea que los espectadores se sientan identificados con lo que se transmite en la televisión.

Por lo que se refiere al ámbito sexual, los autores encontraron que existe un equilibrio con los títulos de las series que estudiaron por ejemplo: “Los hombres de Paco”, “Aída”, “El Comisario”; el protagonismo de género se marca en el propio título de las series. Mientras, en las otras series los títulos son combinados como: “Aquí no hay quien viva”, “Los Serrano”, “Mis adorables vecinos” y “Los Simpson”.

Cabe destacar, que en las series que analizaron, los personajes tanto hombres como mujeres figuran en la vida pública, a excepción de Marge (Los Simpson) adjudicada al hogar. De esta manera, en las series se suele establecer la tradicional separación entre el masculino (público) y femenino (privado). En lo que se refiere al género, los productos culturales siguen siendo portadores de discursos que reproducen la desigualdad en la representación de lo femenino con lo masculino.

Asimismo, encontraron los estereotipos y roles que desempeñan los personajes desde el ámbito laboral hasta el ámbito familiar y personal, es decir, la composición familiar que se muestra en los programas.

Las conclusiones a las que llega el autor después de haber analizado las series, es que el consumo cultural de los jóvenes plantea una representación de los

géneros dicotomizada y estereotípica. Por lo que se refiere al género, los productos culturales siguen siendo portadores de discursos que emiten desigualdad entre ambos sujetos, es decir, lo relacionado con lo femenino y lo masculino, ya que como pudimos observar en este trabajo, los programas analizados por los autores se basaron en los roles que desempeñaba el hombre y la mujer, al igual que los estereotipos que existen entre ambos géneros que actúan como modelos de desigualdad para sus espectadores.

En otro estudio, las autoras Núria García y Luisa Martínez (2009) realizaron una investigación sobre *La representación positiva de la imagen de las mujeres en los medios*. Su investigación tuvo como objetivo principal describir las valoraciones positivas realizadas por la ciudadanía a través del servicio de Instituto Catalán de las Mujeres (ICD) sobre los discursos mediáticos que contenían disertaciones en cuestión de género. Las palabras clave que desarrollaron a lo largo de su investigación fueron: Audiencia, medios de comunicación, representación y estereotipos de género.

Entre los estudios de género, las autoras encontraron un trabajo que fue realizado en la década de los setenta por Friedan (1975), que reflexionaba sobre las representaciones femeninas en la publicidad y hace un análisis crítico de los contenidos de las revistas.

En esa misma década diferentes estudios van surgiendo en relación a la categoría de género y comunicación; estos estudios se centraron en los discursos publicitarios, utilizaron la herramienta de análisis de contenido que muy pronto se

convertiría en un instrumento metodológico para llevar a cabo investigaciones de esta índole.

Las autoras destacaron que es la misma audiencia la que edifica y valora determinados estándares formativos sobre la imagen de la mujer en los medios de comunicación.

Para el desarrollo de su investigación utilizaron la metodología cualitativa y la herramienta de análisis de contenido, y se apoyaron con base en datos organizados en dos partes: la primera correspondió a la descripción del producto y su soporte, y en cuanto a la segunda, desarrollaba el análisis de los contenidos.

Los datos descriptivos para la práctica positiva que las autoras codificaron fueron: la fecha de la emisión, horario, medio o soporte, empresa, marca, sector y sinopsis. En cuanto al análisis de contenido las investigadoras identificaron las características de las personas como: edad, sexo, cuerpo y vestimenta que aparecen en el producto. También, describieron el rol en la narración, es decir, protagonistas/audiovisual, protagonista visual, protagonista sonoro y secundarios, los espacios representados (privado, público, interior, exterior, hogar, trabajo, ocio y ficción).

De acuerdo a sus observaciones las autoras obtuvieron que los espacios profesionales-laborales y de ocio, como es el caso del deporte y la cultura como factor de desarrollo personal, son espacios que según las audiencias deberían ser reconstruidos en los medios de comunicación; para el desarrollo de estas actividades, las mujeres deberían responder explícitamente a la realización

personal/profesional/social, según el discurso de las personas consumidoras. Otro de los parámetros definidos por la audiencia para evitar la discriminación en los medios responde a la representación plural de las mujeres.

Las prácticas valoradas como positivas se refieren a dos aspectos: la imagen de los hombres liderando o compartiendo las tareas domésticas y familiares propias de la vida cotidiana y la representación de las mujeres realizando actividades profesionales que incluyen la ciencia, la gestión profesionalizada, la economía y el deporte.

En 2010 Aimée Vega realizó otro estudio sobre *La influencia de los medios de comunicación en la representación social de la violencia contra las mujeres y las niñas*. Ese estudio tenía por objetivo compartir los resultados, análisis y reflexiones que encontró a partir del análisis de contenido que llevó a cabo, en relación a la programación de los principales canales de la televisión abierta en el país. La autora señaló que es responsabilidad de los medios terminar con los problemas de violencia.

Utilizó los siguientes conceptos clave para poder llevar a cabo su investigación: mujeres, niñas, derechos humanos, violencia contra las mujeres y televisión.

El objetivo de su investigación era analizar y determinar, con perspectiva de género, la representación de la violencia contra las mujeres y las niñas en la agenda mediática en México, con la finalidad de promover y difundir responsablemente esta problemática de la violencia.

Diseñó los siguientes objetivos particulares: identificar, con una perspectiva feminista, los contenidos mediáticos que abordan la violencia contra las mujeres y niñas, además de determinar el tratamiento que los medios de comunicación realizan de la violencia de género contra las mujeres y las niñas; asimismo, corroborar si los medios de comunicación evidencian las desigualdades de género que dan origen a la violencia contra las mujeres y las niñas.

Se apoyó en la teoría de la *agenda setting* para determinar la agenda que construyen los medios de acuerdo al tema de la violencia de género en mujeres y niñas. La estrategia metodológica que utilizó fue el análisis de contenido, de la programación televisiva emitida durante una semana de 2006 de los canales 2 y 5 (programación infantil) de Televisa, 7 y 13 de TV Azteca, y canal 11 del Instituto Politécnico Nacional.

Encontró que la publicidad no hace distinción de horarios para emitir contenidos discriminatorios hacia las mujeres. Las telenovelas, apuntan a los estereotipos de género, la mujer es la figura moral y sumisa de la trama, las agresiones e insultos contra las mujeres son presentados como parte de la conducta social aceptada.

En los programas de revista y concursos, las mujeres son objeto de burlas que ridiculizan a las mujeres tanto a las espectadoras como a las que asisten al programa como parte del público. En relación a los noticiarios, la autora afirma “que los programas de noticias de las principales televisoras de nuestro país no demuestran interés por mantener en su agenda informativa los derechos humanos de las mujeres” (Vega, 2010: 8). En las películas del cine mexicano, las mujeres

son objeto de discriminación y violencia psicológica por parte del hombre y del entorno en el que viven.

En cuanto al contenido de las series, éstas representan lo misógino que violenta la integridad física y psicológica de la mujer. Las caricaturas son una forma de agresión hacia las niñas, ya que eran nombradas con sustantivos como: mentirosa, boba o fea. En el rubro de otros destaca el programa “Incógnito” que se transmitió a las 11 de la noche; en este programa el conductor acudía a bares y fiestas, en donde expresaba insultos a las mujeres tales como: cochina, fodonga, gorda, tonta o aburrida.

Finalmente, en los programas de debates, la autora encontró que los programas de ese rubro del canal 11 denuncian la violencia contra las mujeres, por lo que se genera una reflexión para erradicar la violencia, tales programas son: *Diálogos en confianza, Primer Plano y Espiral*.

La autora llegó a la conclusión de que la violencia contra mujeres y niñas representa, desde el discurso televisivo, un problema individual aislado y privado que sucede comúnmente en espacios privados (la casa, la escuela, la oficina) y no en espacios públicos, lo que, por el contrario, contribuiría a que se le tratara como un problema de orden público y social (Vega, 2010: 9); en este sentido la violencia contra las mujeres comienza en espacios privados, todos los tipos de violencia contra las mujeres y las niñas son representados en el discurso televisivo, pero no con el fin de erradicarlos sino de reproducirlos.

Por otro lado, el autor Diego Hernán Melo (2012) realizó una investigación sobre *Familia contemporánea y televisión: recepción del talk show Caso Cerrado*. Su investigación tuvo como objetivo principal realizar un estudio de recepción del *talk show Caso Cerrado* en tres familias de la ciudad de Quito (Ecuador).

Su estudio se basó en los siguientes conceptos claves: el melodrama, el *talk show*, la televerdad y las audiencias. Desarrolló y sustentó su investigación, utilizando al autor Guillermo Orozco y su concepto de mediación, Martín Barbero, y también citó a autores como Casetti y González Requena, en los que han denominado televerdad a este tipo de programas.

Conforme fue desarrollando su investigación, el autor se propuso estudiar la recepción del *talk show* como parte de la televerdad en la familia contemporánea. Esto lo llevó a comprender los diferentes tipos de re-apropiación que realizan los productos mediáticos y el grado de influencia en las familias.

La metodología que siguió para desarrollar su investigación fue de corte cualitativo. Con la finalidad de poder analizar los procesos de consumo del *talk show Caso Cerrado*, con familias de diferente status social. Además, el autor utilizó la técnica de la etnografía.

Para su estudio con las familias, seleccionó a tres familias de diferente nivel social: medio alto, medio, medio bajo. El investigador partió de la idea de que ese elemento podría ser determinante en la forma de re-apropiación de los discursos mediáticos.

En su estudio, el autor se apoyó en la herramienta del cuestionario y las preguntas iban relacionadas para obtener datos como: viviendas de cada familia, el número de televisiones, las horas de contacto con el televisor y la forma en que los distintos integrantes de la familia se relacionaban con el *talk show*, con la conductora y con las familias que se presentan.

También elaboró un registro de consumo, en el cual se les pidió a las familias su identificación con los personajes, el uso que le daban en la cotidianidad de su hogar y la imagen que tienen de las familias que participan en el programa. Finalmente realizó la entrevista en profundidad en la que pudo encontrar las diferentes televidencias que se realizaron y las mediaciones comprendidas en la relación entre la audiencia y el programa.

El autor expresó que la familia es la parte esencial del consumo y la recepción. Es en el hogar donde se realizan las televidencias de primer orden, pues a partir del contacto con el programa y las situaciones en las que se desarrolla el consumo, se construyen diferentes visiones. La televidencia de segundo orden, en cambio, tiene que ver con los posibles usos que se pueden realizar del discurso mediático. Hay quienes encuentran mensajes positivos en todos los programas, pero no encuentran utilidad cotidiana en las experiencias expuestas.

De acuerdo con lo anterior, la institución familiar es el núcleo del proceso receptor de las televidencias como lo menciona Guillermo Orozco: en el hogar surgen las principales formas de ver la televisión, ya que en cada espacio del hogar los

integrantes de la familia tienen una diferente manera de ver e interpretar la información emitida en los medios, pues cada quien forma su propia opinión.

Por otra parte, la autora Charo Lacalle (2012) realizó un estudio llamado *Género y edad en la recepción de la ficción televisiva*. Este estudio nos habla sobre la construcción de la identidad juvenil y de género en la ficción televisiva, ya que la ficción televisiva es el macrogénero que prefieren los jóvenes, sobre todo las mujeres. La investigación pone de manifiesto el carácter más íntimo de la recepción femenina y un mayor distanciamiento en el espectador masculino, pues éste asemeja la ficción con el entretenimiento. La edad y la clase social influyen de cierta manera en el proceso de recepción.

Las palabras clave que utilizó la autora para desarrollar su investigación fueron: Jóvenes, género, ficción, televisión, Internet, recepción, interpretación y personajes.

La investigadora comenzó dando una breve introducción sobre la influencia de los Estudios culturales en las investigaciones sobre ficción televisiva, tras los estudios feministas de las series a partir de los ochenta. Los análisis de la recepción realizados a lo largo de los años ochenta revelan la tendencia a la apropiación de los contenidos por parte de los jóvenes, lo que induce a algunos autores a destacar la relación de este grupo social con la ficción.

El objetivo de su estudio fue determinar el papel de la edad y del género en la recepción de la ficción televisiva. La autora se apoyó en el modelo «Adolescents Media Practice Model», elaborado por Steel y Brownen (1995), construido en torno

a la dialéctica entre las representaciones y la interpretación llevada a cabo por individuos situados en un entorno social y cultural que determina su consumo mediático. Así pues, este modelo de investigación le sirvió a la autora para estructurar su estudio.

La metodología que utilizó para su investigación fue la Cualitativa, ya que hizo uso de la técnica de la etnografía que se realizó en Cataluña entre abril y julio de 2011; también integró el análisis de la recepción con el análisis socio-semiótico de los personajes jóvenes y con los discursos sobre la ficción en la web 2.0.

También desarrolló tres «focus group» femeninos y otros tres de carácter mixto, contruidos en torno a las siguientes edades: 9-14 años (1 grupo); 15-17 años (2 grupos); 18-23 años (2 grupos) y 24-29 años (1 grupo). Los seis «focus group» están integrados por un total de 51 participantes (38 mujeres y 13 hombres), que conversan sobre las diferentes cuestiones relativas a la ficción televisiva sugeridas por la moderadora.

Los resultados demostraron que la ficción televisiva es la preferida por los entrevistados con (98,0 %) y seguida por la cinematográfica (74,5 %) y los programas de humor/zapping, incluidos los «sketchs» ficcionalizados (68,6 %) y las series de animación (64,7 %). En relación a las mujeres ellas se inclinaban por programas de humor/zapping (73,7 %), los informativos (50,0 %), los «realities» (39,5 %) y el entretenimiento de contenido rosa (23,7 %); mientras que los hombres eligen las películas (84,6 %) y los programas deportivos (61,5 %). Por edades, los grupos de 9-14 años y de 24-29 años ven más películas (75,0 %).

Entre los 15 y los 17 años se incrementa el interés por los «realities» (52,6 %) y los programas de contenido rosa (31,6 %). Los jóvenes de 18-23 años prefieren los programas de humor/zapping y los informativos (87,5 % en ambos casos).

La interacción de los contenidos y personajes de los programas resultaron definitivos en un programa de ficción, y la elección de algunos participantes de los «focus group» está condicionado por el contexto de la recepción. Los entrevistados suelen ver la ficción principalmente solos, con algún miembro de su familia o con su pareja y raramente con amigos. Mientras que las mujeres tienden más a la recepción en solitaria y los hombres en familia. Los jóvenes adultos de 24 a 29 años independizados tienden a compartir esta forma de ocio con su pareja.

La diferencia entre TV e Internet, es en el número de entrevistados que ven la ficción por el televisor y por Internet es muy reducido. Las mujeres superaron a los hombres en el visionado por Internet. El porcentaje de mujeres usuarias de los recursos de la ficción 2.0 rebasó ampliamente a los hombres, mientras que apenas se apreciaron diferencias por edades. Las redes sociales más populares ligadas a la ficción 2.0 son Facebook y Twitter. Los entrevistados suelen utilizar estas herramientas de Internet para buscar fotos, vídeos o música.

La conclusión es que la ficción televisiva es el género preferido por los entrevistados; sin embargo, las mujeres se inclinan más a las series dramáticas y los hombres a la comedia. Por otra parte, la clase social de los participantes en los «focus group» no parece incidir en la recepción televisiva.

Los entrevistados reafirman las preferencias de género en la recepción televisiva. Como podemos ver tanto hombres como mujeres tenemos diferentes inclinaciones por los programas televisivos; la edad y el contexto influyen en la manera en que ambos grupos dan su interpretación a los mensajes que emiten los programas.

En suma, de acuerdo con los estudios realizados por las y los diferentes autores en relación al tema de la recepción y género, se observó que en las investigaciones relacionadas con la recepción de las mujeres de los mensajes de los medios, las y los autores coincidieron en emplear el modelo de las múltiples mediaciones de Guillermo Orozco, analizando las diferentes maneras en las que las personas interpretan los mensajes del medio televisivo. Consideran que el nivel económico, educativo, la edad, el género, el contexto, si ven la televisión solas o acompañadas, etc., son factores que condicionan la manera de interpretar los mensajes. Los sujetos, en este caso las mujeres, leen la información transmitida en el medio televisivo, y de acuerdo con los diferentes factores que intervienen en el proceso de recepción, toman sus propias decisiones.

Por otro lado, también coinciden en que las mujeres no participan en cuestiones políticas debido a que históricamente la ocupación de la mujer ha estado en el hogar y no en la esfera pública como el hombre.

En relaciones de género se puede ver la recepción femenina pone de manifiesto el carácter más íntimo con el medio, frente a un mayor distanciamiento en el espectador masculino. Se corrobora que la edad, la clase social y el nivel educativo condicionan también de manera importante el proceso de recepción.

Por otro lado, las investigaciones coincidieron en la utilización de la metodología cualitativa. Las y los autores utilizaron las técnicas de observación participante y la entrevista en profundidad, esto con el fin de conocer a fondo a sus sujetos de estudio; muy pocos trabajos utilizaron grupo de discusión; otros emplean un modelo integral.

La observación participante, en algunos casos, la realizaron al interior de los hogares de sus sujetos de estudio. Encontraron que a veces la mujer pide la opinión a su esposo para elegir qué programa ver en la televisión, además de advertir el poder que tiene el hombre para apropiarse de aparatos técnicos como el control remoto. De ahí que se deja ver la dominación del hombre hacia la mujer. También coincidieron en que la mujer ve la televisión mientras realiza otras actividades.

Con base en este conocimiento acumulado, considero que mi trabajo aportó lo siguiente: primeramente, conocimos los diferentes puntos de vista que tienen las mujeres que habitan en dos zonas distintas como en el estado de Puebla en una zona rural del pueblo de Guadalupe Victoria-Chilchotla y de mujeres que habitan en la ciudad como lo es el Distrito Federal, delegación Iztapalapa, específicamente en la Unidad Habitacional Mirasoles, ya que pudimos hacer un estudio comparativo con las telespectadoras que sintonizaban el programa y saber cómo interpretaban la información, bajo qué condiciones veían el programa, cuáles fueron sus opiniones y cómo lo relacionaban con su vida cotidiana.

Pudimos conocer las distintas maneras en el que las mujeres que viven en una zona rural y una urbana interpretaban el programa de televisión “Cosas de la vida”, ya que es importante saber cómo las diferentes mediaciones se manifestaban, es decir, la mediación situacional, individual, institucional y videotecnológica, y conocer cómo los sujetos ven y decodifican la información, ya que las actividades que realizaban unas y otras, su cultura, su lengua, costumbres, etc., son factores que también inciden en la recepción que las telespectadoras tienen con el programa.

Cabe destacar que esta investigación se enfocó en explorar los procesos de recepción de mujeres con bajo nivel educativo y económico, lo cual nos ayudó a comprender no sólo cómo esas mujeres veían la televisión, sino también a explorar las maneras en las que se es mujer en ese contexto en la actualidad. En este sentido, señalamos que no localizamos estudios de esta índole en donde se estudie y profundice comparativamente a las mujeres de un mismo segmento socioeconómico y educativo, y que residen en diferentes lugares tanto del campo como de la ciudad.

CAPÍTULO IV

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

Capítulo IV

Marco teórico-conceptual

El presente apartado se conforma por planteamientos teóricos clásicos y más recientes relacionados con los estudios de recepción, y en particular, profundiza en el modelo de múltiples mediaciones propuesto por el autor Guillermo Orozco, el cual fue el esquema utilizado para el análisis de la información. Por otro lado, este capítulo también puntualiza conceptos relacionados a los estudios de género, esto con el fin de indagar cómo las mujeres pueden interpretar la información que se transmite en la televisión, de acuerdo a su condición como mujer y como telespectadora de los contenidos televisivos.

4.1. Cinco tradiciones en busca del público

Podemos entender que la recepción es “un esfuerzo multidisciplinario por comprender de la manera más integral posible las múltiples interacciones y sus resultados, que se realizan entre segmentos de audiencia siempre situados y referentes comunicacionales (formatos y contenidos significantes)” (Orozco, 2005^a: 15, citado en Vega, 2009: 69). Los acercamientos que se han realizado para el estudio de recepción, han explorado diversas aposturas teóricas y metodológicas para aproximarse a la investigación sobre la interacción de los medios-audiencia.

Es importante estudiar la interacción que existe entre los receptores con la televisión y los programas que transmite, no sólo en términos de los “efectos” que produce el medio en las audiencias.

En el campo del análisis de la recepción es posible identificar cinco corrientes que son las más representativas para problematizar este objeto de estudio: Efectos de los medios, Usos y gratificaciones, Análisis literario, Estudios culturales y Análisis de la audiencia. (Jensen, 1997: 336).

De las cinco teorías anteriores, dos de ellas, los Estudios culturales y el Análisis de la audiencia, son las que van encaminadas al estudio de la recepción, pues definen este fenómeno como un proceso social complejo. En ellas se encuentran las claves teóricas necesarias para la realización de esta investigación, en particular, de acuerdo con el modelo de múltiples mediaciones de Orozco; no obstante, haremos un breve recuento de dichas tradiciones para consolidar nuestro marco conceptual.

La investigación sobre los efectos

La primera tradición nos habla de la llegada de los nuevos medios masivos de comunicación, la cual marca cierto asombro respecto de sus efectos en poblaciones menos instruidas. La aparición del cine, de las tiras cómicas, de la televisión y del video han sido acompañadas por “pánicos morales”: el contenido de estos medios causa un cierto efecto en la sociedad porque tocan temas o, en su caso, transmiten escenas con contenido explícito que provocan reacciones en el espectador.

“Las características de esos efectos han cambiado en forma importante porque han pasado de efectos específicos, directos y a corto plazo a efectos confusos, indirectos y a largo plazo” (Mahle, 1986 y Rosengren, 1988 citados en Jensen, 1997: 337). Del mismo modo, el receptor pasivo, subordinado e influenciado por los medios, pasa a ser un sujeto activo y selectivo pues saben qué elegir de acuerdo a sus necesidades en relación al contenido de los medios.

La investigación sobre los efectos estudia el mensaje, el receptor y el contexto, ya que el mensaje puede ser percibido diferente por las personas de acuerdo a la clase social y contexto en el que se encuentre el sujeto. La investigación sobre los efectos utiliza la metodología cuantitativa y, por ende, la estadística.

La investigación sobre los usos y las gratificaciones

“¿Qué impacto tienen los medios sobre el individuo?”; “¿Qué hace el individuo con los medios?”. Estas dos preguntas sintetizan la diferencia entre dos grandes tradiciones de la investigación que han dominado los trabajos de los medios y sujetos. La primera pregunta corresponde al estudio de los efectos, y la segunda a los usos y gratificaciones.

Nace aproximadamente a principios de los años cuarenta, veinte años después que surgen las investigaciones de los efectos sobre el cine en investigaciones norteamericanas.

“El programa de investigación en comunicación de masas iniciado por Paul F. Lazarsfeld y Herta Herzog comenzó a revelar las gratificaciones que los oyentes

de radio podían extraer de las novelas, de las emisiones de juego” (Herzog, 1942, 1944 citado en Jensen, 1997: 338).

En los usos y gratificaciones, los mensajes que llegan al público tienen un uso muy particular para cada persona, pues éste depende de sus contenidos, por ejemplo, el de la televisión y el uso que el receptor dé al medio de acuerdo a lo que necesite. Asimismo, utilizan la metodología cuantitativa y llevan a cabo las técnicas similares a la tradición anterior como: la encuesta.

El Análisis literario

Esta tradición nos habla acerca de los textos y la interpretación que los receptores dan al estar leyendo su contenido. Los lectores deben de aprender a interpretar los textos para que se formen una opinión crítica, para que a la vez tenga un efecto de lo aprehendido y lo puedan aplicar en su vida diaria. El análisis literario se encarga del orden de los textos literarios y los efectos que les causa a los lectores, ya que la forma de interpretación del lector depende del contexto en cual se encuentre.

El análisis literario y, todas las tradiciones que estudian al público, también tiene su teoría como es “los estudios literarios”, la cual se interesa en la investigación de los análisis de contenido y los discursos de los medios.

Los Estudios culturales

David Morley empleó dos modos diferentes de analizar los textos (la semiótica y la sociología) a fin de examinar dos tipos de limitaciones para generar sentido en la producción de la comunicación.

Los dos tipos son: a) las estructuras y mecanismos internos del texto/mensaje/programa, y b) los orígenes culturales del lector/receptor/espectador, que deben estudiarse desde el punto de vista sociológico” (Morley, 1996:1); la interacción de estos dos puntos definirá el sentido que se le da a un texto.

Como dice Morley: “El sentido de un texto o un mensaje debe entenderse como un producto de la interacción entre los códigos introducidos en el texto y los códigos en los que habitan los diferentes sectores de la audiencia” (Morley, 1996: 21). El discurso (mensaje) está inmerso de códigos y depende de los diferentes sectores económicos, educativos, género y edad de los sujetos.

Esta cuarta tradición se interesa sobretodo en el análisis de la comunicación de masas y las actividades que tienen un fin cultural. El enfoque culturalista analiza prácticas culturales que, a su vez, son pre-interpretadas por los receptores.

Utiliza de igual manera la teoría de los estudios literarios y analiza los discursos culturales que se dan en los productores, para que estos sean escuchados por los receptores y realicen dichas actividades.

“Para el enfoque culturalista, el objeto de las investigaciones sobre las comunicaciones de masa se sitúa fuera de los medios: estos últimos remiten, tanto como sus públicos, a prácticas sociales y culturales más amplias” (Jensen, 1997: 341). En pocas palabras, los medios envían información al espectador incitándolos a realizar algunas “prácticas” que se pueden definir como actividades sociales significantes que realizan los sujetos en su entorno.

La tradición de los análisis de la recepción

Por último, el análisis de la recepción, se refiere a los receptores que, como personas activas y no pasivas, son capaces de consumir diferentes programas, además de poder seleccionar los contenidos de los medios masivos.

Los estudios de recepción se interesan en comparar los discursos de los medios y del público, esto para tener un acercamiento a los receptores, empleando la entrevista en profundidad y la observación participante propias del método cualitativo.

4.2. Cinco nuevas tradiciones en busca del público

Como podemos ver, existen elementos indispensables en cada una de las cinco teorías que han estudiado tradicionalmente a las audiencias, entre estos destaca el contexto. Sin embargo, Guillermo Orozco propone cinco nuevas formas de analizar a las audiencias, las cuales van relacionadas al poder.

En primer lugar tenemos *La corriente de las mediaciones y las hipermediaciones*. Es importante definir el concepto de mediación (procede de los estudios críticos de los años setenta), y que “se comprende como aquellas circunstancias y características tanto de los sujetos, los contextos y los medios que se interponen entre los emisores y receptores” (Orozco y González, 2011: 183). Podemos entender que son todas las circunstancias y elementos que se interponen en ambos para que el mensaje pueda llegar al público.

“Se hablaba de que existían dos mediaciones: la cognitiva y estructural” (Orozco y González, 2011: 183). No obstante, la gran mediación la relacionaron con la cultura, pues ésta había sido la mediación más descuidada: el lenguaje, contexto, clase social, raza, edad, educación, contexto histórico, etc. Las hipermediaciones incorporan las mediaciones que se derivan de las nuevas tecnologías, ya que entran en juego con la interacción diaria del sujeto.

En segundo lugar tenemos *El torrente mediático y el sensacionalismo exacerbado*. Esta concepción hace referencia a los sentidos, es decir, al aparato sensorial que funciona como un estímulo que produce experiencias y que pone de manifiesto todos los elementos con los que el sujeto entra en contacto y que permite que haya un intercambio comunicativo, por ejemplo: la TV, cine, internet, videojuegos, celular, etc.

En tercer lugar tenemos *La mediatización y la teoría de los medios o medium theory*. Esta teoría deriva de los efectos y destaca la mediatización creciente de los medios y la tecnología en la vida cotidiana. También, en la mediatización

interviene las instituciones en las que las empresas o grupos se institucionalizan, y es ahí donde se genera un espacio de poder en los que los medios transforman las interacciones sociales.

La materialidad de lo comunicativo. Esta corriente analiza los bienes materiales que permiten generar bienes simbólicos. Lo material es el dispositivo mediático que permite a la audiencia realizar o impedir ciertas acciones. Por ejemplo, la computadora limita al sujeto cuando éste va acceder a su cuenta pidiendo que ingrese su nombre de usuario y contraseña; es justo ahí donde las condiciones materiales afectan las posibilidades de uso.

Finalmente tenemos la corriente de *Las convergencias y las divergencias: ecología de la comunicación.* Esta perspectiva destaca la dimensión de las convergencias poniendo su atención en los medios-audiencias, ya que en estos coinciden la tecnología, los significados, la materia y audiencias. La ecología de la comunicación se sustenta de diferentes convergencias, provocando una transformación en el sistema; por ejemplo, el cambio de formato de una telenovela que genera más audiencia y, en consecuencia, favorece una nueva forma de ver televisión.

4.3. Modelo de las múltiples mediaciones

Sobre este modelo del académico mexicano Guillermo Orozco, el cual sirvió como esquema analítico-interpretativo de la información elaborada en la presente investigación, primeramente podemos entender que la audiencia es un conjunto “segmentado de sujetos que se encuentran socioculturalmente ubicados” (Orozco, 1996: 79); es decir, se relaciona con las prácticas culturales de los sujetos pertenecientes a una comunidad y que, a su vez, son capaces de realizar distintas “televidencias”.

Orozco integra diferentes autores para poder estudiar las televidencias, por ejemplo: integra la teoría de la estructuración de Giddens, la mediación cultural de Martín Barbero, y su propia conceptualización de la recepción y sus mediaciones.

De tal manera que el propósito de Orozco era avanzar en la construcción de lo que Jensen (1987) llamó un “enfoque integral de la recepción”. Por lo que, Orozco propone “la mediación múltiple” para saber cómo las teleaudiencias organizan sus propias formas de ver televisión.

Un primer acercamiento para poder comprender la mediación múltiple es la duración del proceso de ver TV, la cual se relaciona con la tradición de los efectos de los medios, pues tiene que ver con el tiempo específico que la persona se encuentra frente a la pantalla y ante los mensajes que emite la televisión. Como dice Orozco: “ver TV empezaba cuando el individuo encendía el televisor y terminaba cuando lo apagaba o se alejaba de él; la decisión sobre ver TV y la

selección de un programa eran entonces consideradas dos de las más importantes variables necesarias para explicar la recepción” (Orozco, 1996: 82).

Cabe destacar que esta perspectiva sólo da cuenta del tiempo que el individuo está viendo la TV, pero no toma en cuenta dos aspectos de suma importancia para analizar el proceso de recepción como lo son: la interacción y el contexto.

Por otro lado, “la evidencia derivada de la investigación dentro de la tradición cualitativa de los estudios de recepción desde el estudio *The Nation Wide Audience*, ha documentado tanto la negociación (conflicto) que se da entre los significados dominantes de la TV y sus audiencias” (Morley, 1980 citado en Orozco, 1996: 83). En este sentido, la audiencia al estar viendo la televisión puede interpretar de manera diferente lo que se dice en el programa (decodifica el mensaje); el receptor es activo al seleccionar los contenidos y producirá diferentes “videncias”.

La “mediación”, considerada “como esa instancia cultural desde donde el público de los medios produce y se apropia del significado y del sentido del proceso comunicativo” (Barbero, 1987 citado en Orozco, 1996: 83), permite analizar al receptor en su contexto: en la cultura, en la política, en la situación económica, la clase social, género, edad, es decir, las condiciones en las que se encuentra el sujeto.

Para analizar esta “mediación múltiple” existen cuatro tipos: la mediación individual, la situacional, la institucional y la videotecnológica. Respecto de la *mediación individual*, se considera al sujeto como ser individual analizando su

género, edad y competencias cognitivas que determinan cómo interpretan los mensajes televisivos; por ejemplo, la persona al estar viendo la televisión puede prestar más atención a un actor o actriz, ya que si es hombre, mujer, niño o niña se puede identificar con alguno de los actores. (Orozco, 1996: 85).

En segundo lugar tenemos la *mediación situacional*. Esta mediación se enfoca a los diferentes escenarios en donde se encuentra el público, ésta va desde el hogar, la escuela, la calle y el trabajo. Cada escenario abarca posibilidades y limitaciones para el proceso de recepción televisiva, ya que si vemos la televisión solos o acompañados, esto cambia la forma en que se da la televidencia, ya sea individual o colectivamente.

La *mediación institucional* tiene que ver con el poder y las reglas que cada sector social impone creando así su propio ambiente; por ejemplo, la familia como institución social tiende a imponer su propia autoridad. Del mismo modo, sucede en la escuela, ya que en su papel educativo, esta institución desarrolla sus propias reglas.

Por último, sobre *la mediación tecnológica*, la televisión es un medio de comunicación que consumen los sujetos, y es ella misma una fuente más de mediación, pues maneja distintos géneros que nos invitan a que participemos. Cada género televisivo posee diferentes componentes de mediación que conllevan a que el espectador elabore sus propios significados y los refuerce o transforme a partir de lo que ve en la TV.

“En la televidencia podría manifestarse la influencia de diferentes tipos de comunidades: la comunidad televidente, las comunidades de apropiación y las comunidades de re-apropiación” (Orozco, 1996: 91). Los diferentes tipos de comunidades poseen en común la función de asignar significados a la interacción TV-audiencia.

En suma, las distintas teorías y conceptos de las y los autores antes mencionados, fueron indispensables para analizar la recepción de las telespectadoras del programa de televisión “Cosas de la vida”.

Se utilizó el modelo de múltiples mediaciones de Guillermo Orozco para comprender los procesos de recepción televisiva de mujeres del estado de Puebla, que habitan en zonas rurales como lo es el pueblo de Guadalupe Victoria-Chilchotla, y mujeres de la Ciudad de México, específicamente que viven en una zona urbana popular de la delegación Iztapalapa, denominada Unidad Habitacional Mirasoles, pero que coinciden en ser telespectadoras frecuentes del *talk show* “Cosas de la vida”.

Este acercamiento nos permitió explorar cómo ellas interpretaban los mensajes de los medios en torno a las problemáticas que enfrentan algunas mujeres en nuestro país, y cómo lo relacionaban con su propia historia, su identidad, sus familias, sus parejas y su propio contexto.

Con relación al análisis de las receptoras en interacción con el medio televisivo, sabemos que la información que la TV transmite no “causa el mismo efecto” en las personas pues, por el contrario, el mensaje se lee e interpreta de diferentes

maneras. En el caso de mujeres de Puebla y del D.F., las múltiples mediaciones explican que la interpretación de la información sea distinta para unas y otras, pues el contexto y su cultura es diferente; ellas tuvieron un punto de vista diverso con relación al programa de televisión “Cosas de la vida”, pero también expresaron cosas en común por su condición de género, así como por su escolaridad y segmento socioeconómico.

De la misma forma, las mujeres se percataron sobre cuál es el uso que le dan al mirar dicho programa, ya que al interactuar con los contenidos y con los casos expuestos en el mismo, observamos también el placer y la gratificación que obtuvieron después de haber visto la emisión, y de qué manera relacionaron lo que se transmite en dicho programa con su vida cotidiana.

A partir de las corrientes teóricas revisadas, sabemos que las telespectadoras ejercen también su poder: las receptoras, reconocidas como sujetas activas, pueden ejercer su poder mediante la exploración de otros medios de comunicación, o bien, a través de interacciones cara a cara; cambian de canal para sintonizar otros programas, o conversan de manera crítica con sus vecinas sobre el mismo. En este sentido, el modelo de múltiples mediaciones de Guillermo Orozco, nos sirvió para comprender de manera precisa cómo las audiencias ven la televisión.

Respecto de la mediación individual, que se refiere a su edad, género y competencias cognitivas, como veremos más adelante, una señora que vive en Puebla, en el pueblo de Guadalupe Victoria y tiene 50 años, nos dio una

interpretación diferente a la de una señora que vive en el D.F en la delegación Iztapalapa, pero también encontramos coincidencias.

La mediación situacional se refiere a los diferentes escenarios en donde se ubica la telespectadora; aquí las mujeres pueden ver la TV en diferentes espacios, ya sea en la sala, en la recámara o en la cocina. También si la ven solas o acompañadas y si realizan otras actividades mientras ven el programa, ya que esto también media el proceso de recepción televisiva.

La mediación institucional tiene que ver con la reproducción de reglas de cada sector de la sociedad; en este caso, la familia como institución intenta imponer modos y formas de ver la TV. Las telespectadoras de ambos grupos pueden verla de diferentes maneras, elaborando sus propias prácticas y significados, en correlación con el sector social al que pertenecen; por ejemplo, al establecer un cierto horario para interactuar con la TV, o al solicitar que no las interrumpan mientras ven el programa, además de privilegiar ciertos valores en la interpretación de los contenidos televisivos.

No obstante, el hombre puede imponer sus propias reglas al momento de interactuar con la TV, ya que algunos de ellos ejercen su dominio hacia las mujeres al momento de ver el aparato; el hombre selecciona qué programa ver con toda la familia teniendo el control de la TV, pero, al mismo tiempo, imponiendo su interpretación y punto de vista.

La Iglesia y la escuela como instituciones juegan un papel importante en el proceso de mediación entre las telespectadoras, ya que el discurso de la Iglesia

orienta de cierta forma a las personas porque nos dicen cómo actuar y qué debemos hacer en la vida cotidiana.

La Iglesia media en la interpretación de las telespectadoras. Por ejemplo, la iglesia en su papel moral y de “buenas costumbres” nos sugiere qué programas son “buenos” para nosotros, que nos aportan algo en nuestra vida, que reproduzcan los valores morales de la iglesia, y también cuáles van en contra de su discurso, es decir, programas “inmorales”. Hubo que explorar si las telespectadoras tuvieron o no otro punto de vista al discurso dominante de la colectividad religiosa de pertenencia, con relación al programa que estaban viendo.

La escuela en su papel de formación académica tiende a poner ciertas normas que se dejan ver en las interacciones de las audiencias, por ejemplo, hay que tomar en cuenta que las niñas y los niños interactúan con los contenidos de la TV basándose en lo que aprenden en la escuela, ya sea de sus maestros o de sus amigos; además, si los niños acostumbran ver las caricaturas de Superman, recrearán algunos comportamientos de ese personaje cuando se encuentren en la escuela, pues a veces no distinguen la ficción de la realidad.

Finalmente, la mediación tecnológica tiene que ver con el acceso diferenciado a recursos tecnológicos, de tal manera que las telespectadoras pueden recibir diferente a la información a través de otros medios como el periódico, redes sociales y la radio, entre otros, y la refuerzan con lo que emite la TV. Sin embargo, unas mujeres tienen más fácil acceso a la información que otras, o una mejor comprensión de los géneros y del lenguaje televisivo.

La TV incorpora lo que acontece en nuestro entorno para reproducirlo a los receptores, en este caso a las telespectadoras, ya que a través de la TV y sus diferentes géneros y formatos, pone su punto de atención y ubica a su audiencia. Los géneros que son transmitidos en la TV hacen a la audiencia partícipe y testigo de lo que se está viendo, por ejemplo: los *talk show*, reality show, noticieros, programas de concursos, telenovelas, etc.

En suma, el modelo de múltiples mediaciones me ayudó a reflexionar acerca de los procesos de recepción de las telespectadoras y sobre cómo relacionan los contenidos televisivos con su vida cotidiana.

4.4. Género e identidades de género, algunas aproximaciones teóricas

Este apartado aborda algunos conceptos clave sobre género, que me permitieron incorporar algunos hallazgos que ha tenido esta perspectiva con relación a la comprensión de las mujeres en la sociedad, considerando que los problemas en las relaciones de pareja y familiares son las temáticas más abordadas en el *talk show* "Cosas de la vida".

Marta Lamas conceptualizó género como "el conjunto de ideas, representaciones, prácticas y prescripciones sociales que una cultura desarrolla desde la diferencia anatómica entre mujeres y hombres, para simbolizar y construir socialmente lo que es "propio" de los hombres (lo masculino) y "propio" de las mujeres (lo femenino)"

(Lamas, 2000: 2); en otras palabras, el género es la pieza básica de la construcción de la cultura.

El término género se deriva del inglés (gender), "en castellano género es un concepto taxonómico útil para clasificar a qué especie, tipo o clase pertenece alguien o algo; como conjunto de personas con un sexo común se habla de las mujeres y los hombres como género femenino y género masculino" (Lamas, 2000:3); entonces, el concepto género se utiliza para clasificar a qué grupo pertenecen los individuos de acuerdo con sus características.

En términos anglosajones el término género sólo hace alusión a la diferencia de sexos de los seres humanos, no obstante, dentro de los estudios feministas el concepto "gender" hace referencia a lo cultural para diferir de lo biológico.

La concepción de género tiene que ver con lo cultural, podemos ver que las relaciones de género no sólo se dan en diferentes ámbitos sociales como: la división del trabajo, en el ejercicio del poder, sino también en lo moral, psicológico y emocional. Por lo que podemos decir que, en cuestiones culturales, el sexo de la persona determina el género, es decir, lo perteneciente a cada sujeto, desde lo social, político, religioso y la vida cotidiana. Del mismo modo que los roles que ejercen cada uno de ellos a veces cambian, no hay que olvidar que vivimos bajo un sistema de normas, prohibiciones que tanto hombre como mujer deben acatar (distinción por sexo, sexismo; discriminación por prácticas sexuales, homofobia).

El género también tiene que ver con el concepto de identidad, ya que si la mujer se siente mujer, piensa como mujer y tiene una identidad como mujer, asume las

condiciones que la cultura determina para las mujeres. No sólo son concepciones biológicas ya decretadas, sino además son concepciones que vinculan cuerpo, género e identidad. En consecuencia, los conceptos de género y diferencia sexual están ligados a la identidad sexual.

De acuerdo con Joan Scott (2000), Talcott Parsons puso mayor atención a la familia y los roles que desempeña tanto el hombre como la mujer en las sociedades modernas y que moldeaban el discurso convencional. Sus escritos de los años cincuentas, sostenían que los papeles de género tenían que ver con cuestiones biológicas y que el proceso de modernización había logrado racionalizar la asignación de estos papeles.

Parsons entendía por racionalización los papeles de género con base en las funciones económicas y sexuales. Sus estudios implicaban que las comunidades formadas por un sólo sexo, por ejemplo: el clero célibe, los y las religiosas, estos terminarían por desaparecer debido a que no podrían funcionar o reproducirse. “La visión parsoniana del género aceptaba sin cuestionar las caracterizaciones del comportamiento sexual normal y el temperamento elaboradas por los científicos sociales de las décadas de los treinta y los cuarenta, consideraba toda variación de estas normas como una desviación, e ignoraba una tradición opuesta de análisis social” (Scott, 2000: 2).

Sin embargo, Margaret Mead en *Sex and Temperament in Three Primitive Societies*, de 1935, consideraba que los conceptos de género no eran biológicos sino más bien culturales. Pero en los años cuarenta y cincuenta, el discurso

dominante estaba basado en lo biológico, es decir, la diferencia del sexo con el que nace cada persona (hembra o varón); a partir de esto se crea todo un conjunto de creencias, valores, costumbres, normas, prácticas, oportunidades y comportamientos sociales diferentes para ambos sexos.

Esta visión imperaba en ese contexto, por lo que esta nueva visión de ver al género como algo que se da culturalmente como lo dice Margaret Mead, quedaba desterrado, ya que mientras el sexo se entiende como la diferencia sexual anatómica del hombre y la mujer, el género es definido como una construcción social, que cambia en el tiempo y según las sociedades.

Siguiendo a Scott (2000), hoy en día los modelos basados en el género varían tanto en la historia como en la cultura y podemos ver que es un componente esencial para que funcione todo sistema social, ya que el comportamiento de los hombres y mujeres está mediado por las interacciones que se dan entre las instituciones económicas, sociales, políticas y religiosas, pues en cada una de éstas hay una división de trabajo para cada sujeto dentro de un modelo heteronormativo, es decir, hombre y mujer.

No obstante, las normas del género no siempre están claramente dichas, a veces se encuentran sobrentendidas por el lenguaje. Como afirma Scott, "de la misma manera que un lenguaje específico en cuanto al género influye en cómo se piensan o se dicen las cosas, las formas narrativas arquetípicas de Occidente que dan por sentada la presencia de un protagonista masculino influyen en la forma en que se arman cuentos acerca de las mujeres" (Scott, 2000: 3). En el propio

lenguaje se invisibiliza a la mujer, ya que el lenguaje androcéntrico que utiliza expresiones con términos masculinos, da por sentado que lo masculino es la expresión universal. Al usar el género masculino, éste reproduce y oculta la desigualdad entre mujeres y hombres; al emplear un lenguaje incluyente se visibiliza a la mujer.

En cuanto al género, fue interesante conocer sus opiniones y ver sus reacciones cuando se encontraban frente al televisor, ya que observamos cómo fue la interacción entre el hombre y la mujer mientras veían dicho programa.

El análisis de la categoría de género desde la perspectiva de las autoras Marta Lamas y Joan Scott, me ayudó analizar cómo la mujer poco a poco se reconoce y se visibiliza en un entorno en donde todavía opera el machismo en la sociedad mexicana. Fue indispensable profundizar en esta perspectiva ya que nos sirvió como base para relacionar el contenido del programa con las experiencias que han tenido las mujeres a lo largo de su vida, dado que esta transmisión toca temas relacionados a la mujer, familia, la vida en pareja, la violencia doméstica, la violencia de género, entre otros. A través de los relatos de estas mujeres pudimos conocer cómo ellas se identificaban con las problemáticas narradas por los y las participantes en el programa.

4.5. Estereotipos de género y machismo

Como punto de partida, en México ser una gran mujer es: “ser muy mujer, ser una persona del sexo femenino, valiente, segura de sí misma y llena de las virtudes que tradicionalmente se le atribuyen, como el encanto, la gracia, la dedicación al hogar” (El Colegio de México, 2013). Como podemos ver, el estereotipo en nuestro país sobre ser mujer implica tener distintas cualidades que usualmente y culturalmente se le han otorgado como ser encantadora y elegante, pero sin dejar de ser la mujer abnegada y sumisa con el esposo, cuidar y educar a los hijos y realizar las labores del hogar.

Esto nos pone a pensar que si las mujeres no cumplen ciertas virtudes o características que tradicionalmente se les han atribuido debido a ocupaciones fuera del hogar, ¿deja de ser mujer porque ya no hay una dedicación de tiempo completo a las labores domésticas y no está al cuidado de los hijos?. Esto es lo que comúnmente todavía se cuestiona en una parte de la sociedad mexicana, sin embargo, hoy en día las mujeres trabajan, son profesionistas, ocupan puestos importantes en las instituciones, y aunque se incorporen al ámbito laboral, no necesariamente abandonan el trabajo doméstico, como en el caso de las mujeres solteras y con hijos e hijas.

En contraparte, “ser muy hombre, ser una persona del sexo masculino, fuerte y valiente” (El Colegio de México, 2013); contrariamente a la mujer, al hombre se le considera como una persona fuerte y valiente que lo puede todo. El hombre fuerte

desempeña algunas actividades que requieren mucho esfuerzo y que, debido a la condición física de las mujeres, ellas no las podrían realizar.

El concepto de fuerte puede entenderse de varias maneras por ejemplo: tener un carácter fuerte, que no puede ser vencido con facilidad porque es muy fuerte, que tiene un gran dominio para hacer algo y que tiene mucho valor y seguridad en sí mismo. Por lo que, los diferentes conceptos que se desprenden del término dan a entender que el hombre es y debe ser así, porque su condición como humano se lo ha otorgado.

Otro tema importante en esta investigación fue el de machismo, ya que nos ayudó a entender las interpretaciones que las telespectadoras dan con relación a los contenidos que se transmiten en la emisión “Cosas de la vida”.

El machismo se define como “fenómeno sociocultural que exalta los valores masculinos, la hombría, la virilidad, el poder de los hombres, expresado con violencia, fuerza y sobre todo con una actitud de superioridad ante las mujeres. El machismo es la actitud de prepotencia de los varones respecto de las mujeres” (Melgar y Piñones, 2008: 28). Una persona es machista cuando realiza acciones en las que se involucran elementos físicos o verbales por medio de los cuales se manifiesta de forma vulgar y poco apropiada hacia el sexo opuesto a la mujer.

El machismo puede ser ejecutado de forma inconsciente, así que el machista puede actuar como tal sin que, en cambio, sea capaz de explicar o dar cuenta de la razón interna de sus actos. “Se limita a poner en práctica *grosso modo* aquello

que el sexismo de la cultura a la que pertenece por nacionalidad y condición social le brinda” (Melgar y Piñones, 2008: 28).

El machismo se deja notar en los actos físicos o verbales. Un ejemplo claro de esto es cuando se considera a la mujer como objeto sexual para uso y gusto del hombre; también se considera machista que el varón debe conquistar y tener muchas mujeres; los hombres pueden humillar y traicionar a la mujer por el hecho de ser su esposa; el hombre macho no le permite a la mujer tener cierta libertad; frases como: “yo soy el hombre de la casa puedo hacer lo que yo quiera”, “la mujer sólo sirve para realizar las labores domésticas y criar a los hijos” o “tú no puedes trabajar”.

También, un reflejo del machismo en la sociedad son las expresiones: “*Rosario es la mujer de Francisco*”, ya que la oración contraria no es frecuente “*Francisco es hombre de Rosario*”. Como podemos ver, la mujer todavía es vista como una propiedad del hombre. Estos son sólo algunos ejemplos de cómo el machismo, como expresión del sexismo, degrada y discrimina a la mujer.

Tanto mujer como hombre están inmersos en una sociedad en la que prevalecen estas ideas del hombre fuerte y la mujer débil. No obstante, las creencias culturales y tradiciones que tiene la sociedad, en que el hombre por ser hombre tiene que ser fuerte y dominador, van cambiando debido a que las mujeres ya no se dejan fácilmente ser dominadas por ellos.

Fue importante analizar el concepto de género para ampliar mi panorama, puesto que esta perspectiva me ayudó a comprender, como parte de la mediación

individual, las diferentes lecturas que elaboraban hombres y mujeres con relación a los temas expuestos en el programa, y cómo las telespectadoras relacionan los contenidos del programa con su vida cotidiana.

CAPÍTULO V

APARTADO METODOLÓGICO

Capítulo V

Metodología

Con base en Taylor y Bogdan (1987), sabemos que la metodología se refiere a la manera en que enfocamos los problemas para obtener respuestas. En las ciencias sociales se diseña la metodología para realizar investigaciones y así resolver el propósito de la investigación.

En ciencias sociales existen dos perspectivas teóricas principales en relación a la construcción de conocimiento: positivista y fenomenológica. Tanto positivistas como fenomenólogos poseen su propia perspectiva para el abordaje de problemas, por lo que debemos tener en cuenta cuál metodología se ajusta mejor a nuestras necesidades de investigación.

El positivismo busca, entre otros, el análisis de datos cuantitativos utilizando técnicas como sondeos y estadísticas. El fenomenólogo busca datos más descriptivos por medio de técnicas como la observación participante y la entrevista en profundidad. Como dice Max Weber, una comprensión empática: “*Verstehen*, esto es, una comprensión a nivel personal, de los motivos y creencias que están detrás de las acciones de la gente” (Taylor y Bogdan, 1987: 16); ponernos en los zapatos de las otras personas para generar cierta identificación y reconocimiento y comprender lo que las otras personas piensan y hacen en relación con determinadas problemáticas de la vida social.

Cabe destacar que la observación descriptiva, las entrevistas y otros métodos cualitativos son muy antiguos. Wax señala que “los orígenes del trabajo de campo

pueden rastrearse hasta historiadores viajeros y escritores que van desde el griego Herodoto hasta Marco Polo” (Wax, 1971 citado en Taylor y Bogdan, 1987: 17). Los métodos cualitativos han trascendido a través de los años para ayudar a los estudiosos en sus trabajos de campo.

Sobre la metodología cualitativa de investigación, Boas (1911) y Malinowski (1932) establecieron que es antropológica y sociológica, pues se utilizó la observación participante y las entrevistas en profundidad desde la Escuela de Chicago en Estados Unidos, de 1910 a 1940.

La metodología cualitativa “se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable (Taylor y Bogdan, 1987: 19); la metodología cualitativa nos sirve para conocer las distintas percepciones que tienen los sujetos en torno a su realidad y a través de esto poder describir y comprender lo que se observa.

La metodología cualitativa es inductiva y holística, pues estudia a las personas en su contexto. Además, los estudiosos son sensibles a los “efectos” que causan en su objeto de estudio, ya que intentan experimentar la realidad tal como los otros la experimentan. Igualmente, este método es humanista pues los investigadores se identifican y aprenden de las otras personas que son su objeto de estudio.

A continuación, se describen las técnicas de la observación participante y la entrevista en profundidad, que son propias de la metodología cualitativa y que empleamos en esta investigación.

Primeramente, en la técnica de la *observación participante* los investigadores entran en el campo para establecer relaciones abiertas y cercanas con sus informantes; nuestros sujetos de estudio realizan sus actividades cotidianas mientras que el observador se propone investigar.

Las y los investigadores tratan de crear un ambiente en que las personas se sientan cómodas y no amenazadas. Los y las especialistas aprenden a actuar adecuadamente en el escenario donde van a desarrollar su estudio. Para conocer a las personas, realizar algunas preguntas funciona para romper el hielo y comenzar una conversación. Es importante que el investigador se presente ante sus informantes para que exista confianza mutua.

De acuerdo con Stebbins y Turowetz, “todos los observadores enfrentan en el campo situaciones desconcertantes. Aunque es cierto que el trabajo de campo se caracteriza por sentimientos de duda en sí mismo, incertidumbre y frustración; confórtese pensando que se sentirá más cómodo en el escenario a medida que el estudio progrese” (Stebbins y Turowetz, 1980, citados en Taylor y Bogdan, 1987: 52).

En el trabajo de campo, los primeros días los investigadores se sienten incómodos e inseguros sin saber qué es lo que puede pasar, pero conforme transcurren los días y el estudio progrese, el investigador se sentirá más seguro de sí mismo y de su estudio. Es importante mencionar que el investigador debe de tener un tiempo límite para no sentirse agobiado por la abundante información que los sujetos le

puedan proporcionar. Además, se tiene que tomar en cuenta los lugares y momentos para observar.

Cabe señalar que, establecer el *rapport* es la meta; en la observación participante sus características son: transmitir simpatía hacia los informantes, penetrar a través de las defensas contra el “extraño de la gente”, lograr confianza para que las personas expresen sus sentimientos respecto al escenario y de otras personas, ser visto como una persona neutral, irrumpir a través de las “fachadas” que los sujetos imponen en la vida cotidiana, compartir con los informantes sus diferentes perspectivas, creencias, lenguaje, etc. (Argyris, 1952, citado en Taylor y Bogdan, 1987: 55). Como señala Johnson: “El *rapport* y la confianza pueden crecer y disminuir en el curso del trabajo de campo. Con ciertos informantes nunca se llega a establecer un verdadero *rapport*” (Johnson, 1975, citado en Taylor y Bogdan, 1987: 55); en otras palabras, el *rapport* se logra establecer porque se gana la confianza entre investigador e informantes.

El *rapport* se puede obtener también si los observadores se acoplan a las rutinas y modos de desempeñar las actividades de los informantes. Una manera de ganarse la confianza de la gente es empezar por ayudar y hacerles favores a nuestros sujetos de estudio, ser humildes, para que los informantes se expresen sin temor, prestar interés en lo que la gente quiere decir, y participar en las actividades que los informantes realizan.

Los investigadores desarrollan relaciones estrechas con personas conocedoras de nuestra investigación y que nos pueden ayudar a obtener información. A estos

sujetos se les llama informantes clave, es decir, personas conocidas del investigador: amigos, familiares, etc. En el escenario son fuentes primarias para obtener información acerca de lo que se quiera investigar.

Existen algunas tácticas para lograr mantener el rapport: actuar como “ingenuos pero interesados en obtener datos, otra táctica es situarnos en el lugar adecuado en el momento oportuno para registrar los datos en los que estemos interesados; además, el investigador no debe de expresarle a los informantes qué es lo que se está investigando exactamente, ya que si los informantes saben mucho de nuestra investigación, se corre el riesgo de que los informantes nos oculten información” (Taylor y Bogdan, 1987: 65).

Es importante que al comenzar una investigación los observadores tengan ya en mente preguntas para iniciar una conversación; asimismo, es importante saber qué preguntar y qué preguntas no son apropiadas. También debemos tener en cuenta que el lenguaje o símbolos del propio investigador son diferentes a los del informador, por lo que debemos ajustarnos a su manera de percibir las.

En cuanto a las notas de campo, el investigador registra lo que observa en cada escenario; la información de campo incluye la descripción de personas, ya que como dice Goffman “cada persona transmite cosas importantes sobre sí mismas y asume supuestos sobre la base del modo de vestir, de llevar el cabello, de las joyas que se usen de los accesorios, del comportamiento y del aspecto en general” (Goffman 1953, 1963, 1971, citado en Taylor y Bogdan, 1992: 86);

también se describen a detalle acontecimientos, comportamientos, escenarios, sujetos o prácticas.

Finalmente, la retirada del campo consiste en irnos alejando poco a poco del escenario y de la gente, haciendo saber que la investigación está por terminar. La ética del observador es que puede y debe intervenir en defensa de otras personas; si el investigador no está dispuesto en asumir ese papel, debe de reconocer hasta qué punto debe de llegar con su investigación.

La entrevista en profundidad es otra de las técnicas que se utilizó y es indispensable en la metodología cualitativa. Es “la herramienta de excavar favorita de los sociólogos. Para adquirir conocimientos sobre la vida social, los científicos sociales reposan en gran medida sobre relatos verbales” (Benny y Hughes, 1970, citados en Taylor y Bogdan, 1987: 100); en este sentido, la entrevista es el instrumento en el que la mayoría de las y los investigadores emplean para obtener información sobre la vida social de las otras personas.

Las entrevistas cualitativas pueden ser estructuradas o en profundidad. En la primera se formulan preguntas semejantes para que el investigador pueda comparar las respuestas; en cuanto a la segunda, son abiertas y se puede entender como un encuentro cara a cara con nuestro informante quien construye narrativas respecto de su vida, experiencias, situaciones, en sus propias palabras. Además, tiene mucho que ver con la observación participante, ya que el investigador avanza poco a poco hacia sus informantes para tratar de establecer

rapport. Luego de algún tiempo de tener contacto con ellos, el investigador logra comprender las experiencias y percepciones de sus informantes.

En la *entrevista en profundidad* los acontecimientos y actividades no se pueden observar directamente, por lo que los informantes nos mantienen al tanto de lo que acontece en el campo. Las entrevistas en profundidad y la observación participante se integran para obtener un mayor provecho en nuestro estudio. No obstante, es significativo mencionar las desventajas de las entrevistas, ya que la información que se recoge puede ser: engañosa, distorsionada, falsificada o exagerada. Otra desventaja es que los sujetos dicen y hacen cosas diferentes en diferentes escenarios, por lo que el investigador no debe dar por cierto que lo que una persona dice en la entrevista es lo que esa persona cree o expresa en otras situaciones.

Otro punto es que el entrevistador no observa directamente a las personas en su vida cotidiana, por lo que no conoce mucho de sus informantes y es probable que comprenda mal su lenguaje, ya que si no se estudia al sujeto en su vida común, los investigadores dejarán pasar situaciones importantes.

Fue interesante saber cómo aproximarse a nuestros entrevistados, por lo que debemos tomar en cuenta primero qué es lo que esperamos como investigadores del proyecto. En segundo lugar es prudente emplear pseudónimos a nuestros entrevistados, ya que se pueden suscitar problemas por la información que se proporcione. Es conveniente que les digamos a nuestros entrevistados que

tendrán la oportunidad de leer y comentar el trabajo final, pues es una buena forma de mostrar simpatía y confianza.

Lo que caracteriza a la entrevista en profundidad es el aprendizaje sobre lo que piensan los informantes en torno a su realidad. El entrevistador debe presentarse como una persona que no está seguro de lo que quiere preguntar pero que está en la mejor disposición de aprender de lo que le digan sus informantes. Por lo que, hay distintas maneras de guiar las entrevistas, por ejemplo: las preguntas descriptivas, estas se refieren a que los informantes describan sus experiencias y acontecimientos por los que han pasado.

Por medio de la guía de entrevista nos aseguramos de que los temas que nos interesa explorar sean tocados por el entrevistador, pues suele suceder que éste olvide algunas preguntas importantes.

Durante la entrevista debemos tomar la iniciativa y transmitir tranquilidad al informante, por lo que debemos permitirle que hable sin interrupciones, prestar atención y ser empáticos hacia sus emociones. También es necesario que llevemos una grabadora para captar mejor la información, ya que no toda se puede quedar en nuestra memoria.

Resulta provechoso llevar un diario detallado durante el transcurso de las entrevistas, ya que nos pueden servir para registrar los comentarios del observador, interpretaciones, intuiciones o gestos; todo ello, para comprender el significado de lo que dicen los informantes.

Finalmente, la técnica para analizar la información fue análisis de contenido cualitativo (Mayring, 2000 citado en Andréu, s.f.) El análisis de contenido cualitativo es una técnica de interpretación de textos, que pueden ser escritos, grabados, pintados, filmados, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación participantes, videos, etc. En sí, es todo aquello que produce información que nos ayuda a conocer diversos fenómenos sociales.

Esta técnica de investigación se basa principalmente en la lectura de textos o visual. Andréu define el concepto de análisis de contenido cualitativo: “como un nuevo marco de aproximación empírica, como un método de análisis controlado del proceso de comunicación entre el texto y el contexto, estableciendo un conjunto de reglas de análisis, paso a paso, que les separe de ciertas precipitaciones cuantificadoras” (Andréu, s.f.: 22)

Hay tres tipos o clases de categorías: 1) las comunes, como la edad, el sexo, nivel educativo, estrato socioeconómico, lugar de origen; 2) las que son utilizadas en la jerga propia de determinados grupos sociales en sus respectivos ámbitos; y 3) las teóricas, que se derivan del marco teórico.

Asimismo, hay al menos dos formas de codificación en el análisis de contenido cualitativo: a) inductiva: que identifica y codifica los temas que parecen relevantes en un documento; y b) deductiva, en donde el investigador se apoya en una teoría para aplicar las diferentes variables o categorías en su investigación.

5.1. Justificación del enfoque cualitativo

La metodología cualitativa “pone énfasis en la visión de los actores y el análisis contextual en el que ésta se desarrolla, centrándose en el significado de las relaciones sociales”. (Vela, 2004: 63)

En la presente investigación se utilizó el enfoque cualitativo con el fin de conocer cómo las mujeres que habitan en dos diferentes localidades –rural y urbana- y que son telespectadoras frecuentes del programa de televisión “Cosas de la vida”, interpretaban la información derivada del mismo.

Dado que a través del lenguaje y los relatos narrados por las mujeres se pretendía reconstruir la identidad de género en interacción con la recepción televisiva, a través del enfoque cualitativo se profundizó en las similitudes y diferencias de los significados que las mujeres elaboraban en interacción con los contenidos del programa de televisión en sus diferentes contextos.

Si bien se integró la categoría de género como elemento fundamental que determinó las lecturas de los contenidos televisivos por parte de las mujeres, subrayamos que el enfoque de esta investigación se centró en la recepción.

5.2. Justificación de las técnicas seleccionadas

En este estudio se trabajó con las técnicas de observación participante, entrevista en profundidad y análisis de contenido cualitativo, propias de la metodología cualitativa. Se eligió la observación participante porque a través de esta técnica se pretendió entrar al campo para analizar a nuestros sujetos de estudio en su propio contexto; es decir, observamos cómo ellos se desenvolvían en su entorno, las actividades que realizaban en su cotidianidad, su interacción con las demás personas, las actividades que les gustaba hacer, estableciendo una relación cercana y abierta. En la medida en que fue creciendo la confianza y simpatía se obtuvo la información requerida para nuestro análisis.

En segundo lugar, se eligió la técnica de la entrevista en profundidad, por la sensibilidad de los temas abordados vinculados a la vida familiar y de pareja de las entrevistadas, pues a través de sus relatos conocimos los diferentes significados e interpretaciones que elaboró cada una de las telespectadoras sobre el programa y los temas que en él se exponen, es decir, cómo las mujeres se apropian de los contenidos televisivos y cómo los relacionan con su vida diaria. Cabe mencionar que debido a las condiciones de tiempo de las mujeres, llevamos a cabo las entrevistas en una sola sesión, pero se realizaron tres visitas más con el propósito de profundizar en sus relatos y construir confianza con ellas.

Por último, se eligió la técnica de análisis de contenido cualitativo para interpretar y sistematizar el conjunto de la información elaborada mediante la observación

participante y la entrevista en profundidad, codificando e interpretando la información relevante de acuerdo a nuestros objetivos de investigación.

Por otro lado, cabe señalar que paralelamente también se llevaron a cabo una serie de monitoreos, una vez cada 15 días, del 12 de Junio al 14 de Noviembre del 2013, dando un total de 12 monitoreos del programa televisivo “Cosas de la vida”, que se transmitió en el canal 13 de TV Azteca. Esto nos permitió a acercarnos de una manera más específica a los contenidos relacionados con las diferentes temáticas que se transmiten en dicho programa, sus participantes y temas más recurrentes. En este monitoreo se profundizó en categorías de análisis como: “mujer”, “hombre” y “familia”, lo cual nos ayudó a percibir la manera en que se presentaban y representaban las relaciones entre personas en el *talk show*, desde una perspectiva de género.

Como ya se dijo, todo ello nos permitió conocer el contenido general del programa, su dinámica o los comentarios de los participantes. Finalmente, se llegó a una interpretación general del programa que sirvió como insumo para las entrevistas.

5.3. Justificación de la muestra cualitativa/criterios de selección de personas y lugares

Para la realización de nuestro análisis de estudio de recepción con las telespectadoras del programa “Cosas de la vida”, se seleccionaron los siguientes lugares: la delegación Iztapalapa, específicamente en colonia Mirasoles, se

escogió un lugar que tenía características urbano-populares; en segundo, se escogió el pueblo de Guadalupe Victoria-Chilchotla perteneciente al estado de Puebla, con características rurales. Esto con el fin de poder comparar cómo las mujeres que radicaban en dos zonas diferentes realizaban la lectura del programa televisivo.

Aunque el pueblo de Guadalupe Victoria es considerado como una zona urbana, ya que cuenta con 16, 551 habitantes (INEGI, 2010), y rebasa los indicadores designados por el Inegi para considerarse una zona rural que debe ser menor de 2,500 habitantes, se buscó un lugar que tuviera características rurales, por lo que se eligió el pueblo de Chilchotla. Este municipio cuenta con 19,257 habitantes (Cuéntame, INEGI, 2010) y se encuentra aproximadamente a 30 minutos del pueblo de Guadalupe Victoria, en la parte alta de la Sierra Madre Oriental, de clima mucho frío y nuboso. Este lugar estaba rodeado por campos en donde se siembran distintas cosechas como: el maíz, frijol y calabaza, y ahí mismo descende una cascada que es un atractivo turístico de la zona.

Cabe señalar que si bien Guadalupe Victoria y Chilchotla rebasan el número de habitantes propuesto por el Inegi para considerarse zona rural (2,500 habitantes), no sólo se tomaron en cuenta criterios cuantitativos para seleccionar estas localidades, sino también cualitativos a partir de la observación llevada a cabo durante el trabajo de campo; se observó que los pobladores son de escasos recursos económicos y su vida cotidiana se organiza en función de la producción agrícola.

El poblado de Chilchotla resultó interesante para llevar a cabo la observación participante y la entrevista en profundidad, pues sus habitantes se dedican

principalmente a la agricultura, lo cual implica un contexto sociocultural y modos de vida que nos permitieron contrastar de manera más clara el ámbito urbano y rural.

También se observó en las visitas de campo que las calles no estaban pavimentadas, la gente solía trasladarse a caballo o en automóvil particular, no hay avenidas, ni transporte colectivo, no hay centros culturales ni de entretenimiento tales como museos, cines o centros comerciales.

De acuerdo con los estudios de Geocensos (2011): “Para definir las zonas urbanas y rurales se utiliza el concepto de marco geoestadístico como sistema único y de carácter nacional para referenciar correctamente la información estadística de los censos y encuestas. Las áreas geoestadísticas rurales tienen extensión territorial variable y están caracterizadas por el uso del suelo de tipo agropecuario o forestal. Las áreas geoestadísticas básicas urbanas son áreas geográficas ocupadas por un conjunto de manzanas que generalmente que va de 1 a 50, perfectamente delimitadas por calles, avenidas, andadores y cuyo uso del suelo sea principalmente habitacional, industrial, de servicios, comercial, etc.”.

Como se pudo ver, no sólo es posible utilizar criterios cuantitativos como el número de habitantes para clasificar a una localidad como urbana o rural, sino cualitativos dada la complejidad de las localidades en la actualidad, en particular, aquellas en donde conviven personas de menores recursos económicos.

En estos lugares, uno con características urbano-populares (Iztapalapa) y otro rural (Chilchotla, Puebla, vecino de Guadalupe Victoria), se realizó la observación participante y la entrevista en profundidad con la finalidad hacer un análisis comparativo entre ambos tipos de telespectadoras; como ya se anticipó,

reiteramos que interesaba más que contrastar las diferencias, profundizar en las coincidencias con base en la reflexión desde la perspectiva de género.

Aunque en la actualidad se celebra la democratización sobre el acceso a los medios de comunicación así como a las nuevas tecnologías, sigue siendo importante explorar las lecturas que hacen las mujeres que pertenecen a segmentos de audiencia que no cursaron educación media-superior o superior o no tienen acceso a suficientes recursos económicos, ya sea del campo o de la ciudad. En este marco, se tomaron en cuenta las siguientes características para seleccionar a las mujeres de este estudio:

- Una mujer que viviera en una zona rural del estado de Puebla y una de zona urbana de la delegación de Iztapalapa.
- Ambas telespectadoras frecuentes del programa de televisión “Cosas de la vida”; que viera el programa al menos tres veces por semana.
- Se consideró el mismo rango de edad de 25 a 60 años, además de que tuvieran hijos e hijas y esposo, con el fin de comparar las problemáticas familiares.
- De segmento socioeconómico medio bajo y bajo.
- De nivel educativo primaria/secundaria o sin instrucción.
- Lugar de residencia/Contexto: urbano y rural, con la intención de comparar las diferencias y coincidencias en los significados que estas mujeres elaboran en torno a los contenidos televisivos y en relación con su vida cotidiana. Se buscó que en el ámbito rural, la informante hablara lengua indígena, dado que la lengua conlleva elementos identitarios significativos.

En posteriores investigaciones, se sugiere contactar con mujeres de nivel educativo medio o superior (carrera técnica/preparatoria o licenciatura)²; o bien, analizar familias en las que el padre esté más cercano a la crianza de las y los hijos y al trabajo doméstico.

Aclaro que se entrevistó solo a una mujer de Puebla, ya que después de varios intentos con otras mujeres para entrevistarlas, se seleccionó a esta informante debido a que cumplía con el perfil requerido para la realización de esta investigación. Se entrevistaron a dos mujeres de Iztapalapa debido a que ellas tenían cosas en común con la informante de Puebla: ven el mismo programa, tienen similar nivel educativo tienen hijos e hijas y esposo, y sus historias de vida eran parecidas. Por lo que se optó, que una mujer fuera de Puebla y dos de Iztapalapa.

5.4. Diseño de instrumentos para la elaboración de la información

Los instrumentos diseñados tales como la guía de entrevista en profundidad y la guía de observación participante, se utilizaron para llevar a cabo la investigación de campo, retomando el modelo de múltiples mediaciones de Guillermo Orozco. Asimismo, se diseñó una ficha de monitoreo, para el análisis de contenido del programa televisivo “Cosas de la Vida”.

² Como lo señalan distintas investigaciones, sería relevante indagar si “a mayor nivel de estudio decrece la dependencia que se pueda tener hacia los hombres y como resultado se tiene menor tolerancia al sexismo”. (Cruz, Alonso y Correa 2005, en Díaz, Rosas y González, 2010, p.37)

GUÍA DE ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

Nombre:	Edad:	Sexo:
Estado civil:	Lugar y fecha de entrevista:	
	Ocupación:	
	Escolaridad:	

FÓRMULA INICIAL: ¿Platícame cómo ha sido tu experiencia como telespectadora del programa “Cosas de la vida”?

(Dependiendo de la dinámica de la conversación –“técnica de espejo”-, se plantearán las siguientes preguntas-intervenciones)

- **MEDIACIÓN INDIVIDUAL**

1. ¿Platícame qué programas recuerdas que fueron presentados en el programa de televisión “Cosas de la vida”?

2. Platícame ¿a qué le prestas mayor atención? (panelistas, conductora, público, especialistas etc.)

3. Platícame ¿recuerdas algún caso en particular ¿algún personaje?

4. Platícame ¿conversas con tu familia y amigas sobre los programas? ¿en qué difieren y en qué hay acuerdos?

5. Platícame ¿has vivido alguna situación similar con relación a los casos que presenta el programa? ¿algún conocido tuyo la ha vivido?

6. Platícame ¿en qué te ha servido ver el programa? ¿algún ejemplo?

7. Platícame ¿recuerdas algún programa que no te haya gustado?

8. Platícame ¿has puesto en práctica los consejos que da la conductora y los especialistas, en tu vida diaria, ¿sabrías cómo actuar si te vieras involucrada en un caso así?

- **MEDIACIÓN SITUACIONAL**

9. Platícame ¿en qué espacio de tu hogar ves el programa? (sola o acompañada)

10. Platícame ¿conversas con otras personas mientras ves el programa?

11. ¿Cada cuando ves el programa?

12. Platícame, ¿das tu opinión acerca del tema que se está transmitiendo en la TV? Si la otra persona está en desacuerdo con tu opinión, ¿cambias de parecer o mantienes tu opinión?

13. ¿Realizas otras actividades cuando ves el programa? ¿Cuáles son?

14. Platícame ¿tú platicas con otras personas acerca del programa en otros lugares? ¿cuáles?

15. Platícame ¿conoces alguna persona que repita o haya seguido algún consejo de lo que ve en la TV? Dame un ejemplo

16. Platícame ¿qué actividades realiza tu familia mientras tú ves el programa?

- MEDIACIÓN INSTITUCIONAL

17. Platícame, ¿cómo se ponen de acuerdo en tu familia para ver la TV?

18. Platícame ¿crees que lo que se dice en la TV se relaciona con lo que tú vives diariamente?

19. Platícame ¿recuerdas algún programa en el que se decía algo parecido o diferente a lo que tú has escuchado en el templo?

20. Platícame ¿recuerdas algún programa en el que se decía algo parecido o diferente a lo que aprendiste o has escuchado en la escuela?

21. Platícame, ¿recuerdas algún programa en el que se decía algo parecido o diferente a lo que te enseñaron en tu familia de origen?

- MEDIACIÓN TECNOLÓGICA

22. Platícame ¿a través de qué medio ves el programa? ¿hace cuánto compraron la TV? ¿tienes cable?

23. Platícame, además de ver el programa a través de la TV ¿tienes acceso a otros medios para ver el programa?

24. Platícame ¿qué otros medios de información utilizas con más frecuencia? ¿qué te llama la atención de ellos?

25. Platícame ¿crees que toda la información que pasa en la TV es verdadera?

26. Platícame ¿qué diferencia observas entre lo que se dice en el programa “Cosas de la vida” y lo que se dice en otros programas?

27. Platícame ¿crees que los diferentes temas presentados en el programa son reales o de entretenimiento?

- GÉNERO

28. Platícame ¿para ti qué significa ser mujer?

29. Platícame ¿crees que la mujer solo sirve para atender y cuidar a la familia?

30. Platícame, ¿qué te hubiera gustado ser aparte de dedicarte al hogar?

31. Platícame ¿has tenido algún conflicto familiar? ¿Cómo lo resolvieron? ¿Fue tomada en cuenta tu opinión?

32. Platícame ¿tu esposo te ha prohibido realizar alguna actividad que a ti te gustaría hacer?

GUÍA DE OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

Nombre:	Edad:	Sexo:
Estado civil:	Lugar y fecha de observación:	
Actividades que realizan usualmente las mujeres.		
Interacción con los integrantes de la familia durante sus actividades.		
Condiciones en las que ven el programa televisivo "Cosas de la vida"		
Comentarios que hacen los miembros de la familia cuando estén viendo el programa.		
Expresiones que hacen cuando están interactuando con el programa.		
Comportamientos que realizan al momento de ver la televisión.		
Actividades realizan mientras ven el programa.		
Reacciones de los miembros de la familia cuando en el programa abordan temas que no sean de su agrado.		
Otros dispositivos que utilicen para ver la emisión.		
Participante del programa con el que se identifica cada uno de ellos.		
Conflictos familiares que se generan cuando están viendo el programa.		

FICHA DE MONITOREO

MONITOREO DEL PROGRAMA DE TELEVISIÓN “COSAS DE LA VIDA”, CANAL 13, TV AZTECA

NOMBRE DE LA INVESTIGADORA:

I. DATOS GENERALES DEL PROGRAMA

FECHA	
HORARIO DE TRANSMISIÓN	
DURACIÓN DE LA EMISIÓN	
ANUNCIANTES	
CONDUCTORES	
PARTICIPANTES O INVITADOS	
CONTENIDO GENERAL DE LA EMISIÓN	

II. ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL PROGRAMA

TEMAS	OBSERVACIONES SOBRE EL PROGRAMA (comentarios textuales de conductores, comentarios textuales de participantes, descripción de imágenes o momentos importantes)	INTERPRETACIÓN DEL INVESTIGADOR/A (qué significa para ti)
MUJER		
HOMBRE		
FAMILIA		

OTRO (según las temáticas abordadas ese día, por ejemplo: alcoholismo, infidelidad, violencia física, drogadicción, etc.)...		

CONCLUSIÓN GENERAL SOBRE ESTA EMISIÓN (comentarios de la investigadora, qué preguntas o reflexiones surgen)

5.5. Procedimiento

Las actividades de esta investigación se realizaron en el siguiente orden:

- Monitoreos del programa televisivo “Cosas de la vida”, una vez cada quince días, del 12 de Junio al 14 de Noviembre del 2013.
- Trabajo de campo exploratorio en Guadalupe Victoria-Chilchotla (11 de Agosto de 2013). Se realizó un primer acercamiento de observación participante con una familia, así como una entrevista breve con una mujer madre de familia en relación al programa de televisión “Cosas de la vida”.
- Trabajo de campo exploratorio en la Unidad Habitacional Mirasoles (14 de Enero de 2014). Se llevó a cabo una observación participante con una mujer y su familia, también una entrevista exploratoria con la madre de familia en relación al programa de televisión “Cosas de la vida”.
- Diseño y ajustes a los instrumentos de investigación.
- Trabajo de campo en la Unidad Habitacional Mirasoles (18 de Abril y 14 de Mayo de 2014). Se aplicó observación participante y entrevista en profundidad.
- Trabajo de campo en Guadalupe Victoria-Chilchotla (25 de Enero y 18 de Mayo 2014). Se llevó a cabo observación participante y entrevista en profundidad. Tres sesiones.

CAPÍTULO VI

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Capítulo VI

Análisis y presentación de resultados

En el presente capítulo se analizaron las narrativas de mujeres telespectadoras del programa “Cosas de la vida”. En esta investigación, conocimos cómo las mujeres procedentes de diferentes lugares, es decir, de zonas rurales del estado de Puebla y urbanas del D.F., interpretaron los mensajes del programa. Asimismo, exploramos las diferencias y coincidencias que estas mujeres elaboran y experimentan en su vida cotidiana en relación con el programa televisivo.

El presente estudio se apoyó del modelo de múltiples mediaciones de Guillermo Orozco para estudiar a las audiencias, aunado a la reflexión en torno a la categoría de género con base en autoras como Marta Lamas y Joan Scott; esto para destacar, cómo desde su condición de mujeres, ellas viven día a día problemas cotidianos, y cómo relacionan estas dificultades con los temas presentados en el *talk show* “Cosas de la vida”. Estas perspectivas teóricas nos ayudaron a tener una mejor comprensión acerca del problema de investigación. Del mismo modo, se incluyeron datos generales de las informantes y del programa, con el fin de comparar sus diferentes experiencias y puntos de vista.

Asimismo, los datos presentados en este capítulo se derivan de la aplicación de las técnicas de entrevista en profundidad y observación participante.

6.1. Información personal de las entrevistadas

Para identificar un poco mejor a nuestras entrevistadas, la siguiente tabla muestra las características de cada una de ellas, por edad, escolaridad, ocupación y estado civil.

Datos generales de las informantes

Tabla 1

Informantes	1	2	3
N° de sesiones	3	3	2
Edad	52 años	50 años	51 años
Escolaridad	Primaria	Primaria	Primaria
Ocupación	Hogar y comerciante	Hogar y comerciante	Hogar
Estado civil	Casada	Casada	Casada
Lugar de residencia	Guadalupe Victoria-Chilchotla, Edo de Puebla (rural)	Iztapalapa, D.F. (urbano)	Iztapalapa, D.F. (urbano)
Lengua	Español y Náhuatl	Español	Español
Número de hijos	6	3	3
Nivel socioeconómico	Medio bajo	Media	Media

Religión	Católica	Católica	Atea
-----------------	----------	----------	------

Las tres informantes coinciden en que estudiaron el nivel básico, que se dedican al hogar y al comercio informal, y son casadas. Sin embargo, el lugar de origen es diferente, la informante 1 es de Chilchotla, de una zona rural del estado de Puebla, mientras que las informantes 2 y 3 son de Iztapalapa, D.F. El idioma que ellas hablan es el español, no obstante, la informante 1 habla también la lengua náhuatl.

El número de hijos es igual tanto en la informante 2 y 3, excepto, en la informante 1 que tiene 6 hijos. El nivel socioeconómico de las informantes 2 y 3 es medio, en la informante 1 es medio bajo. Por último, en cuestión de religión la informante 1 y 2 son católicas y la informante 3 se considera atea, es decir, no cree en dicha iglesia. Como se puede ver, las tres informantes coinciden casi en todo, excepto por el lugar de residencia.

De manera intencional, se seleccionó a estas telespectadoras con base en los criterios antes mencionados, con el propósito de profundizar y comparar sus procesos de recepción comparando diferencias y similitudes por lugar de residencia -urbano y rural-, así como desde una perspectiva de género.

6. 2. Información general del programa “Cosas de la vida”

A continuación, se muestra la frecuencia con la que las mujeres ven el programa, el lugar en donde lo ven, y con quién lo ven.

Datos generales de las entrevistadas sobre el programa “Cosas de la vida”

Tabla 2

Datos generales acerca del programa	Informante		
	1	2	3
¿Desde cuándo ve el programa?	4 o 5 años	4 o 5 años	4 o 5 años
¿Cómo se enteró del programa?	“Porque lo anunciaban en la televisión”	“Porque lo anunciaban en la televisión”	“Por los comerciales”
¿Con qué frecuencia lo ve?	“Diario”	“Diario”	“Antes lo veía a diario, horita lo veo de vez en cuando”.
¿Con quién lo ve?	“Lo veo solita y a veces con mi familia”.	“Con mi esposo y a veces con mi hija la chica”.	“Sola”
¿En dónde lo ve?	“Como está ahí mi cocina junto a la sala, ahí veo todo el programa”.	“Siempre lo veo en la sala”.	“En la sala
¿Medio por el que ve el programa?	“A través de la televisión”	“Pues a través de la Televisión”	“Por televisión”.
¿Qué otros medios utiliza?	“No, no tengo, sólo tengo mi celular, pero no veo el programa”.	“Sólo veo el programa por la TV”.	“Por internet, en la Tablet, pero se me hace más fácil verlo por la tele y cuando me da tiempo lo veo en la Tablet”.
Otros usos del programa	“Pues mmm... veo el programa por los especialistas y ahorita como hay un problema con mi hijo porque toma mucho, yo escucho a los especialistas lo que dicen y yo les doy esos consejos y le digo a mi hijo que se puede meter en problemas y que su esposa lo puede demandar	“Aaa sí, yo lo veo porque ahí luego pasan como comerciales dentro del programa, de como uno puede poner su propio Micronegocio Azteca y yo como soy comerciante y vendo pollo, estoy pensando en poner mi propia rosticería, y por eso lo veo para saber cómo le puedo hacer,	“Pues, es que tengo un sobrino que se droga, y me acordé que un día en el programa pasaron un caso similar de un chico, y entonces, a note el teléfono que dijo el psicólogo para que mi sobrino fuera a ese lugar, que lo ayudaran, creo que es eso, veo el programa, para ver en que me puede servir por si se llegara a ofrecer”.

por no ser además de que responsable con me gusta el su familia. Ese programa". uso le doy".

Como se pudo apreciar, las tres informantes coinciden en que el programa lo ven desde hace 4 o 5 años y se enteraron de él porque lo anunciaban en la TV; también coinciden en que lo ven a diario, excepto por la informante tres, que lo ve de vez en cuando. Sin embargo, existen diferencias en la forma de ver la TV, ya que la informante 1 ve el programa sola y a veces con su esposo, la informante 2 con su esposo y a veces con su hija la más joven, y la informante 3 lo ve sola. El espacio en donde sintonizan el programa, las 3 informantes coincidieron que es en la sala y el medio por el que ven el programa es la TV.

Nuestras informantes poseen otros dispositivos para poder ver la TV, pero no siempre los utilizan: la informante 1 posee una TV y un celular, pero únicamente lo usa para recibir y hacer llamadas; la informante 2 tiene una computadora, pero sin acceso a internet; a la informante 3 le resulta más fácil y rápido prender la TV y ver el programa que acceder a internet y verlo por medio de su tablet, así que prefiere ver el programa a través de la TV.

Finalmente, nuestras entrevistadas le dan usos al programa en su vida cotidiana, ya que la informante 1 ve el programa por los especialistas que participan en él, porque dan consejos y a ella le sirven, debido a que tiene un problema con su hijo “que toma” (alcohólico) y no es responsable con su familia. La informante 2, hace uso de la información que le proporciona el programa en el sentido de cómo poner un negocio, pues ella nos comentaba que en el mismo programa pasan

anunciantes, que dicen cómo crear su propio negocio y, dado que ella es comerciante y quiere poner una rosticería, entonces los consejos le orientan sobre cómo hacerlo. Para la informante 3, el programa le ha servido porque un familiar tiene problemas con la droga y en el programa el psicólogo da un número telefónico para ayudar a la gente con problemas de drogadicción; entonces a la informante 3, el programa le ha servido porque aconsejan a la gente que esté pasando por dificultades similares.

Como se pudo apreciar, cada una de ellas hace uso del programa distintamente, pero coincidiendo en que les ha servido de alguna manera en su vida diaria.

6.3 Procesos de recepción televisiva

6.3.1. Mediación Individual/Cognitiva: Significados en torno al programa

Durante la realización de nuestra investigación que se llevó a cabo en diferentes poblaciones de la República Mexicana, pero con características sociodemográficas similares, a saber, en el estado de Puebla, en el pueblo de Chilchotla (rural), y del D.F., delegación Iztapalapa (urbano), se recabaron opiniones de mujeres que son esposas, madres de familia, comerciantes y, al mismo tiempo, telespectadoras del *talk show* “Cosas de la vida”.

Cada una de ellas pertenece a una cultura distinta y, simultáneamente, son integrantes de una sociedad en donde desarrollan diferentes actividades y costumbres día con día. Mientras unas viven en el campo y realizan labores de

cultivo como: la calabaza, el maíz, el frijol y tortillas hechas a mano; las otras que viven en la ciudad, desempeñan actividades de comercio de abarrotes y venta de cosméticos.

Independientemente de la diferenciación de las labores que ellas realizan, el estrato socioeconómico y escolar, llama la atención la variación de opiniones que ellas tienen sobre el programa de televisión y la familiarización sobre los temas presentados en el programa. Sin embargo, estos indicadores también son importantes, ya que influyen para conocer cómo las receptoras producen significados en interacción con los contenidos televisivos.

Las mujeres prestan mayor atención a las personas que van a exponer sus problemas, y a los especialistas que orientan y dan consejos a las personas que ahí acuden, ya que les brindan confianza, pues para las telespectadoras los especialistas son gente preparada que sabe cómo hacer su trabajo. Como dijeron las entrevistadas del pueblo de Chilchotla y de Iztapalapa:

“A las personas que van a exponer su caso, pues yo digo que sí, porque ellos son los del problema y también a los especialistas, porque ellos nos dan consejos y pues de algo nos sirve”. (inf 1. Pue)

“Yo al público ni si quiera lo veo, yo a los especialistas y a la conductora”. (inf 3. Izt)

Como se puede apreciar, el centro de atención de las telespectadoras son los especialistas (abogada y psicólogo), seguidos de la gente que va a exponer sus problemas y la conductora. No obstante, los consejos que brindan en este programa, les sirven a las entrevistadas porque los consejos les ayudan a afrontar

problemas que ellas pudieran tener en su vida diaria; así lo expresó una de nuestras entrevistadas:

“Pues creo que a todo, pero más más a las personas que van a platicar sus problemas y a los especialistas que dan sus consejos para tratar de solucionar sus conflictos de esas persona. Sí creo que es importante la opinión de esa gente que sabe, y está bien que regañen a las personas, pues para que entiendan y sepamos cómo afrontar los problemas”. (inf 2. lzt)

En buena medida podemos decir que el programa les deja a las mujeres un conocimiento que les puede ayudar a solucionar algún conflicto, en el cual se ven reflejadas con los casos, y así ellas sabrían o tendrían la noción de cómo afrontar esas dificultades.

Llama la atención que los casos que más recuerdan nuestras informantes son los relacionados con las mujeres; en este sentido, es importante destacar que el género y la edad juegan un papel fundamental en la interacción y percepción que las mujeres tienen respecto de los casos presentados, como podemos ver en las siguientes menciones:

“Cómo, cómo mmm...¿cómo un caso? ¡aaa! ah sí, el caso de una señora que le mataron su hijo y este, ella pensaba que vivía y estaba muerto, y eso es lo que recuerdo, a la señora que estaba muy desesperaba por encontrar a su hijo, y ella lloraba y lloraba, y pedía pues justicia para la persona que había matado a su hijo”. (Inf 1. Pue)

“Aaah sí, un día pasaron un programa en el que una chica se quería casar con un joven que era divorciado y tenía dos hijos, y ella lo ayudaba a cuidar a sus niños, pero entonces, sus padres no estaban de acuerdo con esa relación y entonces el padre de esta muchacha no la quería ni ver, y el señor se veía como muy machito, porque tampoco dejaba salir a su

esposa, sólo le decía vas al mercado y a la casa, no tienes por qué estar en la calle, y sí recuerdo muy bien al señor hasta me cayó mal". (Inf 2. Izt)

"Estee pues, yo nada más recuerdo el caso de la hija de una actriz, que estee, es que no recuerdo muy bien, de esta ay cómo se llama, es una señora que ya está grande, pero el caso de su hija, pero así de actores es el que más me acuerdo".(Inf 3. Izt)

Como se dijo anteriormente, el género y la edad del sujeto sea hombre o mujer, constituye una fuente significativa de mediación, ya que las personas seleccionan su punto de atención en la pantalla, por ejemplo: si la actriz de una novela es engañada por su esposo, la telespectadora que está viviendo una situación de engaño se identifica y orienta su atención hacia la actriz.

Lo mismo sucede con los casos anteriores de las informantes; así, ellas coinciden en que recordaban más los casos y problemas relacionados a su mismo género. De este modo, las mujeres se ven reflejadas y se identifican con las participantes que acuden al programa.

Es importante reflexionar por qué las informantes no expresaron casos en los cuales el hombre se viera involucrado en un problema y no la mujer; es así como podemos afirmar que dependiendo del género al que pertenecen los sujetos que interpretan los mensajes, estos se identificarán más con los de sus mismas características.

Empero, también el foco de atención sobre los problemas de prostitución, embarazos no deseados, drogadicción, alcoholismo, robos, injusticias o violación, son algunos de los temas que las mujeres más recuerdan e identifican, como se ve a continuación:

“Era de una señora que se dedicaba a la prostitución por darle de comer a sus hijos, pues se dedicaba a eso, y entonces sus hijos estaban muy enojados con ella y así de eso se trataba”. (Inf 1. Pue)

“Mi marido me engaña con la secretaria de su trabajo, Mi hija está embarazada de un niño, Vendo mi cuerpo para darles de comer a mis hijos, creo que esos son algunos que me vienen a la mente”. (Inf 2. Izt)

“El de los niños robados, y el del niño que le quitaron los ojos, también ese estuvo muy fuerte, el del niño que le quitaron los ojos por una secta, ese también no me gustó y otros, pero no recuerdo ahorita”. (Inf.3 Izt)

Como vemos, estos temas o casos van encaminados hacia las mujeres, por lo que podemos decir que las telespectadoras prestan mayor atención a este tipo de situaciones que se vive diariamente en la sociedad y que para ellas son relevantes.

Asimismo, las informantes relacionan e incorporan los contenidos televisivos con su vida diaria, además de que no sólo ellas han pasado situaciones similares como los que transmite el programa, sino que conocen a familiares y amigas que han vivido alguna situación como en la TV. Frases como las siguientes así lo demuestran:

“Pues más o menos, ¡ah! Mis compadres que crecieron (cuidaron) a un niño, luego tenía siete años y lo crecieron, y después ya que se crecieron se enamoraron y se fueron los dos allá a vivir en México”. (Inf 1. Pue)

“A mí no me ha tocado pasar por problemas así como los que pasan en el programa, sí he tenido algunos problemas como todo el mundo pero nada más, y sí he conocido a personas que han pasado por problemas como los que pasan en el programa. Por ejemplo,

conozco a una vecina mía, que su hijo es drogadicto y lo encierran en un centro de rehabilitación, pero el joven siempre se escapa y mi vecina nada más lo anda buscando, luego ya no sabe qué hacer, a dónde acudir porque su hijo no entiende”. (Inf 2. Izt)

“No pues no mmm...pues sí, tuve un problema muy fuerte con una sobrina y esos temas también los han pasado ahí, mi sobrina andaba de coqueta con mi esposo y eso a mí no me parecía, porque lo abrazaba y cuando nos visitaba venía muy provocativa y hasta se sentaba al lado de él y eso a mí no me parecía, y hablé con ella y ella me lo tomó a mal y le dije que ya no nos visitara más, porque hasta estaba diciendo que yo la trataba mal y que era muy grosera con ella, cuando no era cierto, y yo ya casi la demandaba por difamación con mi persona, y hasta ahora no ha venido”. (Inf 3. Izt)

Finalmente, como dice Orozco, “la mediación cognoscitiva es tal vez la mediación individual principal por tal medición me refiero al resultado derivado de esa estructura mental por medio de la cual el sujeto conoce. Las fuentes de esta mediación pueden ser operacionalizadas como *esquemas mentales* como se ha hecho en el terreno psicológico o como *repertorios* o *textos* o como *guiones*” (Orozco, 1996: 85).

En otras palabras, el esquema mental del sujeto actúa anticipadamente para estimular a que busque una determinada información. Además de generar significados que adquieren un sentido específico, ya que con el solo hecho del nombre, el contenido del programa y la intencionalidad que éste tenga, el sujeto organiza en su mente lo que se va a tratar el programa, para después llevar a la práctica los conocimientos que el medio les ofrece.

6.3.2. Mediación situacional: Prácticas de recepción televisiva

Durante nuestro estudio de investigación en la zona rural de Chilchotla-Puebla y del D.F.-Iztapalapa, sabemos que el contexto en el que se ubican unas y otras son distintos, ya que unas pertenecen a zonas rurales y otras a zonas urbanas. También, la situación en la que ellas se desenvuelven en la sociedad, las actividades que realizan, las interacciones que entablan con otras personas y la TV, y el espacio donde la ven, son una fuente importante de mediación, por lo que estos factores intervienen en cómo ellas perciben y dan sentido al programa.

En el estudio realizado, con telespectadoras de “Cosas de la vida”, ellas ven el programa cuándo realizan diferentes actividades, y a la vez, lo ven solas o acompañadas. La televisión sigue siendo parte importante en la vida de las telespectadoras del segmento socioeconómico medio y bajo; ya sea en el campo o en la ciudad, la televisión sigue siendo su compañera durante las labores hogareñas y de ocio, como podemos ver a continuación:

“Lo veo solita y a veces con mi familia, porque a ellos no les gusta mucho, bueno yo creo que dependiendo de los temas que les pueda gustar”. (Inf 1. Pue)

“Con mi familia, bueno con mi esposo y a veces con mi hija la chica”. (Inf 2. Izt)

“Sola porque no les gusta a los demás, no, yo sola”. (Inf 3. Izt)

“Para la mayoría de los miembros de la audiencia la situación común para interactuar con la TV es el hogar, donde primero se producen las negociaciones y

las apropiaciones televisivas” (Lull, 1990, citado en Orozco, 1996: 87). Frases como las siguientes demuestran estas conductas:

“Sí, mientras hago mi comida, pues veo el programa; y bueno ahorita ya tengo mi tiendita, pero tengo que ir a despachar y otra vez llego y me siento a poner atención; si no, le digo a mi hijo que vaya a despachar”. (Inf 1. Pue)

“¡Aaaaa! claro que sí, como verás, me gusta mucho tejer creo que es una forma de terapia y de entretenimiento, y pues me gusta mucho el tejido, ya he hecho chambritas, cobijitas, suéteres, chalecos, gorritos, etc. y aparte los vendo”. (Inf 2. lzt)

“Pues mmmm...nada, estoy nada más sentada viendo”. (Inf.3 lzt)

Como se pudo observar, las tres informantes realizan diferentes actividades mientras ven la TV. La informante 1 hace la comida, la informante 2 teje, y la 3 sólo ve el programa.

Asimismo, al observar las interacciones que las mujeres efectuaban con los miembros de la familia al ver el programa, pudimos percatarnos que la comunicación entre ellos, en los tres casos, es distinta. Aunque al esposo de la informante 1 no le gusta, ellos se ponían de acuerdo que durante los cortes comerciales él le cambiaría de canal. Fue interesante ver, que el esposo al momento en que pasaban algo que a él le llamaba la atención, por ejemplo: cuando los participantes discutían entre ellos y la conductora Rocío los regañaba para mantener el orden, él se sentaba al lado de su esposa y se ponía a dar sus propias opiniones en torno al tema:

“Está bien que se hayan enamorado, pues no son hermanos, ¿o no?” (Esposo de inf 1. Pue)

“Pues sí, si no son nada, no son hermanos de sangre, yo creo que sí está bien”. (Inf 1. Pue)

La interacción entre la familia 1 de Puebla me pareció efectiva, ya que durante la transmisión del programa hubo acuerdos y negociaciones entre ellos, pues independientemente que a su esposo no le guste el programa y a ella sí, acordaron que en los cortes comerciales su esposo le cambiaría de canal, no obstante, que sólo en momentos interesantes él se quedaba atento viendo lo que sucedía en el programa.

Lo que nos hace pensar que sí hay una negociación entre ellos al momento de ver la TV, aunque ella la mayoría de las veces lo ve sola y no interactúa con su familia. A menos que a su esposo le llame la atención el tema que presenta el programa, es cuando hay un acuerdo y su esposo le cambia de canal únicamente cuando hay cortes comerciales. En este sentido, por los comentarios que hacían en torno al tema “Me enamoré del hijo adoptivo de mi madre”, como pudimos advertir en la observación participante, la pareja comparte los mismos puntos de vista.

Por otro lado, en el caso de la informante 2, la comunicación entre las y los integrantes de la familia es más satisfactoria a diferencia de la familia 1. En este caso, los integrantes de la familia 2 si interactúan entre ellos, ya que a la pareja de esposos les gusta ver el programa y además discuten más abiertamente los temas. También, la hija menor de la pareja compartía el lugar de recepción televisiva en su casa, pero no prestaba atención al programa, ya que sólo interactuaba con su teléfono móvil en las redes sociales de Facebook y Whatsapp.

Frases como las siguientes, demuestran la interacción que había entre la pareja al estar viendo el programa y, por ende, discutiendo sobre el tema en cuestión:

“¿Cómo es posible que la mamá adopte otro hijo, si tiene a su propia hija y aparte la abandonó?” (Inf 2. Pue)

“Sí, estuvo mal que la señora hiciera eso, es ese caso me llevo a mi hija conmigo y adopto otro hijo y ya” (Esposo inf 2. Izt)

Además nos percatamos, que la pareja estaba en desacuerdo con el tema, ya que ella movía la cabeza de un lado a otro como queriendo decir: ¡cómo es posible que esto pase!; ella, al igual que a su esposo, estaba en desacuerdo con el tema porque las expresiones de los dos eran de incredulidad, pues no podían aceptar lo que estaban transmitiendo en el programa. Sin embargo, existe coincidencia con la familia 1, en que son los esposos quienes toman el control de la TV para cambiar de canal cuando hay cortes comerciales, y no las esposas. Es importante reflexionar por qué siguen siendo los hombres quienes tienen el control de la TV para seleccionar qué mirar en la televisión y no las mujeres. En cuanto a la informante 3, ella no interactúa con nadie, ya que a su familia no le gusta el programa y por tal razón ella lo ve sola. Sin embargo, cuando la tía de su esposo los visita, ambas se ponen a discutir el tema.

Observamos que los tres casos difieren en la forma de interactuar con la familia, unas lo ven solas y otras acompañadas; pero los tres casos coinciden en que es la sala el espacio donde las mujeres interactúan con la TV, ya que es el punto de reunión familiar y de entretenimiento en donde comúnmente la gente dialoga entre ellos. “Cada escenario abarca posibilidades y limitaciones para el proceso de

recepción televisiva, tanto a nivel espacial como a nivel de la interacción posible de la teleaudiencia” (Orozco, 1996: 87).

Asimismo, la mediación situacional no sólo se da en el interior del hogar, sino que además el proceso de recepción se extiende a los diferentes espacios donde el sujeto interactúa con otras personas en otros lugares. Frases como las siguientes ilustran esta cuestión:

“Sí, luego pues este me voy aquí al parque, luego ahí me dicen “ay! es que pasó esto con Rocío, ¡aaa, sí es cierto eso!, es que pasó el tema deeee...cualquier cosa, y ya ahí nosotros empezamos a platicar, no pues sí paso esto, que porque a la chava le pegaba su marido, y que ya se dejaron, o que la mamá a veces se mete pero porque sabe que su hija la están maltratando, y ya ahí pues sí está bien que lo encierren al muchacho, por pegarle; pero sí, así luego nos ponemos a platicar con alguien, con mis conocidos, mis amigas”. (Inf 1. Pue)

“Pues sí platico, pero sólo con mi familia y nada más”. (Inf 2. Izt)

“Sí, cuando vamos a desayunar o en alguna casa de una de mis amigas, pero uuuuh de vez en cuando. (Inf 3. Izt)

“El proceso de recepción de la televidencia trasciende la pantalla de la TV, las mediaciones situacionales proceden también de los escenarios específicos en los que los miembros de la audiencia interactúan usualmente” (Orozco, 1996: 87).

Como se pudo observar en las frases anteriores, cada entrevistada entabla conversaciones con otras personas en otros lugares. Por ejemplo, la informante 1 platica en el parque sobre el programa de TV con sus amigas y conocidos; la informante 2 no platica del programa en otros sitios, sino nada más con su propia

familia; finalmente, la informante 3 conversa cuando ella va a desayunar a casa de una de sus amigas.

De este modo es que cada una de las telespectadoras conversa en diferentes espacios sobre el mismo programa, a diferencia de la informante 2 que sólo charla con su propia familia.

El proceso de recepción no solo es el tiempo en el que el espectador esta frente al televisor, sino el antes, durante y después de la exposición a la TV. Como podemos ver, cada familia se organiza y desempeña diferentes actividades durante el proceso de recepción televisiva. Por ejemplo: la familia 1, antes de ver la TV, la madre de familia hace su quehacer, su hijo barre el patio y su esposo, a veces, se sienta a ver el programa con ella, ya que luego llega de trabajar tarde. Así, mientras estaban viendo el programa, la madre de familia atendía su tienda, su hijo hacía la tarea y su esposo llegaba del trabajo. Después de la exposición a la TV, los integrantes de la familia retomaban sus propias actividades: la esposa atendió su negocio, su hijo se salió a la calle y su esposo le cambió de canal.

Por otro lado, antes de que comenzara el programa, las actividades que realizaban los integrantes de la familia 2 eran: la esposa hacía el quehacer, la hija mayor ayudaba a sus hijos hacer la tarea, el esposo cenaba, la hija mediana llegaba de trabajar y se subía a su habitación, y la hija menor de la familia hacía su tarea.

Durante la transmisión del programa, la pareja de esposos y la hija menor de la familia se sentaron en la sala y vieron el programa (dejando a un lado sus

actividades), los esposos platicaban sobre el programa y la esposa tejía, mientras que la hija, no interactuaba con ellos, ya que estaba chateando con su teléfono móvil, pero se observó que hacía movimientos con su cabeza de un lado a otro como dando a entender que no era verdad todo lo que pasaba en el programa, (lo escuchaba, pero no lo veía atentamente); por un momento lo veía y volvía su mirada al celular; en pocas palabras, no le gustaba el programa.

Al finalizar la transmisión del programa, los esposos retomaron sus actividades, la esposa siguió tejiendo (mientras continuaba viendo la TV), el esposo se salió al patio a componer su carro, la hija menor se salía a la calle, la hija mayor preparaba sus cosas para irse a su casa y la hija mediana hacía actividades relacionadas a su trabajo.

Finalmente, las actividades que realizaron los integrantes de la familia 3, antes de comenzar el programa, cabe mencionar que su esposo al igual que sus hijos no se encontraban presentes, ya que trabajan y llegan tarde, pero antes de que comenzó el programa la informante va por su hijo que juega fútbol. Durante la transmisión, ella estaba sentada en su sala y veía el programa, su hijo se subió a su cuarto (ya que no le gusta) y al finalizar el programa, ella continuaba viendo la TV.

Como podemos ver, la TV tiene la característica de reunir y al mismo tiempo a separar la familia, ya que algunos miembros de la familia no les gusta la programación que unos ven, por consecuencia, realizan otras actividades o bien se alejan del lugar. Pero claro está que durante el proceso de recepción la TV

sigue siendo la compañía de distracción común en los hogares, ya que mientras realizamos actividades, comemos, en momentos de ocio, etc.; el televisor estará encendido.

6.3.3. Mediación tecnológica

Durante nuestra investigación con mujeres telespectadoras del citado programa, ellas nos comentaron que lo ven a través de la TV, aunque poseen otros medios electrónicos como la computadora, celular y Tablet con acceso a internet, pues a ellas se les hace más factible encender el televisor y ver el programa. En el caso de la informante 1, ella ve la transmisión en su televisión que tiene con ella desde hace veinte años, y aparte contrató cable para ver otro tipo de programación, ya que sólo en el lugar donde habita ella, se ven dos canales (7 y 13), por tal razón contrató el servicio para ampliar su visión a otros canales y programación.

En el caso de la informante 2, ella sólo ve el programa por la TV abierta, mientras que la informante 3, tiene la posibilidad de ver el programa por internet, ya que su televisión es pantalla Smart, más moderna, pues tiene canales de alta definición y capta redes de internet; al igual que la informante 1, ella tiene la posibilidad de ampliar su consumo a otros canales. Las siguientes frases demuestran lo anterior:

“A través de la televisión, es el único, no tengo otra cosa ni computadora ni nada, mi televisión tiene como 20 años y bueno sí tengo cable. Contratamos cable, ¡aaa! bueno, pues porque como nada más se veían dos canales el 7 y el 13 y nosotros queríamos pues

ver otros programas, nosotros apenas lo contratamos tiene como tres meses, no tiene mucho". (Inf 1. Pue)

"Pues a través de la TV (ríe), mi TV la compramos hace como cinco años, porque mi otra TV ya estaba muy viejita y compramos esta que está ahí, que está más moderna y se ven muy bonitos los canales. Antes sí teníamos cable, pero como tenemos muchos gastos pues ya lo cancelamos, pero de todos modos no nos servía de mucho el cable, porque siempre veíamos los mismos canales como: Los Simpson que también lo pasaban en cable, eso les gustaba ver a mi familia, pero a mí pues no, eso me aburría, porque siempre, siempre están repetidos, les gustaba ver eso y digo ¡aaa! cómo les gusta eso." (Inf 2. lzt)

"La televisión esa, es que la tele que se compró mi esposo tiene HD, no sé cómo se llama, pero la veo por televisión sí por la televisión sí. No tengo cable pero la tele ya trae todo, es cómo se llama la esa la pantalla no, aah, pues es pantalla Smart, solo sé que es pantalla Smart, esa ya trae todo. La compraron hace tres meses" (Inf 3.lzt)

Como se pudo apreciar las tres informantes coinciden en que miran el programa en el televisor. Además de tener cable e internet (informantes 1 y 3), prefieren ver la transmisión abierta sin acceder a estos dispositivos electrónicos, ya que se les hace más rápido y fácil, pues no saben cómo utilizar el internet e ignoran las características y funciones de sus aparatos.

Siguiendo con el tema, la mediación tecnológica no sólo se refiere a los medios electrónicos que utilizan los sujetos para interactuar con la TV, sino que la televisión utiliza distintos lenguajes y códigos para fijarlos sobre la audiencia, estableciendo su propia mediación. En este proceso, la TV media a través de la utilización de elementos videotecnológicos, en donde uno de ellos es el género televisivo. En relación con lo anterior, las siguientes frases muestran la distinción

que hacen las informantes en torno al género televisivo de ficción o entretenimiento, frente al género informativo:

“¡Aaaa!, a mí me gusta el 13 donde pasan “Cosas de la Vida”, las noticias del 13 con el del bigote con Javier Alatorre (de vez en cuando, veo las noticias), “Laura”, “La Hora Pico”, “La Rosa de Guadalupe”, y la novela “La Gata”, eso veo. Aaaa pues cuando llego a ver las noticias, entonces pues pasa lo que sucede en el día, y pues ya me entero de todo, pero luego me aburre y le cambio porque no pasan nada entretenido. Y con Rocío, pues me entretiene y me gustan que estén ahí que gritando y luego uno se identifica con los participantes que ya descubrieron tal cosa, que ya anda con otra mujer, y cosas así, y me gusta Rocío porque ayuda a la gente y dan consejos y en las noticias no”. (Inf 1.Pue)

“A mí me gusta ver mucho las noticias, eso sí me gusta, y programas que sean serios que no sean tan cómicos como que ya no me gusta eso, luego a veces no me causan gracia, porque lo dicen en doble sentido y por eso no me gustan, y veo que a ellas sí les gusta (hijas), y luego digo yo estaré mal o qué, y mejor me pongo a tejer. A mí me gustan los canales 11, 22 y 13 que son más culturales. En el 11 veo el programa Añoranzas con Jorge Saldaña, Cristina Pacheco. En el canal 22, me gustan programas de animales y de todo que tenga que ver con la naturaleza, y en el 13 me gusta Cosas de la Vida, las noticias con Javier Alatorre, novelas no veo, porque hago corajes con lo que pasa ahí. La noticias me gustan, porque me mantengo informada de lo que pasa en la sociedad, pues para estar al tanto, ¿no?, y Rocío me gusta porque, es entretenido el programa y me gusta porque los especialistas dan consejos, y así uno, va conociendo cómo le puede hacer por cualquier problema que uno tenga”. (Inf 2. Izt)

“Pues veo las noticias, de esteee, es que yo veo puro 13, veo puro TV Azteca, veo las noticias con Alejandro Villalvazo, Hannia Novel y pues varios programas que pasan ahí, cuando me da tiempo. Bueno yo veo las noticias porque ahí nos informan pues de todo y uno se entera de lo que pasa en nuestro país, y pues en el mundo, sí, por eso me gusta estar enterada y con el programa Cosas de la Vida, pues solo lo veo por pasar el rato y no

aburrirme, pero pues también aprendo algo, porque el psicólogo y la abogada nos dan comooo...tips o consejos y nos orientan por cualquier problema que uno pase, ya uno sabría más o menos qué hacer ¿no?, eso creo, sí eso". (Inf 3. Izt)

“Un mecanismo muy importante es el género televisivo que enfatiza cómo una combinación específica de códigos resultan en modos particulares, tanto de estructuración de la TV como de su televidencia” (Barbero, 1987 citado en Orozco 1996: 89). El género televisivo es una organización y combinación específica de significados que la TV ofrece a la audiencia. Con relación al programa “Cosas de la vida”, este programa crea diferentes mecanismos de acuerdo a su propio género de entretenimiento y formato televisivo que es el *talk show*, en el que participa gente común que expone sus problemas cotidianos en un foro de televisión y ante millones de personas que están detrás de la pantalla; además de la participación de profesionistas que dan consejos a los participantes y toman el rol de especialistas (abogada y psicólogo).

De acuerdo con lo anterior, en el caso de la informante 1, a ella le gusta sintonizar varios formatos televisivos como: la comedia, las novelas, los *talk show* y muy poco sintoniza las noticias; nos comentó que por medio de las noticias ella sí se entera de lo que acontece en el día, pero le aburre verlo porque no es entretenido a diferencia del *talk show*. Por tal razón, podemos decir que le gusta este programa en función del género televisivo de entretenimiento y el formato del *talk show*. A la informante le gusta sintonizar varios formatos televisivos, pero muy pocas veces ve las noticias, ya que no le resultan tan entretenidas como el *talk show*. De esta manera, podemos ver que la informante sí distingue los géneros

que la informan día con día (noticias), y los que la entretienen y divierten (*talk show*).

Sin embargo, a las informantes 2 y 3 les gusta ver más las noticias porque las mantienen informadas y al tanto de lo que acontece en México y en el mundo; pero también, les gusta ver el *talk show* porque las entretiene, no se aburren y por pasar el rato que es el caso de la informante 3; además de que adquieren conocimiento y aprendizajes a través de los consejos que dan los especialistas.

Como vemos, las dos informantes coinciden en que obtienen un conocimiento, y que si se les llegara a presentar algún tipo de problema tendrían la noción de cómo proceder ante ello.

6.3.4. Mediación institucional: familia, iglesia y escuela

Un primer escenario donde se da el proceso de recepción es en el hogar, donde casi siempre se ve la TV, y por ende, se inicia una interacción directa con la TV. En primer lugar, la familia forma parte de la mediación institucional del proceso de recepción. La audiencia no sólo forma parte de esta institución, sino que participa y es miembro de otras instituciones más, como la escuela, iglesia, pertenece a un grupo de amigos, es miembro de un grupo de trabajo, etc.

Durante nuestra investigación con mujeres que radican en entornos rurales y urbanos, pudimos distinguir que la interacción que se da entre la familia 1 y la TV es diferente, ya que en algunos casos no había comunicación entre ellos. Al realizar la observación participante con los integrantes de la familia 1, se observó lo siguiente:

La informante de Puebla, estaba sentada en la comodidad de su sillón viendo el programa, pero cuando había comerciales atendía su tienda y a veces también mandaba a su hijo a atender su negocio. Su esposo no se notaba muy interesado en el tema, porque estaba como desesperado se levantaba, se iba, se regresaba y se volvía a sentar a lado de su esposa. Su expresión facial era como ¡ya cámbiale a eso! Su hijo en ese momento no estaba porque se encontraba barriendo el patio y atendiendo la tienda. Por lo que, al estar conviviendo con la familia notamos, que no había mucha comunicación entre ellos. (Diario de campo observación participante, 18 de Mayo, 2014)

Como se pudo ver, en la familia de Puebla no existe una interacción exclusiva entre la TV y ellos, ya que cada uno hace distintas actividades: la mamá

simultáneamente veía el programa, pero cuando había cortes comerciales atendía su tienda; su esposo actuaba desesperado porque no le agrada mucho el programa y ya quería que terminara, y el hijo de ambos estaba haciendo el quehacer de la casa como: barrer el patio y ayudar a su mamá atender la tienda.

Por otro lado, en la familia 2 de Iztapalapa, se observó lo siguiente:

El tema que tocaron en el programa, ellos se notaron interesados, ya que la pareja interactuaba con el programa, pues daban su opinión acerca de lo que estaban viendo en el televisor. También, observamos las expresiones que la hija menor de la familia hacía, ya que sólo se reía de lo que pasaba en el programa, entonces le preguntamos el porqué de su risa y ella nos contestó “me río porque no creo que sea verdad y los participantes se ven falsos, es puro show”, y sin notar mucho interés, ella tomó su teléfono móvil y muy pocas veces prestaba atención. Se observó que en la familia casi no hay interacción entre ellos principalmente cuando hay cortes comerciales, porque durante la transmisión, sí hay una mayor comunicación, ya que hacían diversos comentarios en torno al tema por ejemplo: ¿Cómo es posible que la mamá adopte otro hijo, si tiene a su propia hija y aparte la abandonó? (Diario de campo observación participante, 18 de Abril de 2014), mientras que su esposo le contestaba: “Sí, estuvo mal que la señora hiciera eso”.

Con respecto a lo anterior, podemos decir que la interacción de la pareja con el programa era directa, ya que ambos discutían el tema y daban sus distintas percepciones en torno a ello. Cabe destacar que la comunicación no verbal también juega un papel importante, pues las expresiones de la hija nos comunicaban desinterés por el programa, ya que sólo interactuaba con su celular, lo que nos hace pensar que el contenido televisivo no era de su agrado.

En la familia 3 de Iztapalapa, no existió ninguna interacción con la familia y la TV, ya que a los integrantes no les gusta el programa, a excepción de la mamá

que diariamente lo ve, por lo que no existe ninguna negociación familiar ni discusión en cómo verla.

Asimismo, la familia como una institución social primaria, tiende a inculcar y a preservar valores morales acerca de lo que es bueno y malo para los hijos. Las tradiciones familiares también son herramientas para recrear y otorgar una determinada actuación de los sujetos en los distintos escenarios sociales en donde se desenvuelven. Además de ser la primera comunidad de apropiación de los contenidos televisivos; por lo tanto, esta institución es una fuente más de mediación.

A continuación, se muestran algunas frases de las informantes, con relación a los contenidos del programa y su percepción en torno a los valores:

“Pues yo digo que no, pues nunca se pusieron a platicar nuestros papás con nosotros, nunca hubo este por ejemplo: este pues consejos sí, como leer, a tener amigos y amistades, no, porque se molestaban, yo según nunca me dejaban que tuviera novio y siempre lo tuve, y es como el programa de que por ejemplo: “Mis papás no me dejan tener novio” o no, porque pues, en el programa si ha llegado a pasar, porque por eso son cosas de la vida”. (Info 1. Pue)

“Bueno, en mi familia me inculcanlron valores, y también recuerdo que mi mamá me decía que no dejara que nadie me pegara y menos un hombre. Entonces pues sí, en el programa se dice algo así, por los temas que ahí pasan, ahí hablan de esos casos”.

“Aaaaa esteee, pues yo pienso que lo que pasa en el programa sí, sí cambia las creencias que nos inculca la familia, porque por ejemplo: cuando pasaron un caso en el que la mujer era bailarina y mesera y trabajaba en un bar, y era para mantener a su hijo que estaba enfermo, y ella decía que no tenía nada de malo porque no hacía otras cosas indebidas,

que ese era su trabajo bailar, y entonces la TV sí viene a cambiar nuestras creencias, porque mis padres hubieran dicho que ese no era un trabajo honesto y las mujeres que trabajan en eso son unas mujeres de la calle, unas cualquiera que no tienen valores. Entonces creo que no tiene nada de malo bailar para mantener a los hijos”. (Inf 2. Izt)

“Pues antes había muchos valores, había respeto, lo que yo recuerdo, ahora ya no hay nada de eso. Sí, hay veces que sí que si le inculcan a uno (valores), por decir, cuando hay pleitos del papá y los hijos, ahí Rocío dice que pues a uno deben de respetarlos son sus papás y, o sea así ese es un valor el respeto, porque ya ahorita ya nada de eso hay, ahorita ya se acabaron los valores, sí ya se perdieron ya”.

“Y en la TV también sí aprendí valores, por ejemplo: cuando pasaban en el canal 2 esos que pasaban y decían: “Tienes el valor o te vale”, y pasaban a una señora y a su hijo, y ella estaba robando la luz del medidor, y ella decía que eso no se debía hacer, pero la señora lo hacía, y sí. Entonces eso es un valor, ser honesto consigo mismo, y no hacer esas cosas como robarle a otra persona para que uno no pague más luz, y eso está mal, creo que eso es, ¿no?. O sea nos refuerzan los valores, por sí luego la gente no se acuerda, la TV viene a recordarnos”. (Inf 3. Izt)

En virtud de lo anterior, podemos expresar que la TV interactúa con los modos de pensar de la audiencia, ya que los contenidos del programa “Cosas de la vida” refuerzan los valores que previamente han aprendido las informantes en el seno familiar. Por ejemplo, la informante 3 nos comentaba que la TV sí refuerza los valores que ya había olvidado; mencionó la campaña del canal 2 (“Tienes el valor o te vale” 2013), pues para ella la TV hace recordar los valores a la gente, que no los olvide y los lleve a cabo. De esta manera podemos ver que la audiencia se apropia de los contenidos televisivos en torno a valores para su vida diaria.

Por otro lado, la informante 2 cree que la TV sí transforma el pensamiento de la audiencia, ya que los valores inculcados por los padres, en generaciones pasadas y con el paso del tiempo, van cambiando.

Sin embargo, para la informante 1 los valores enseñados por sus padres. no han cambiado, debido a que no hubo comunicación hacia ellos. Ella relaciona los contenidos televisivos del programa, con experiencias que ella ha sufrido en su vida.

La familia educa y enseña tradiciones, costumbres, e inculca valores, para mantener al grupo unido, y para que sus integrantes vivan en la sociedad. Así como la familia constituye una mediación institucional, del mismo modo lo es el ámbito escolar, donde su papel primordial es enseñar, construyendo conocimiento y fomentando habilidades y aptitudes en los estudiantes. La escuela tiene el poder y autoridad para crear sus propias reglas, además de la reproducción cultural implícita con la finalidad de formar ciudadanos que aporten a la sociedad.

Al ser la audiencia partícipe de estas instituciones, está condicionada por la presencia de la TV en su vida cotidiana; aunque al parecer, con base en los resultados obtenidos, se fortalece la socialización desde la escuela y la familia.

Frases como las siguientes, demuestran las enseñanzas que tuvieron las informantes en torno a los valores en el ámbito escolar:

“Pues en la escuela nos enseñaban los valores y no sé también de los embarazos todo eso, y entonces, pues sí, en el programa han pasado algo así, cuando por ejemplo: en un caso, una familia estaba muy mal y se faltaban al respeto porque el esposo le gritaba a su

mujer y los hijos igual, y era porque a la esposa no le gustaba que tomaran sus hijos, y el padre de ellos los dejaba hacer lo que querían, entonces Rocío decía que la familia pues tiene que estar unida y pienso que el respeto es lo principal en una pareja, entonces los valores que me enseñaron, pues sí se ven en el programa, por lo que dice Rocío”. (Inf 1. Pue)

“Bueno como ya tiene mucho que fui a la escuela, ahorita no recuerdo muy bien los programas, pero pues en la escuela nos enseñaron los valores que tiene cada persona y que también todos debemos de portarnos bien con nuestros padres, creo que esos son los valores y bueno creo que es eso, y creo que los programas pues deben de aportar esos valores, pero me imagino que el programa algo nos ha de dejar, porque sí he escuchado a la conductora que luego dice que debemos de respetarnos los unos a los otros”. (Inf 2. Izt)

“Pues no, porque antes la escuela no te decía pues las...no te decía lo que era la realidad, o sea nada más tú te ibas a estudiar y a lo que nada más, o sea nada más tu ibas y estudiabas, y no oías comentarios de nada, eso hace cuantos años”. (Inf 3. Izt)

Con relación al programa y los valores que aportan en la audiencia, obtuvimos que para la informante 1, el programa aporta valores como “el respeto”, ya que para ella los valores que le enseñaron en la escuela se ven reflejados en los casos que pasan en él. La informante 2 coincide con ella en que el programa transmite valores como “el respeto”, y que los demás programas de la TV deberían de presentar esos valores, además que los consejos que da la conductora a ella la hacen reflexionar.

Sin embargo, para la informante 3, a la escuela sólo se iba a estudiar, no le enseñaron lo que eran los valores y su realidad. Lo que nos hace pensar que, en años pasados la gente, e incluso la escuela, era más conservadora en sus

enseñanzas y comentarios con relación a lo moral. Hoy en día la TV presenta constantemente, de manera implícita o explícita, valores, cultura y educación, lo que le permite al sujeto interactuar con el medio y, a través de los programas, poder relacionar el contenido televisivo con la propia realidad. Pero no debemos de olvidar que la audiencia no es pasiva y tiene la opción de seleccionar lo que transmite la TV y sea útil en su vida:

“Cada institución crea su propio ambiente o subcultura, sus reglas, sus dispositivos y sus modos de coerción o castigo para sus miembros. Esto también supone un juego de poder al interior de cada una y hacia el exterior, constituyéndose en una mediación” (Willis, 1977; Connell *et al*, 1982, citado en Orozco, 1996: 89)

De igual modo, otra forma de medición institucional es la iglesia, en donde los asistentes además de adscribirse a una religión, también son audiencia de la TV. La Iglesia Católica, todavía mayoritaria en nuestro país, en su papel moral y de “buen pastor”, crea sus propias reglas como el diezmo, los mandamientos o los sacramentos, que todos los buenos católicos deben cumplir. Además de leer la palabra de Dios, el sacerdote es el que tiene el poder en la comunidad, pues es el representante de Dios en la tierra, y los asistentes deben obedecer y poner en práctica sus preceptos.

Entre lo que sentencia la Iglesia y lo que vemos en la TV, es como se crea esta mediación, ya que los consejos morales de la iglesia se negocian también en

relación con nuestra forma de percibir los contenidos televisivos, como se muestra a continuación:

“Pues no recuerdo muy bien los programas, pero luego dicen que lo que pasa en la TV no es verdad, que sólo es para que ellos ganen dinero, luego les pagan para que vayan al programa y les pagan para que se pongan de acuerdo y digan cualquier cosa, y pues eso dicen. Y pues medio recuerdo un programa en el que una señora se prostituía para darles de comer a sus hijos, que disque porque no encontraba trabajo, y bueno pues eso no es bueno para lo que dicen en la iglesia, pues hay muchos trabajos honrados sin hacer eso de prostituirse, y en mi pensar, pues aunque sea hay que trabajar haciendo el quehacer en casas, ¿o no?”. (Inf 1. Pue)

“No recuerdo qué programas, pero creo que la conductora nos hace reflexionar con cada tema que pasan. Porque nos hace ver los errores que a veces las personas cometen, y bueno, este nos dice pues que la familia es lo más importante y que debemos cuidar. Y pienso que es lo mismo con la iglesia, porque nos dicen que la familia es lo máspreciado que tiene el hombre y que la familia siempre estará a nuestro lado aunque a veces seamos malagradecidos con nuestros padres, pero para mí, yo creo más en la iglesia, ellos son los que más dicen la verdad, y no tanto la TV, no sé si esté bien así, pero eso pienso (ríe)”. (Inf 2. lzt)

“Cómo cómo...No pues en la iglesia dicen puras mentiras, si no hay o sea por decir, yo no creo lo que dicen en la iglesia, porque ahorita han pasado tantas cosas, con los padres y la mera verdad uno ya no, yo ya nooo, yo ya no voy ni a la iglesia, ya voy así muy que a excepciones, pero yo ya nooo, ya no, yo aquí en la casa y todo, porque yo en la iglesia como se dice, yo ya no creo en la iglesia, yo ya no creo en la iglesia. Y creo que la TV, sí dicen las cosas como son, porque pasan lo que sucede en la vida diaria, entonces, esteee, lo que pasa en el programa, pues sí se relaciona con mi modo de pensar, con lo que aconseja Rocío, de que por ejemplo: no dejarse de los esposos, de que la prostitución no es mala, bueno eso yo opino, porque para mí eso es un trabajo y no tiene nada de malo,

siempre y cuando sea por algo realmente necesario, pero en la iglesia yo no creo nada, porque para ellos es mal vista la prostitución, pero ya estamos en otros tiempos, y yo no lo veo mal". (Inf 3. Izt)

De acuerdo con lo anterior, podemos ver cada una de las informantes tiene una percepción diferente, ya que la informante 1 decía que la TV (en el programa "Cosas de la vida"), los temas como "la prostitución" no son bien vistos por sus creencias católicas, es decir, lo que se dice en la iglesia, pues para ella, hay otras formas de ganarse el dinero, como haciendo el quehacer en casas ajenas. Además piensa que en el programa en algunos casos no es verdad, ya que piensa que va gente que es pagada para hacer show.

Por otro lado, para la informante 2, los temas que presenta el programa y los consejos que da la conductora, le sirven para que reflexione y no pase por algún problema como los que se transmiten ahí. Lo que pasa en la TV, lo vincula con los consejos morales que dice la iglesia, ella dice que son ellos los que más dicen la verdad, y no tanto la TV, pues la informante se considera muy católica en los temas que tienen que ver con la familia.

Y por último, la informante 3 opina que la iglesia dice puras mentiras y ya no cree lo que dicen los sacerdotes, por lo que la TV sí transmite lo que pasa realmente en el día. La informante se declara atea, pero en los medios de comunicación, en especial la TV, ella sí cree que los temas que aborda el programa es lo que realmente pasa en la sociedad.

Las personas que residen en zonas marginales de nuestro país, creen más en la iglesia y la familia, esto se debe a sus tradiciones, costumbres y valores que se les

han ido inculcando a lo largo de su vida. Así como la institución familiar infunde sus propias reglas, la iglesia, de igual modo, funciona como una institución social y ha ido conformando un discurso moral y conservador hacia la gente, por ejemplo: la iglesia y la prohibición del aborto, en el que se dice que va en contra de su precepto y es un pecado, asimismo practicar la sexualidad es un pecado. Es por esta razón, que la gente más conservadora y cristiana todavía cree. Esto es una clara creencia del mexicano como producto de una analfabetización muy marcada en la gente de bajos recursos y de una falta de acceso a la educación.

Mientras que la familia tiende a inculcar los valores morales, y buenas costumbres a sus integrantes. Esto, media en el pensamiento de las personas, y en como ellos o ellas interpretan los contenidos de los programas. Pero también, la TV va ocupando un lugar significativo en los receptores y receptoras; la TV funciona como un medio que entretiene e informa, y nos hace testigos de la realidad en la que vivimos, de igual manera, la TV manipula y engaña a la multitud. Sin embargo, en los temas del aborto, la sexualidad, drogadicción, etc. La televisión los expande a los diferentes programas provocando que la audiencia tenga otra perspectiva acerca de lo que se está viendo.

Las personas tradicionalmente conservadoras creen más en la iglesia y la familia, como en los casos de las informantes 1 y 2, mientras que, la informante 3 cree más en la TV, debido a que ella ha visto los diversos problemas que han enfrentado esta institución y sus eclesiásticos, con relación al abuso sexual de niños. Por tal motivo, la informante 3 se considera atea debido a los problemas que enfrenta dicha institución.

6.4 Mediación individual cognitiva: género

Dentro de la mediación individual/cognitiva, y de acuerdo con el planteamiento de nuestra investigación, consideramos que, dadas las características del programa analizado, el género constituye una mediación fundamental en la interacción con la TV. Algunos estudios “enfatan los aspectos biológico/genéticos del género y arguyen que ser hombre o mujer crea una diferencia, especialmente en los modos de conocer” (Martin y Halverson, 1981, citado en Orozco, 1996:85). En otras palabras, el género de la persona determina una diferencia en los modos de ver y prestar atención a la TV, ya que el género incide en los gustos televisivos y en las formas de apropiación de los contenidos.

Para Marta Lamas el género es “el conjunto de ideas, representaciones, prácticas y prescripciones sociales que una cultura desarrolla desde la diferencia anatómica entre mujeres y hombres, para simbolizar y construir socialmente lo que es "propio" de los hombres (lo masculino) y "propio" de las mujeres (lo femenino)” (Lamas, 2000: 2); en otras palabras, el género es la pieza básica en la construcción sociocultural de la identidad de las y los sujetos.

Durante nuestro estudio con mujeres del pueblo de Chilchotla, Puebla, y de Iztapalapa, en el D.F., a cada una de nuestras entrevistadas se les preguntó cómo relacionaban el programa “Cosas de la vida” con su forma de sentir y pensar como mujer, ya que los temas que transmite este programa son problemas que cualquier persona podría tener; de esta manera era significativo saber y conocer qué

recordaban ellas de esos temas y si habían vivido algo similar a los casos presentados en la TV.

Cabe destacar que no sólo se trataba de representar el rol de entrevistador y hacer preguntas referentes al tema, sino que se intentó ir más allá: se trataba de conocer realmente a la persona en su condición como mujer, explorar sus problemas familiares, si habían sufrido algún tipo de violencia o machismo, así como las experiencias que ellas enfrentan día con día, para comprender de qué manera relacionaban los temas y contenidos del programa, ya que son telespectadoras activas de la TV: tienen sentimientos, valores, emociones, opiniones, enojos, alegrías y tristezas, que median en la apropiación y percepción del contenido televisivo.

A continuación, se muestran algunas frases que exploran lo anterior, en relación al tema de la mujer:

“La mujer no sólo sirve para dar hijos, nosotras tenemos valores, tenemos derechos y no hay que dejarse que nos maltraten, menos con los esposos, que tampoco nos humillen, porque tenemos derechos, tenemos razones para defendernos y para muchas cosas, que nos traten igual que los hombres porque somos iguales”. (Inf 1. Pue)

“Nosotras tuvimos a nuestros hijos, cuidamos de ellos, pero también tenemos derecho a disfrutar de otras cosas, no toda la vida es cuidar de la familia, a mí me gusta hacer otras actividades como a tender mi tiendita y tener un poquito de dinero”. (Inf 1. Pue)

“Si es sola saca a su familia adelante, aunque no esté el esposo ¡jee!, saca a sus hijos adelante, se esfuerza para poder llevar a su familia si su esposo no está con ella, es valiente, trabajadora y tiene mucha fuerza, es luchona”. (Inf 2. Izt)

“Podemos hacer otras cosas ¿no?, por decir, pues yo me dedico a vender Avon y Fuller, y pienso que soy buena en eso, dicen que soy buena en eso, dedicarse a algo bien por uno, que nos sirva de distracción”. (Inf 3. Izt)

Las respuestas de las tres entrevistadas son diferentes. La entrevistada 1, piensa que ser mujer es no dejarse manipular por los hombres porque tanto hombre como mujer son iguales, significa que ser mujer no sólo es para dar hijos, también tienen derechos para defenderse del hombre y poder distraerse en otras actividades y ganar dinero. Por otro lado, la informante 2 piensa que la mujer es valiente y que ella sola puede sacar a su familia adelante, sin la necesidad de tener a su esposo. En tanto la informante 3, para ella el ser mujer es realizar otras actividades para de ese modo distraerse haciendo lo que más le gusta y alguna de esas actividades es vender productos de *Avon y Fuller*.

En suma, para las entrevistadas ser mujer significa no solo cuidar de la familia y el hogar, sino realizar otras actividades que les generen satisfacción a ellas mismas. Hoy en día, la mujer trabaja, es profesionalista, mantiene un hogar estable, y si es soltera, toma el rol de papá y mamá al mismo tiempo y mantiene a sus hijos brindándoles lo que ellos necesitan. Ser mujer, ya no es como los tiempos de antes, en el que la mujer se quedaba en la casa, cuidaba de los hijos, sumisa y abnegada, al orden de lo que diga el esposo. Sin embargo, los tiempos cambian y con ello en las prácticas cotidianas este concepto se hace cada vez más visible, ya no es que la mujer solo sirve para atender, limpiar la casa y servir a la familia; puede hacer esas actividades que, tradicionalmente, se les ha otorgado a las mujeres, pero puede realizar otras más. Como afirma Lagarde:

“Ser mujer es ser madre, y el primer parto sería el ritual simbólico del nacimiento de la verdadera mujer: la madre biológica, la madre de leche (nodriza), la nana (la sierva-madre); también las abuelas, tías, vecinas, etc. A su vez existen las “madres públicas”, aquellas mujeres que a través de sus oficios realizan la reproducción social: maestras, enfermeras, doctoras, trabajadoras sociales, etc. Para Lagarde las identidades de género en México se definirían desde el maternazgo y el machismo, los cuales darían las bases culturales para la estructuración de la identidad de las mujeres madresposas” (Lagarde, 1990, citada en Montecino, s.f., p.194).

Como podemos ver, ser mujer es asumir o rechazar el papel biológico que se nos impone, es decir, los rasgos “natural” o “culturalmente” pertenecientes a la mujer y al hombre, pues el maternazgo y el machismo son las bases culturales para la estructuración de la identidad de las mujeres. En relación con el tema de la familia, las informantes consideran:

“Pues he tenido problemas con mis hijos, con uno nada más, no problemas problemas, pero pues ahí con su familia, pero ya ven que luego, que su esposa se va con la suegra, que mire su hijo no hace esto o el otro, y ahí vienen los problemas, y yo pues me rompo la cabeza por estar ahí gritando, suplicando que no lo haga”. (Inf 1. Pue)

“Tengo un hermano que toma mucho, es alcohólico, lo ayudamos a que se cure lo llevamos a alcohólicos anónimos, dura un tiempo, luego se sale y luego otra vez regresa, nunca ha hecho caso, y porque se pone de grosero, por eso luego no lo quiere mi familia”. (Inf 2. Izt)

“No pues sí, he tenido muchos conflictos, por decir, siempre hay problemas con los hijos, con el marido y o sea así, con mis hijas luego les ando llamando la atención porque luego no me ayudan hacer el quehacer, no les gusta, y eso porque un día mi esposo les dijo que ellas no deben de hacerlo, que por eso estaba yo, también porque luego mis hijas, se van de fiesta y regresan hasta el otro día, por eso luego sí tengo muchos problemas, así, como los de Rocío, pero no tanto así (ríe)”. (Inf 3. Izt)

Respecto a lo anterior, las tres informantes coinciden que sí han tenido conflictos familiares, pero cada una de ellas de distinta manera, por ejemplo: la informante 1 ha tenido problemas con su hijo, la informante 2 con su hermano que bebe mucho y su familia no lo quiere, y la informante 3 nos decía que sí ha tenido conflictos principalmente con sus hijas que no la ayudan hacer las labores del hogar, ya que su esposo opina que ellas no deben hacerlo porque para eso está ella, además de irse a fiestas y llegar en la madrugada. Nuestras entrevistadas comparan esos conflictos con los que pasan en el programa “Cosas de la vida”, y de esta forma relacionan lo visto con lo que viven diariamente en sus familias, por ejemplo: problemas con sus esposos, con los hijos, machismo, etc.

Las entrevistadas dejan ver que sí han tenido conflictos con su familia. Mientras la informante 1 aconseja al hijo que sea responsable con su propia familia, la informante 2 apoya a su hermano para que no beba alcohol. La informante 3 ha tenido conflictos con sus hijas, pero llama la atención porque nos decía: *“sí tengo muchos problemas, así como los de Rocío, pero no tanto así. En el programa la gente que va a exponer su caso exagera su actuación para hacer show y entretener al auditorio, pero realmente esto no sucede en la vida real”*.

Además de los distintos problemas que han tenido unas y otras con su familia, se aprecia la unión y el apoyo familiar, ya que ayudar a la familia es significativo para ellas, sinónimo de amor.

Sobre el tema de la violencia las informantes refieren no haber sufrido violencia física. De acuerdo con la información que nos proporcionó la entrevistada 1, ella

nos dijo que no ha sufrido de violencia, pero no sabemos si fue verdad, dado que ya no quiso concedernos una última entrevista, al parecer siguiendo órdenes de su esposo quien le pidió no hablar más con nosotros, tampoco contactarnos vía telefónica (“a su esposo le molesta que ande hablando con gente”). En cuanto a las otras mujeres entrevistadas, ellas dijeron que:

“Mis hermanas y yo cuidábamos de mi abuelita, yo tenía más hermanos y nos fuimos allá porque mi mamá nos golpeaba, como que nos trataba mal, y nos fuimos con mi abuela, y sí, ella nos cuidó y yo la quise a ella como mi madre”. (Inf 2. Izt)

“Pues lo que se dice violencia, así golpes y eso no, esteee a veces sí, verbal, por parte de mi esposo que se molesta conmigo y me grita que porque no está lista la comida, que qué tanto hago en la casa, que seguramente nada porque él llega y ya quiere comer, y me grita que me apure, eso luego me dice, pero es porque me salgo a vender, y bueno esos casos luego así, sí los pasan en el programa, pero pues no tengo problemas tan exagerados (ríe)”. (Inf 3. Pue)

Referente a lo anterior, sobre la entrevistada 1, no tenemos datos específicos sobre qué pasa realmente en su vida cotidiana, pues la prohibición del marido sobre la realización de más sesiones de entrevista nos generó dudas.

La entrevistada 2 de Iztapalapa nos comentó que ella de adolescente sí sufrió de violencia porque su mamá la goleaba, y ella se iba con su abuelita y la quería como si fuera su propia mamá. La informante 3 sí ha vivido violencia verbal en su hogar, ya que su esposo se molesta y le grita porque todavía no está lista la comida cuando él llega de trabajar. De tal manera que ella relaciona los casos presentados en el programa con su vida matrimonial.

La violencia que han sufrido las mujeres en su vida cotidiana la comparan con los temas presentados en el programa. Sin embargo, y de acuerdo con sus opiniones, es claro que la violencia que ellas sufren en casa, ya sea física o verbalmente, creen que no es tan grave como los casos que presentan en el programa. Tal parece que aunque diferencian las actuaciones de la TV con su propia realidad, no advierten que no hace falta ser golpeada para identificar que se está viviendo una situación de violencia en casa. Sobre la problemática del machismo, las informantes refieren:

“A mi esposo no le gusta que platique mucho con la gente, pues me dice que mi lugar está en la casa”. (Inf 1. Pue)

“Pues sí, de que ellos tienen la obligación con uno de apoyarnos en las cosas que hacen falta en la casa o el quehacer simplemente, cuando uno no lo puede hacer, porque uno va al doctor, que ya no hace uno las cosas, y si él llega que apoye también”. (Inf 2. Izt)

“Tengo una hermana que sí sufre mucho con su esposo, es muy machista, es muy mentiroso, porque dice cosas que no son ciertas y él cree que sí está diciendo la verdad, pero no lo dice tan así como si fuera cierto, todo lo que la ofende, la humilla, pero ella pues se aguanta todo, dice que qué va hacer, que a dónde se va, porque como ya está grande (70 años) a dónde se va ir si lo deja, y los hijos luego no se dan cuenta de cómo es el papá, porque cuando está uno de sus hijos no le dice nada, en cambio sí les hace creer a los hijos que ella tiene la culpa, y que ella empieza a pelear y por cualquier cosa la está regañando, dice que ya va a empezar, que no le hagan caso a ella, que es una chismosa una loca. Y sí me da mucho coraje cuando ella me cuenta, yo la aconsejo que ya no se aguante tanto, pero no hace caso le digo que lo acuse y que se vaya de ahí, o que le meta una demanda por violencia familiar”. (Inf 2. Izt)

“Ir a trabajar, bueno esa es otra, no pues no, nada más de ir a trabajar, nunca me dejó”. (Inf 3. Izt)

Las tres informantes han vivido situaciones de machismo. La informante 1 nos dijo que su esposo no la deja que platique con la gente, que su lugar de ella es en la casa, lo que hace resaltar que su esposo es machista pues oprime a su esposa al no dejar que interactúe con la gente. En cuanto a la informante 2, ella tiene una hermana que vive esta situación de machismo, y ella la aconseja para que interponga una demanda por maltrato familiar. Finalmente, la informante 3 visibiliza el machismo con la imposición de su esposo al no dejarla trabajar.

Para estas mujeres el hombre machista es aquel que no permite que la mujer se desarrolle en el ámbito laboral, que no ayuda a los quehaceres del hogar, que humilla a la mujer, así como la prohibición de expresarse libremente.

Cabe resaltar que se seleccionaron estos temas de mujer, familia, violencia y machismo, ya que son algunos de los contenidos que se abordan en el programa y que nos permiten analizar la recepción desde una perspectiva de género.

6.5 Usos de los contenidos televisivos en la vida cotidiana

La interacción TV-audiencia, no sólo es el hecho de ver y escuchar el medio, sino que es, entre otros, darle un sentido y un uso práctico acerca de lo que se mira en la pantalla. Hoy en día, la audiencia ya no es considerada pasiva, es decir, si la información que transmite el medio no satisface una necesidad del espectador, ellos tienen la opción de seleccionar el programa que satisfaga sus expectativas; además de que, sabemos, los contenidos presentados por la TV, son apropiados, leídos, e interpretados de manera diversa y plural por las audiencias.

Durante nuestra investigación con las mujeres telespectadoras del programa “Cosas de la vida”, obtuvimos los siguientes relatos sobre los usos de los contenidos del programa:

“¡Aaaa! pues me ha servido, porque los especialistas dan buenos consejos y eso puede ayudar a la gente, porque uno luego no sabe qué hacer en caso de que tuviéramos un problema, por ejemplo: ya sabría más o menos qué hacer en caso de que llegara a faltarles a mi familia. ¡Ah! y también a poner demandas, porque todos tenemos derechos, creo que eso es”. (Inf 1. Pue)

“El programa sí me ha servido de mucho, pero más me han servido los consejos que dan los especialistas que están ahí, porque ellos son gente preparada que sabe cómo llevar a cabo su trabajo, y bueno, sus consejos me han ayudado a conocer, que todas las mujeres al igual que los hombres tenemos los mismos derechos y obligaciones, ya que si mi marido me llegara a golpear, yo ya no me quedaría con las manos cruzadas, yo ya iba corriendo a meterle una demanda por golpearme”. (Inf 2. Izt)

“Pues me ha servido en que dicen que las mujeres, que uno no debe de dejarse, o sea pero no sé cómo se dice (...) Sí, ajá, de que uno no debe de dejarse de los hombres, bueno es el que más o menos les sirva a uno, defender los derechos de las mujeres”. (Inf 3. Izt)

En relación con lo anterior, podemos advertir que las tres informantes coinciden en que los consejos que los especialistas brindan a los participantes en el programa les han servido pero que, a veces, también son apropiados por la audiencia que está detrás de la pantalla. Las tres concuerdan en que han usado los contenidos del programa como fuente de información y conocimiento, en caso de que ellas llegaran a enfrentar algún problema parecido a los que transmite el programa, por ejemplo, cómo interponer una demanda en caso de que fueran golpeadas o cuáles son los derechos de la mujer. A continuación se ilustra lo expuesto:

“Actuaría como ellos nos dicen, porque son consejos, porque son como guías para salir adelante y pues sí seguiría sus consejos”. (Inf 1. Pue)

“Pues sí, yo iría a la delegación a acusarlo y ya contrataría yo algún abogado por ahí para que me apoyara, me diera consejos para ver cómo hacía yo para acusarlo, para que me dé una pensión para mis hijos, para una misma también”. (Inf 2. Izt)

“En no dejarme, en unos sí por ejemplo: no sé o sea, ser igual que el hombre o sea supongamos que, como se dice, pues que los dos tenemos así derechos, o sea en eso nada más e iría a una institución”. (Inf 3. Izt)

Es significativo mencionar que nuestras informantes, en concreto, comentaron que sí han pasado por situaciones similares a las del programa, también conocen

personas que las han vivido y, en caso necesario, podrían llevar a cabo las acciones sugeridas por el programa.

De esta forma, podemos ver que este *talk show* sí deja ciertos beneficios en la audiencia, porque a través de sus contenidos acceden a información que no obtienen en instituciones educativas, gubernamentales o con su propia familia y amigos; producen significados y construyen conocimiento que, en última instancia, podrían poner en práctica en los diferentes escenarios en los que se desenvuelven.

De acuerdo con los resultados analizados en estas páginas, es evidente que entre estas mujeres del campo y de la ciudad, no hay tanta diferencia en las interpretaciones que ellas elaboran en torno al programa televisivo “Cosas de la vida”. Queda claro que, perteneciendo a contextos distintos y desarrollando actividades socioculturales diferentes, tienen una interacción similar con la TV; esto se debe, en parte, a que el segmento socioeconómico medio y bajo al que pertenecen las enfrenta a problemáticas similares.

El modelo de múltiples mediaciones propuesto por Guillermo Orozco para analizar a la audiencia, nos ayudó a interpretar este fragmento de la realidad. Primeramente, sobre la mediación situacional, la mujer del campo lo veía sola debido que al esposo no le gusta, de igual manera las de ciudad lo veían solas en la comodidad de su sillón, a excepción de la informante 2 que entablaba conversación con su esposo mientras veía la TV.

Las tres informantes coinciden en que miran el programa en la sala de su casa, además de la realización simultánea de distintas actividades mientras están viendo el programa, mientras una atiende su negocio, otra teje y otra exclusivamente ve la TV.

Respecto de la mediación individual/cognitiva, llama la atención que al preguntarles de los casos que recuerdan, sus respuestas las relacionaban con problemáticas que tienen que ver con mujeres; esto nos hace pensar que ellas se identifican con las participantes, ya que son problemas que les suele pasar más a este género que a los hombres o se habla más: violaciones, machismo, embarazos no deseados o maltrato, en donde la mujer es oprimida y violentada. También es importante destacar que, desde su perspectiva, a ellas no les han sucedido problemas “fuertes” como los que transmite ese programa, pero algunas vivencias que ellas han tenido sí las relacionan con los casos que se transmiten.

Durante nuestro estudio se observó que en cuestiones de género, es claro que para la informante de la zona rural del pueblo de Chilchotla, Puebla, todavía es patente la opresión del hombre hacia la mujer, ya que al realizar nuestra última entrevista en profundidad, el esposo de nuestra informante le prohibió que nos compartiera más información. La informante ya no accedió a otra sesión de entrevista, debido a que a su esposo “no le gusta que platique con la gente”, pues le dice que su lugar está en la casa. Pero no sólo en lugares rurales se vive el machismo, sino en la ciudad también, ya que a una de nuestras informantes su esposo le grita para que se apure hacer la comida, insinuando que no hace nada en la casa. Con relación al machismo que ellas toleran por parte de sus parejas, lo

vinculan indirectamente con los temas que tocan en la TV. De esta manera, las telespectadoras se apropian de los contenidos televisivos, ya que los incorporan en su vida diaria, además de que para ellas son una fuente confiable y única de información sobre qué hacer, cómo actuar y a dónde acudir para solucionar sus dificultades.

Los *talk shows* son catalogados como meras actuaciones de personas pagadas para representar un rol o personaje y una problemática. Más allá de lo anterior, de acuerdo a lo analizado en esta investigación, se advierte que a través de este tipo de programas las mujeres telespectadoras del programa “Cosas de la vida”, sí producen significados y obtienen una satisfacción, ya que cubren sus necesidades, pues los consejos de los especialistas les sirven para saber cómo actuar si se vieran involucradas en conflictos parecidos.

Como pudimos observar, las telespectadoras del programa “Cosas de la vida” han vivido situaciones similares como los casos que presenta esta emisión, y han puesto en práctica los consejos que dan los especialistas de dicho programa. Sin embargo, ellas no han acudido a instituciones gubernamentales que ofrecen ayuda a mujeres que enfrentan día con día distintas problemáticas como: violaciones, machismo, golpes, humillaciones, desigualdad, etc.

Como ya se ha dicho, es importante recalcar que esto se puede deber a distintos factores que imposibilitan que ellas acudan a centros de ayuda para mujeres víctimas de violencia de género: falta de recursos económicos, miedo, culpa, acceso o discriminación. Estos son sólo algunos elementos que pudieran

relacionarse con que ellas no acudan a dichos centros de apoyo y prefieran interactuar, en la “comodidad” de su casa, con la televisión.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES GENERALES

Capítulo VII

Conclusiones generales

Para finalizar, en el presente capítulo concluiremos en torno a los procesos de recepción televisiva de mujeres que residen en el campo y en la ciudad, con relación al contenido del programa “Cosas de la vida”. Asimismo, se abordará la cuestión de género, ya que atraviesa la manera en que las telespectadoras interpretan los contenidos del programa, así como la interacción que existe entre el hombre y la mujer al momento de ver la TV.

Con relación a la recepción y con base en esta investigación, existe evidencia suficiente de que más allá de los avances tecnológicos de la sociedad de la información y del conocimiento, existen sectores de la población que todavía ven la televisión de forma tradicional. En este sentido, se corrobora el planteamiento de Orozco sobre la no desaparición de la TV y sus modos tradicionales de verla sino, por el contrario, su coexistencia con las nuevas tecnologías e internet, y sus nuevos modos de leer los mensajes de los medios.

Nos damos cuenta de que la TV es un medio masivo que llega a millones de hogares, y este panorama se amplía gracias a su fácil acceso por parte de personas de escasos recursos. Hoy en día, es todavía necesario para ellos y ellas contar con un televisor que los y las entretenga e informe, manteniéndolos al tanto de lo que sucede en la sociedad, además de que es compañera de su cotidianeidad.

A pesar de la televisión digital y el cuádruple play, hay personas que todavía prefieren sintonizar la TV de manera tradicional, es decir, tomar el control, encenderla y reunirse en familia para ver algún canal y programa favorito.

Con esta investigación pudimos constatar que personas que habitan en zonas rurales, de bajos ingresos económicos y nivel educativo, poseen en su hogar el servicio de cable debido a que su TV es análoga y de baja resolución. Esto llama la atención, ya que a pesar de contar con estos servicios, el medio televisivo se sigue viendo como en décadas anteriores. Sin embargo, las personas que habitan en la zona urbana no poseen cable debido a que sus televisores eran digitales, de alta definición, por lo que tienen mayor posibilidad de consumir otros canales accediendo a internet, ver imágenes e interactuar dinámicamente con el producto.

Si bien la tecnología está presente en la vida cotidiana de la mayoría de la población en México, aún hay regiones en las que no tienen la posibilidad de tener estos medios de información y entretenimiento, por lo que acuden a otros medios como el periódico, libros, revistas, etc. De esta manera podemos decir que, así como hay gran avance tecnológico, cierto sector de la población prefiere ver la televisión de la manera tradicional.

Sobre las diferentes formas de ver el programa “Cosas de la vida”, las mujeres del campo y de ciudad tienen en común que son televidentes frecuentes. A las tres telespectadoras les gusta ver el programa, ya que su contenido les deja una reflexión e información de lo que se presenta en dicha emisión. Los consejos que dan los especialistas que participan en el foro para las telespectadoras, son

valorados pues consideran que ellos son personas profesionales que saben hacer su trabajo; y si ellas llegaran a tener un problema parecido, tendrían la noción de cómo actuar y llevar a la práctica este conocimiento que les dejó la emisión.

Es importante señalar que este tipo de formatos televisivos como el *talk show*, es considerado y catalogado por la sociedad como un programa “falso” o “actuado”, en el que la gente que denuncia sus conflictos en busca de una solución. Se pelean, lloran, ríen y ponen cámaras escondidas para grabar al sujeto en momentos inadecuados; todo ello, con la finalidad de captar la atención del televidente mediante un espectáculo, en donde las y los espectadores juegan con las fronteras de la “realidad” y la “ficción”. Se piensa que quienes son televidentes frecuentes de este tipo de programas son personas “incultas”, que se complacen al ver y escuchar historias de individuos que sufren día con día las problemáticas que a ellos mismos les aquejan. No se aprende ni aporta ningún tipo de conocimiento.

Es importante subrayar que durante la realización de este estudio, pudimos advertir que, independientemente de la calidad del programa, éste sí aporta información a la audiencia a través de los consejos de los especialistas (abogada y psicólogo). La audiencia que sintoniza este programa se ve reflejada en esos conflictos, de manera que los consejos que dan pueden servir a las telespectadoras, por si en algún momento ellas llegaran a tener dificultades en su vida diaria, o sus familiares y amigos.

Las mujeres realizan actividades distintas en el campo y la ciudad: en el campo cosechan, no hay pavimentación, la gente se traslada en carreta, hay escasos centros culturales, las fiestas que realizan llegan a durar hasta una semana, el ambiente es tranquilo. En la ciudad se vive el estrés diario que ocasiona el tráfico, el trabajo, se vive más aceleradamente, hay diversos centros culturales, varias opciones de transporte. No obstante, a la misma hora y estando en diferentes contextos, estas mujeres sintonizan el programa “Cosas de la vida”.

Mientras ven el programa realizan actividades distintas. La residente del campo atiende su negocio mientras ve el programa; a la de ciudad le gusta tejer y discutir el tema con su esposo; en el otro caso, a ella le gusta ver el programa sola. También es importante destacar que a la mayoría de las personas del género masculino les disgusta este tipo de emisión, ya que piensan que no les aporta nada en su vida, pero los casos que presentan reflejan cómo son ellos realmente con la familia.

En cuanto a las condiciones en las que ven el programa, no hay mucha diferencia, ya que tanto la entrevistada del campo como las de ciudad, ven el programa en la sala de su hogar. Coinciden en que a la figura paterna no le gusta el programa, a excepción de cuando hay peleas, escándalos, videos con contenidos sexuales: es cuando más les llama la atención.

En torno a la perspectiva de género, a lo largo de esta investigación podemos ver que el machismo sigue vigente; por ejemplo, en la prohibición a algunas mujeres de expresar libremente sus propias opiniones, como pudimos constatarlo con la

informante de la zona rural. Asimismo, el machismo se hace evidente con el simple hecho de que el hombre tiene el control de la TV y condiciona a la mujer sobre qué programas se pueden ver, y en qué momento él puede cambiar de canal. Esto sucede tanto en el campo como en la ciudad, ya que durante los cortes comerciales los varones solían cambiar de canal; aunque, en algunos casos, había acuerdos y negociaciones.

No obstante, también en zonas urbanas el machismo se hace evidente, pero de diferente forma, como se pudo observar con la informante 3, ya que su esposo le ordenaba que a una determinada hora ya tenía que estar lista la comida cuando él llegara de trabajar; de lo contrario, él gritaba y le reclamaba qué hacía entonces en la casa durante su ausencia.

En relación a la familia, las informantes comparan los contenidos del programa con situaciones que habían vivido de manera directa o indirecta; por ejemplo, problemas que han tenido con las hijas, los esposos y los hermanos. Sobre la violencia contra la mujer, las mujeres de la ciudad han vivido la violencia verbal en la forma en que sus esposos se dirigen hacia ellas, ofendiéndolas y humillándolas. Estas problemáticas las relacionan con los casos que se presentan en el programa en el que los hombres humillan a la mujer y ellas se someten a lo que ellos dicen, muchas veces por miedo a que se molesten.

En este punto es como nos podemos dar cuenta de que el programa deja un mensaje que la audiencia puede transformar en acción, ya que la informante aconsejaba a su hermana para que ella se pudiera defender y actuar en contra de

su esposo, a partir de los consejos de los especialistas del programa. Sin embargo, para la mujer que reside en el campo, ella no se ha visto involucrada en una situación de violencia física, pero sí ha vivido el machismo por parte de su esposo. Llama la atención que la mujer no distingue que también es víctima de violencia, por el hecho de que su esposo le prohíba expresarse libremente con las demás personas, ya que no debería ser necesario recibir golpes para demostrar que es violentada.

Así reconocí tanto las diferencias como las coincidencias en la forma en las que unas y otras viven su ser mujer, a la par de sus procesos de recepción.

Reflexión final sobre el proceso de investigación

Para terminar, es importante señalar las experiencias que me ha dejado la realización de esta investigación. Primeramente, durante el proceso aprendí a llevar a la práctica los conocimientos que construí durante mi etapa formativa en la Universidad; es claro que siempre hay cosas nuevas que conocer.

Aprendí a investigar de una manera más detallada y profunda los diferentes estudios que se han realizado acerca de un tema, además de relacionar los diferentes textos en los que me apoyé con las diferentes problemáticas que existen en la sociedad; en este caso, con los estudios de recepción televisiva. Aprendí a escuchar atentamente a esas voces que tienen mucho que decir y, que

sin embargo, son víctimas de opresión por hombres que se sienten superiores a la mujer, personas que todavía en pleno siglo XXI siguen reproduciendo el machismo dentro del sistema patriarcal.

También pude experimentar la convivencia con gente “ajena” a mí; gracias a esto pude conocer las diferentes formas de vida que tienen las personas que son del campo y la ciudad, sus tradiciones y cultura, ya que durante la observación participante tuve la oportunidad de entablar una relación de empatía con mis sujetas de estudio, y esto me permitió desarrollar preguntas con relación al tema de mi investigación, conociendo a fondo sus pensamientos, experiencias, sentimientos y opiniones. A partir de las técnicas cualitativas pude aproximarme a personas que en un principio eran desconocidas para mí, pero que a través del tiempo pude aprender de ellas.

No obstante, los obstáculos se hicieron presentes al realizar la tercera entrevista en profundidad, con la informante que radica en Puebla. Este creo que fue el mayor obstáculo al que me enfrenté; sin embargo, lo pude remediar solicitando el número telefónico de nuestra informante, para poder contactarla y continuar con preguntas que habían quedado pendientes. Quiero destacar algo que me sorprendió, fue que todavía el machismo se hace visible tanto en zonas urbanas como rurales, y es ejercido por personas “instruidas” y “menos instruidas”; como pudimos ver, el machismo no distingue clase social y lugar de residencia.

Capítulo VIII

Bibliografía

Andréu, J. (s.f.) “Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada”, Investigador Senior Fundación Centro de Estudios Andaluces. Profesor Titular Departamento Sociología Universidad de Granada.

Casique y Castro (2012). “Retratos de la violencia contra las mujeres en México: Análisis de los resultados de la Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares 2011”, en *Centro Regional de Investigación Multidisciplinarias Universidad Nacional Autónoma de México*, 14 de Noviembre de 2012.

Jensen, K. B (1993). “El análisis de la recepción: la comunicación de masas como producción social de significado”. En Jensen, K.B Y N.Y. Jankiwski (comp) *Metodología cualitativa de investigación en comunicación de masas* (pp.165-180). Barcelona: Bosch

Jensen, K.B. (1997). “Cinco tradiciones en busca del público”. En Daniel Dayan (comp.) *En busca del público* (pp.335-370). Barcelona: Gedisa.

Jacks, Nilda (2006). “Televisión, identidad: cuestiones e imbricaciones”. En Nilda Jacks (Coord) *Aproximaciones latinoamericanas a la recepción*. México: UIA

Lamas, M (2000), “Diferencias de sexo, género y diferencia sexual”, en Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal Sistema de Información Científica, Número.18 vol.7, Año enero-abril, 2000, p.0, Escuela Nacional de Antropología e Historia, México.

Melgar, Lucia y Piñones Patricia (2008). “Glosario de términos relacionados con violencia y género”, en *PUEG-UNAM*, pp. 1-3.

Montecino, Sonia (s.f.). "Identidades de género en América Latina: mestizajes, sacrificios, y simultaneidades", en *Diversidad e Identidad*, pp. 187-199.

Morley, D. (1996). *Interpretar televisión: la audiencia de Nationwide*, en *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorrortu, Buenos Aires.

Orozco, G. (1987). "Amigas y enemigas: Madres mexicanas frente a la televisión" en *Revista Signo y pensamiento*, No.28 (XV), Universidad Javeriana: Facultad de comunicación y Lenguaje, 1996. pp. 75-86.

Orozco, G. (1996). *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo* (pp.79-94) Madrid-México: UIA, Ediciones de la Torre.

Orozco, G. y González, R (2011). "*Una coartada metodológica, abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*". México: Editorial Tintable.

Peimbert, A (2000). "La agenda periodística sobre políticas y programas de salud sexual y reproductiva" en *Comunicación y Género*, ISBN- 13 978-84-690-4140-6, pp. 278-282.

Renero, Martha (2004). "¡Que se enteren de la clase de hombre que es! La incómoda esfera pública del habla femenina del *talk show*", en *Públicos Signo y pensamiento*, Núm. 45-volumen XXIII julio-diciembre, 2004, pp.48-65.

Renero, Martha (2005). "La normatividad pragmática del *Talk show* y los ignorados derechos de la gente ordinaria de la imagen pública en televisión", en *Comunicación y Sociedad*, Departamento de Estudios de la Comunicación Social Universidad de Guadalajara, Nueva época, Núm. 3 enero-junio, 2005, pp. 13-46. ISSN 0188-252X

Scott, Conway y Bourque (2000). "El género la construcción cultural de la diferencia sexual", en Marta Lamas (comp). PUEG. México: Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa, pp. 1-6.

Taylor, Steve. J. y Robert, Bogdan (1987) "Introducción. Ir hacia la gente" en Steve. J. Taylor y Robert Bogdan, *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*, Ed. Paidós, Col. Paidós Básica, núm. 37, Buenos Aires, pp. 15-27.

Taylor, Steve. J. y Robert, Bogdan (1987), "La observación participante. Preparación del trabajo de campo", en *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*, Buenos Aires: Paidós, pp. 50-99.

Taylor, Steve. J. y Robert, Bogdan (1987), "La entrevista en profundidad", en *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*, Buenos Aires: Paidós, pp.100-131.

Vela, Peón Fortino. (2004). "Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social" en (Coord, María Luisa Tarrés). *Un acto metodológico básico de la investigación social: la entrevista cualitativa*. Flacso México, México.

Vega, Aimée, (2009). *La comunicación en México, una agenda de la investigación*. México: Colección Alternativas.

Villalvazo, P.; Corona, J. y García, S. (2002). "Urbano-rural, constante búsqueda de fronteras conceptuales", en *Revista de Información y Análisis*, número 20, 2002, pp. 17-24.

Cibergrafía:

Agencia Española de Cooperación Internacional (sin fecha). "Proyecto de Promoción de la Participación Ciudadana de la Mujer". Embajada de España en Guatemala y Agencia Española de Cooperación Internacional. Recuperado el 10 de Enero de 2013 de <http://lanic.utexas.edu/project/laoap/cif/cif000011.pdf>

Bautista, Juan y Degrado Dolores (2008) "Recepción de telenovelas y perspectiva de género", en *Revista Científica de Educomunicación*, Comunicar número 31, v. XVI, pp. 673-679. Recuperado el 3 de Junio de 2013, de <http://web.ebscohost.com/ehost/results?sid=f6f4cf7d-4d5a-43db-ab76-528fffb7501%40sessionmgr15&vid=2&hid=10&bquery=genero+y+repcion&bdata=JmRiPWE5aCZkYj1obGgmZGI9c2loJmRiPWZ1YSZkYj12dGgmY2xpMD1GVVCZjbHYwPVkmdHlwZT0wJnNpdGU9ZWwhvc3QtbGI2ZQ%3d%3d>

Becerra, América Tonantzin y Morales, René Alonso (2012). "También heredamos la forma de ver televisión", en *Revista Fuente*, Número 10, Año Enero-Marzo 2012, pp. 11-13. Recuperado el 10 de Enero de 2013, de <http://fuente.uan.edu.mx/publicaciones/04-10/1.pdf>

Belmonte, J y Guillamón S (2008). "Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV", en *Revista Científica de Educomunicación*, Comunicar número 31, v. XVI, pp.115-120. Recuperado el 1 de junio de 2013, de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2729089>

Camarena, Rosa María (2003) "Repensando a la familia: algunas aportaciones de la perspectiva de género", en *Estudios Demográficos y Urbanos*, Vol. 18, No. 2 (53) (May-Aug., 2003), pp.255-297. Recuperado el 19 de Abril de 2013, de <http://www.jstor.org/discover/10.2307/40315152?uid=3738664&uid=4580860407&uid=2&uid=3&uid=60&uid=4580860397&sid=21102219837727>

Covarrubias, Karla y Uribe, Ana (1998). "Hacia una nueva cultura televisiva: Análisis de los públicos de la Telenovela Mirada de Mujer", en *Razón y palabra*, Número 10, Año 3, Abril-Junio1998. Recuperado el 31 de Octubre de 2012, de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n10/covarrubias.htm>

Cuéntame información por identidad (2010). “Número de habitantes por municipio Puebla”. Recuperado el 13 de Abril de 2013 de, <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/Pue/Poblacion/default.aspx?tema=ME&e=21>

Cuentame información de Puebla (2010). “Diversidad”. [Recuperado el 17 de Noviembre de 2013 de, http://cuentame.inegi.org/monografias/informacion/pue/poblacion/diversidad.aspx?tema=me&e=21](http://cuentame.inegi.org/monografias/informacion/pue/poblacion/diversidad.aspx?tema=me&e=21)

Cruz, Ruiz Karina. “En boca del blog de Karina Cruz Ruiz”. Recuperado el 16 de Abril de 2013, de http://www.pueblaonline.com.mx/en_boca_de/?tag=inegi

Delegación Iztapalapa Nuestra capacidad de Transformar. “Demografía”. Recuperado el 18 de Abril de 2013 de, <http://www.iztapalapa.df.gob.mx/index.html>

El Colegio de México, (2013). Diccionario del Español de Mexicano. <http://dem.colmex.mx/>

Enciclopedia de los Municipios de y Delegaciones de México. “Medio físico”. Recuperado el 16 de Abril de 2013, de <http://www.elocal.gob.mx/work/templates/enciclo/EMM21puebla/municipios/21067a.html>

Gamboa Cetina, José (2001). “La mujer, en los *talk shows*” en *Revista Latina de Comunicación Social*, 42. Recuperado el 6 de junio de 2013 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina42jun/41gamboa.htm>

García, Núria y Martínez, Luisa (2009). “La representación positiva de la imagen de las mujeres en los medios”, en *Revista Científica de Educomunicación*, Comunicar número 32 v. XIV, 2009. ISSN: 1134-3478; pp 209-214. Barcelona-España. Recuperado el 18 de Mayo de 2013, de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2924627>

Geocensos (2011) <http://www.geocensos.com/2011/06/como-de-determinan-las-areas-urbanas-y-html> Recuperado el 3 de Enero de 2014.

H. Congreso de la Unión Cámara de Diputados. Recuperado el 16 de Abril de 2013, de <http://sitl.diputados.gob.mx/curricula.php?dipt=211>

Huerta, Juan (2004). "No le cambies a mi novela. Dominación y negociación entre géneros en el acto de ver televisión", en *Comunicación y Sociedad (DECS, Universidad de Guadalajara)*, Número 1, enero-junio, 2004, ISSN: 0188-252X; pp. 163-182. Nueva época. Recuperado el 18 de Mayo de 2013, de http://publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/1_2004/164-183.pdf

INEGI (2010). "Población y vivienda". Recuperado el 13 de Abril de 2013, de <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/pue/poblacion/vivienda.aspx?tema=me&e=21#noLink>

INEGI (2010). "Movimientos migratorios". Recuperado el 13 de Abril de 2013, de http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/pue/poblacion/m_migratorios.aspx?tema=me&e=21

INEGI (2010). "Educación y escolaridad". Recuperado el 13 de Abril de 2013, de <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/pue/poblacion/educacion.aspx?tema=me&e=21>

INEGI (2010). "Infraestructura". Recuperado el 13 de Abril de 2013, de <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/pue/economia/infraestructura.aspx?tema=me&e=21>

INEGI (2010). "Mujeres y Hombres en Puebla 2009". Recuperado el 13 de Abril de 2013, de

http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/socio-demografico/mujeresyhombres/HyM_09/MyH_Puebla_2009.pdf

Lacalle, Charo (2012). "Género y edad en la recepción de la ficción televisiva" en *Revista Científica de Educomunicación*, Comunicar número 39, v. XX, pp. 111-118. Recuperado el 31 de mayo de 2013, de [http://web.ebscohost.com/ehost/results?sid=f6f4cf7d-4d5a-43db-ab76-](http://web.ebscohost.com/ehost/results?sid=f6f4cf7d-4d5a-43db-ab76-528ffbd7501%40sessionmgr15&vid=2&hid=10&bquery=genero+y+repcion&bdata=JmRiPWE5aCZkYj1obGgmZGI9c2loJmRiPWZ1YSZkYj12dGgmY2xpMD1GVCZjbHYwPVkmdHlwZT0wJnNpdGU9ZWZWhvc3QtbGI2ZQ%3d%3d)

[528ffbd7501%40sessionmgr15&vid=2&hid=10&bquery=genero+y+repcion&bdata=JmRiPWE5aCZkYj1obGgmZGI9c2loJmRiPWZ1YSZkYj12dGgmY2xpMD1GVCZjbHYwPVkmdHlwZT0wJnNpdGU9ZWZWhvc3QtbGI2ZQ%3d%3d](http://web.ebscohost.com/ehost/results?sid=f6f4cf7d-4d5a-43db-ab76-528ffbd7501%40sessionmgr15&vid=2&hid=10&bquery=genero+y+repcion&bdata=JmRiPWE5aCZkYj1obGgmZGI9c2loJmRiPWZ1YSZkYj12dGgmY2xpMD1GVCZjbHYwPVkmdHlwZT0wJnNpdGU9ZWZWhvc3QtbGI2ZQ%3d%3d)

Melo, Diego (2012). "Familia contemporánea y televisión: recepción del *talk show* caso cerrado", en *Universidad Andina Simón Bolívar sede ecuador, área de comunicación*. Quito, 2012. Recuperado el 17 de Mayo de 2013, de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2872/1/T1020-MC-Melo-Familia.pdf>

Munguía, (2011). "Mujeres reciben un pago por el trabajo que realizan". Recuperado el 13 de Abril de 2013, de

http://www.consortio.org.mx/site/index.php?view=article&catid=87%3Agenero&id=2100%3A3Asolo-35-de-100-mujeres-reciben-un-pago-por-el-trabajo-que-realizan&option=com_content

www.Nielsen Ibope.com- <http://s6.zetaboards.com/TVVI/topic/8854995/1/> Disponible en línea recuperado el 6 de junio de 2013

Orozco, Guillermo (2000). "Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina", en *Comunicación y Sociedad* (DECS, Universidad de Guadalajara),

Número 38, Año Julio-Diciembre 2000, pp.11-36. Recuperado el 16 de Diciembre de 2012, de http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc/pdf/38_2000/11-36.pdf

Proal, Juan Pablo (2012). “‘Cosas de la vida’: evidencia de un falso testimonio”, en *periódico proceso*. Recuperado el 4 de agosto de 2013, de <http://www.proceso.com.mx/?p=326516>

Programa Delegacional de Desarrollo (2012). “Pilares de desarrollo: líneas estratégicas”. Recuperado el 18 de Abril de 2013 de, <http://www.iztapalapa.gob.mx/pdf/PDDFINAL.pdf>

Rocio Sánchez Azuara (2013). Disponible en línea recuperado el 6 de junio de 2013, de <http://www.azteca.com/notas/cosas-de-la-vida/138315/rocio-sanchez-azuara>

Sin autor. “Televisión en México”. En *Numeralia*. Recuperado el 10 de Enero de 2013, de <http://www.fundacionpreciado.org.mx/biencomun/bc170/Numeralia.pdf>

Vega, Aimée (2000). “Los procesos electorales en México y su relación con el comportamiento político de las amas de casa: el caso de 1997 en el D.F”, en *Razón y Palabra*, Número 17. Recuperado el 27 de Octubre de 2012, de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n17/17avega.htm>

Vega, Aimée (2004). “Amas de casa, televisión y participación política. México, elecciones 2003” en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, enero-abril año/vol. XLVI, número190. Recuperado el 30 de Octubre de 2012, de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/421/42119006.pdf>

Vega, Aimée (2004). *La decisión de voto en las amas de casa mexicanas y las noticias electorales televisadas*. Tesis doctoral del Departamento de periodismo y de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Autónoma de

Barcelona, Barcelona. Recuperado el 8 de Enero de 2013, de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4182/mavm1de1.pdf?sequence=1>

Vega Montiel, Medley Aimée (2005). *La decisión de voto de las amas de casa mexicanas y las noticias electorales televisadas*. Tesis doctoral del Departamento de periodismo y de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. Recuperado el 27 de Octubre de 2012, de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=52>

Vega, A (2006). "Violencia de género contra las mujeres en México a partir de 1990: planteamiento teórico-metodológico", en *Jornadas Anuales de Investigación (Centro de Investigación Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades)*, 2006, pp. 13-24.

Recuperado el 31 de Mayo de 2013, de

<http://computo.ceiich.unam.mx/webceiich/docs/jorna/Jornadas2006.pdf>

Vega, Aimée (2010). "La responsabilidad de la televisión mexicana en la erradicación de la violencia de género contra las mujeres y las niñas: apuntes de una investigación diagnóstica" en revista *Comunicación y Sociedad*, núm, 13 Guadalajara enero-junio. 2010, pp. 1-12.

Wiki, Laura (2013) "Casos para los de T.V". Recuperado el 6 de junio de 2013

http://es.lauracasosparalosdelatv.wikia.com/wiki/Rocio_S%C3%A1nchez_Azuara

ANEXOS

- Esquematización de entrevistas en profundidad.

6.3 Proceso de recepción televisiva

6.3.1 Mediación Individual/Cognitiva: significados en torno al programa

Datos generales	Informante			Teoría	Interpretación
	1	2	3		
Programas que recuerda	<p>"Sí, de una señora que no atendía a sus hijos y pues la abuelita que era mamá de la chica, se angustiaba porque su hija y su esposo maltrataban a los niños y entonces, la abuelita quería hacerse cargo de los niños, pero su hija no aceptaba eso, nada más me viene a la mente eso".</p>	<p>"A ver creo que ya sé, se trataba del esposo de una señora que no la quería porque ella estaba gordita"</p>	<p>"No, pues una vez pasaron de estéee como se llama, aah de una comadre que anduvo con el compadre, o sea ya fue el que más recuerdo es el que más me acuerdo".</p>	<p>Mediación individual "La mediación individual, en esta surge el sujeto como ser individual, social, miembro de una cultura y mismo que se desmenuve en diferentes escenarios. Una mediación es el género del sujeto y la edad, esto deriva en cómo los individuos interpretan los mensajes televisivos; por ejemplo, el sujeto como ser individual al estar viendo la televisión puede prestar más atención a un actor o actriz, ya que si es hombre o mujer, incluso niños claro está, se puede identificar con alguno de los actores. Así, los receptores darán sus diferentes puntos de vista de lo que se transmite en el programa y por tanto tendrán diferentes "videncias". (Slaby y Frey, citado en Orozco, 1996: 85).</p>	<p>De acuerdo con la teoría de las mediaciones. En la mediación individual, surge el sujeto miembro de una cultura. Asimismo, de acuerdo con la información obtenida de las telespectadoras, pudimos observar que, cada una de ellas relaciona el programa con su vida cotidiana, ya que las informantes han pasado por algún problema parecido y han conocido a personas que de igual manera han pasado por algún problema como los que se transmiten en el programa "Cosas de la vida". También nos damos cuenta que, ponen mayor atención a los consejos que dan los especialistas, ya que les pueden ayudar a solucionar algún problema, pues las mujeres se pueden identificar con los casos presentados en el programa y llevarlos a cabo. La mediación individual y el género, juegan un papel fundamental en las lecturas que ellas mismas hacen del contenido televisivo. Como se puede ver, las tres informantes, coinciden en que recordaban distintos casos que se presentaban en el programa relacionados con las mujeres, esto quiere decir que los temas correspondientes al género, por ejemplo: violencia, desigualdad, machismo, injusticias contra las mujeres, abuso sexual, drogadicción, embarazos no deseados, derechos humanos, etc. Estos temas, son el foco de atención de las receptoras pues se identifican con las participantes. Sin embargo, nos podemos dar cuenta que la informante 3, si ha pasado por un problema como los que pasan en el programa. Las informantes 1 y 2 no han pasado por algún problema parecido a los del programa, pero sí, han conocido a personas que han pasado por situaciones similares a los que transmite el programa. No obstante, las informantes se identifican con los temas relacionados a las mujeres, ya que si llegaron a pasar por algún problema como los del programa, ellas sabrían cómo actuar para afrontar algún problema, ya que (nos comentaban que mediante los consejos que dan los especialistas, ellas pondrían a la práctica esos consejos).</p>
Elementos que llaman su atención	<p>"A las personas que van a exponer su caso, pues yo digo que sí, porque ellos son los del problema y también a los especialistas, porque ellos nos dan consejos y pues de algo nos sirve".</p>	<p>"Pues creo que a todo, pero más más a las personas que van a platicar sus problemas y a los especialistas que dan sus consejos para tratar de solucionar sus conflictos de esas persona, si creo que es importante la opinión de esa gente que sabe y está bien regañen a las personas, pues para que entiendan y sepamos cómo afrontar los problemas".</p>	<p>"Yo al público ni si quiera lo veo, yo a los especialistas y a la conductora".</p>		
Casos que recuerda	<p>"Cómo cómo mmm...¿cómo un caso? ¡aaah! a sí, el caso de una señora que le mataron su hijo y este, ella pensaba que vivía y estaba muerto y esos es lo que recuerdo, a la señora que estaba muy desesperada por encontrar a su hijo, y ella lloraba y lloraba y pedía pues justicia para la persona que había matado a su hijo".</p>	<p>"Aaah sí, un día pasaron un programa en el que una chica se quería casar con un joven que era divorciado y tenía dos hijos, y ella lo ayudaba a cuidar a sus niños, pero entonces, sus padre so estaban de acuerdo con esa relación y entonces el padre de esta muchacha no la quería ni ver, y el señor se veía como muy machito, porque tampoco dejaba salir a su mercado y a la casa, no tienes por qué estar en la calle, y si recuerdo muy bien al señor hasta me cayó mal".</p>	<p>"Este pues yo nada más recuerdo el caso de la hija de una actriz, que este, es que no recuerdo muy bien de esta ay como se llama, es una señora que ya está grande, pero el caso de su hija, pero así de actores es el que más me acuerdo".</p>		

Datos generales	Informante			Teoría	Interpretación
	1	2	3		
Conversaciones con la familia y amigas	"No no discutimos casi todos estamos de acuerdo".	"Pues sí, platicó con mi familia cuando estamos viendo el programa, pero más platicó con mi esposo, porque los dos lo vemos, a veces si tenemos las mismas opiniones, por ejemplo: cuando pasan temas en que los niños son maltratados por los padres".	"Con mis amigas sí, con mi familia no porque no les gusta, sí, no les gusta". Con mis amigas casi siempre platicamos de que como nos va con los esposos, con la familia, de las novelas y del programa "Cosas de la vida", y pues ya está, nos ponemos a platicar de que esto y el otro, que si viste que el marido a su mujer y que la suegra lo iba a demandar, y todo eso platicamos".		
Otros casos o temas que recuerda	"Era de una señora que se dedicaba a la prostitución por darle de comer a sus hijos, pues se dedicaba a eso y entonces sus hijos estaban muy enojados con ella y así de eso se trataba".	"Mi marido me engaña con la secretaria de su trabajo. Mi hija está embarazada de un niño, viendo mi cuerpo para darme de comer a mis hijos, creo que esos son algunos que me vienen a la mente".	"El de los niños robados, y el del niño que le quitaron los ojos, también ese estubo muy fuerte, el del niño que le quitaron los ojos por una secta, ese también no me gusto y otros, pero no recuerdo ahorita".		
Situaciones similares del programa en su vida cotidiana o de otras personas familia y/o amigos.	"Pues más o menos, ¡ah! Mis compadres que crecieron (cuidaron) a un niño, luego tenía siete años y lo crecieron, y después ya que se crecieron se enamoraron y se fueron los dos allá a vivir en México".	"A mí, no me ha tocado pasar por problemas así como los que pasan en el programa, si he tenido algunos problemas como todo el mundo pero nada más y sí, he conocido a personas que han pasado por problemas como los que pasan en el programa. Por ejemplo, conozco a una vecina mía, que su hijo es drogadicto y lo encierran y encierran en un centro de rehabilitación, pero el joven siempre se escapa y mi vecina nada más lo anda buscando luego ya no sabe qué hacer a dónde acudir porque su hijo no entiende".	"No pues no mmm...pues sí, tuve un problema muy fuerte con una sobrina y esos temas también los han pasado ahí, mi sobrina andaba de coqueta con mi esposo y eso a mí no me parecía, porque lo abrazaba y cuando nos visitaba venía muy provocativa y hasta se sentaba al lado de él y eso a mí no me parecía, y hable con ella y ella me lo tomo a mal y le dije que ya no nos visitara más, porque hasta estaba diciendo que yo la trataba mal y que era muy grossera con ella, cuando no era cierto, y yo ya casi la demandaba por difamación con mi persona, y hasta ahora no ha venido".		

6.3. 2. Mediación situacional: Prácticas de recepción televisiva

Datos generales	Informante			Teoría	Interpretación
	1	2	3		
Con quién ve el programa sola o acompañada	<p>"Lo veo solita y a veces con mi familia, porque a ellos no les gusta mucho, bueno yo creo que dependiendo de los temas que les pueda gustar".</p> <p>"En la sala".</p>	<p>"Con mi familia, bueno con mi esposo y a veces con mi hija la chica".</p> <p>"Siempre lo veo en la sala".</p>	<p>"Sola porque no les gusta a los demás, no yo sola".</p> <p>"En la sala".</p>	<p>Mediación situacional. La mediación situacional, se refiere a los diferentes escenarios en donde la audiencia interactúa con la televisión, para la mayoría de los receptores, en primera instancia, para ver la TV es el hogar en donde se producen las negociaciones para ver los contenidos televisivos. "Cada escenario abarca posibilidades y limitaciones para el proceso de recepción televisiva, tanto a nivel espacial como a nivel de la interacción posible de la audiencia".</p>	<p>De acuerdo con la información obtenida de nuestros sujetos de estudio. Obtenemos que, las telespectadoras ven el programa en la sala de su hogar, sin embargo, la informante 1 y 3 lo ven solas y la informante 2 ve el programa con su hija y esposo, esto nos da a suponer que a su familia no les gusta, pero, al observar a los esposos de las informantes 1 y 2, nos pudimos percatar que durante el transcurso del programa si pasaba algo interesante, (discusiones entre panelistas, cámaras escondidas) ellos se sentaban con ellas y entablaban una charla, sin embargo, la informante 3 no platicaba con nadie porque a su familia no les gusta el programa, pero cuando tiene visitas en su hogar como la tía de su esposo, con ella platica del tema que se esté transmitiendo.</p>
En qué lugar ve el programa	<p>"Diario diario lo veo, no me lo pierdo, como te decía hasta sus teléfonos tengo".</p>	<p>"Diario lo veo, sólo cuando llego a salir no lo veo".</p>	<p>"Antes lo veía a diario, horita lo veía de vez en cuando, porque casi no ya llego casi cuando acaba".</p>		
Con qué frecuencia ve el programa	<p>La interacción del matrimonio, es poco, ya que mientras los observábamos cuando veían el programa, su esposo (a él no le gusta el programa) él le cambiaba de canal, pero se ponían de acuerdo que en los comerciales sólo él le cambiaría de canal. Sin embargo, cuando pasaban momentos interesantes (cuando se ponían a discutir los panelistas y Rocío los regañaba, para mantener el orden) en el programa, su esposo se sentaba y prestaba atención a lo que decían los participantes, y pudimos ver las opiniones que hacía su esposo del tema, como: "está bien que se hayan enamorado, pues no son hermanos, ¿o no? (me resultó interesante que su esposo le haya pedido su opinión a su esposa) a lo que ella le respondió: "Pues sí, si no son nada, no son hermanos de sangre, yo creo que sí está bien".</p> <p>En consecuencia, al esposo de ella no le gusta el programa, sólo cuando hay temas que le llamen la atención a él, es sólo cuando ven el programa con Juntos.</p>	<p>Al observar a la familia, pudimos ver que hay muy buena comunicación entre ellos, ya que el tema que tocaron en el programa, ellos lo comentaban, así, que se pudo escuchar lo siguiente: "¿Cómo es posible que la mamá adopte otro hijo, si tiene a su propia hija y aparte la abandonó" (en palabras de la informante), mientras que su esposo decía "sí, estuvo mal que la señora hiciera eso, es ese caso me llevo a mi hija conmigo y adopto otro hijo y ya" (en palabras de su esposo). También nos percatamos, que la pareja estaba en desacuerdo con el tema, ya que ella movía la cabeza de un lado a otro como queriendo decir cómo es posible que esto pase!. Ella al igual que a su esposo, estaban en desacuerdo con el tema porque las expresiones de los dos era de incredulidad, pues no podían creer lo que estaban pasando en el programa. Así, mientras la pareja veía la TV, en los cortes comerciales su esposo le cambiaba de canal, y su hija la menor que también ve el programa, sólo estaba interactuando con su teléfono móvil (en las redes sociales Facebook y Whatsapp.</p>			
Cómo es la interacción con las personas con las que ve la TV			<p>La señora no interactúa con su familia porque esta ella sola cuando ve el programa debido a que a su familia no le gusta el programa. Ella nos comentaba que sólo cuando la tía de su esposo llega a visitarlos. Ellas se ponen a platicar cuando ven el programa, pero nuestra informante nos comentaba que casi siempre lo ve solita.</p>		

Datos generales	Informante			Teoría	Interpretación
	1	2	3		
Actividades que realiza simultáneamente cuando ve el programa	<p>"Sí, mientras hago mi comida pues lo veo el programa y bueno ahorita ya tengo mi tienda, tengo que ir a despachar y otra vez llevo y me siento a poner atención, si no le digo a mi hijo que vaya a despachar".</p>	<p>"¡Aaaa! claro que sí, como verás, me gusta mucho tejer creo que es una forma de terapia y de entretenimiento, y pues me gusta mucho el tejido, ya he hecho chambritas, cobijitas, suéteres, chalecos, gorritos etc. y aparte los vendo".</p>	<p>"Pues mmmm...nada, estoy nada más sentada viendo".</p>		
Si platica con otras personas en otros lugares sobre el programa	<p>"Sí, luego pues este me voy aquí al parque, luego ahí me dicen "ay es que pasó esto con Rocío, ¡aa si cierto eso!, es que pasó el tema deee cualquier cosa y ya ahí nosotros empezamos a platicar no pues sí paso esto, que porque a la chava le pegaba su marido y que ya se dejaron o que la mamá a veces se mete pero porque sabe que su hija la están maltratando y ya ahí pues sí está bien que lo enciemen al muchacho, por pegarle, pero si así luego nos ponemos a platicar con alguien con mis conocidos mis amigas".</p>	<p>"Pues sí platico, pero solo con mi familia y nada más".</p>	<p>"Sí, cuando vamos a desayunar o en alguna casa de una de mis amigas, pero uuuuh de vez en cuando.</p>		

6. 3.3. Mediación tecnológica

Datos generales	1	2	3	Teoría	Interpretación
Medio por el que ve el programa	<p>"A través de la televisión, es el único, no tengo otra cosa ni computadora ni nada, mi televisión tiene como 20 años y bueno sí tengo cable. Contratamos cable, ¡aaa! bueno, pues porque como nada más se veían dos canales el 7 y el 13 y nosotros queríamos pues ver otros programas, nosotros apenas lo contratamos tiene como tres meses, no tiene mucho".</p>	<p>"Pues a través de la TV (ire), mi TV la compramos hace como cinco años, porque mi otra TV ya estaba muy viejita y compramos esta que está ahí, que está más moderna y se ven muy bonitos los canales. Antes sí teníamos cable, pero como tenemos muchos gastos pues ya lo cancelamos, pero de todos modos no nos servía de mucho el cable, porque siempre veíamos los mismos canales como: (Los Simpson que también lo pasaban en cable), eso les gustaba ver a mi familia, pero a mi pues no, eso me aburría, porque siempre siempre están repetidos, les gustaba ver eso y digo ¡aaa! Cómo les gusta eso".</p>	<p>"La televisión esa, es que la tele que se compró mi esposo tiene HD, no sé cómo se llama, pero la veo por televisión sí por la televisión sí".</p>	<p>Mediación tecnológica. La mediación tecnológica se refiere a la utilización de otros mecanismos electrónicos, para incorporar información y reproducirla a la audiencia. "A diferencia de otras instituciones sociales, como la familia o la iglesia, la TV es un medio electrónico al mismo tiempo. Esto le concede algunas características que constituyen una mediación particular". (Crozco, 1998: 89)</p>	<p>Como podemos ver, nuestras informantes utilizan la TV para ver el programa, no obstante, de que poseen otros medios electrónicos para poder ver la TV y el programa, es el caso de la informante 2 que tiene computadora y la 3 que cuenta con una Tablet con acceso a internet, sin embargo para ellas se les hace más fácil entender la TV y ver el programa, ya que por falta de tiempo (informante 3) y por falta de conocimiento (informante 2) prefieren ver el programa en la TV. En el caso de la informante 1, ella contrató cable, ya que en la televisión abierta sólo se veían el 7 y 13, pero su familia y ella querían ver otros programas, por lo que, la informante 1 tiene más opciones de ver otros programas. Sin embargo, ella no tiene internet ya que su teléfono móvil no es Smartphone, es decir, teléfonos inteligentes que se pueden conectar a una red inalámbrica de internet. Por otro lado, con relación a los canales y programas que sintonizan. En el caso de la informante 1, ella sintoniza y gusta de ver los programas de entretenimiento y novelas, programas que no la aburren, en el caso del talk show Cosas de las Vída, le gusta porque ayudan a la gente, porque los participantes gritan, porque se identifica a veces con ellos y porque dan consejos. Sin embargo, para las informantes 2 y 3, a ellas les gusta más ver las noticias porque las mantienen informadas y al tanto de lo que acontece en México y en el mundo, pero gustan de ver el programa porque las entretienen y no se aburren, además de que adquieren un conocimiento a través de los consejos que dan los especialistas, por si algún problema se les podría presentar.</p>
Otros medios que utiliza	<p>"Sólo tengo mi celular pero pues no veo el programa, sólo lo utilizo para llamar y contestar".</p>	<p>"No, sólo veo el programa por la TV, tengo mi computadora, pero pues no lo veo por ese medio".</p>	<p>Por internet, por Tablet, no se me hace más fácil verlo por la tele sí. No se utilizar el internet, nada más lo uso para, ahh bueno es que tengo Tablet, pero sí ahí sí me podría meter en la Tablet, pero no lo veo más por la tele, cuando me da tiempo porque como ya ni tiempo me da".</p>		
Identificación de géneros televisivos	<p>"Pues yo digo que me entretienen, y me gusta Rocío porque ayuda a la gente, yo digo que algunos serán verdad y algunos no, es lo que yo pienso. Porque yo a veces he visto casos similares casi igual, no me ha pasado pero por otras personas que sí le han pasado y se da uno cuenta y se ve que sí son reales, son casos que a cualquier persona le puede pasar y en el programa se nota que son reales, porque hasta lloran y eso pues sí se ve verdadero".</p>	<p>"Yo creo que unos programas sí son reales, porque a veces sí siguen los casos de las personas que van ahí, porque he visto un caso en el que una señora fue al programa a buscar ayuda para que encontraran a su hija que fue robada, y en poco tiempo encontraron a su hija, y pues este la señora regresó ya con su hija al programa, pero también sí pienso que algunos casos son mentira porque se ven fingidos ¡aaaa! y porque dicen que va gente que es pagada para que vayan a disque decir sus problemas".</p>	<p>"Pues es que yo digo que unos son reales y unos son para entretener, o sea que son de los dos. Pues porque hay unos que sí, o sea por decir, los casos que le dije de los niños robados y el de los ojos, esos casos se oyó en el radio y luego lo pusieron acá y puse eso sí fue verdadero y otros casos que ahorita no recuerdo. Pero otros como que sí este, no tienen mucho sentido, porque por decir, pasaron uno de las hijas que se pelearon con la novia del papá, porque tenía poco tiempo que se se quedó viudo y luego luego se juntó, y o sea como que diceo ¡ayaa! eso ¡ayaa!, sí pero de mejor sí ese es el 100 % a lo mejor el 80 % son verdaderos y a lo mejor el 20 % pues no, nada más lo ponen así para entretenernos más".</p>		

Datos generales	Informante			Teoría	Interpretación
	1	2	3		
<p>Canales y programas que sintonizan</p>	<p>"¡Aaaa! A mí me gusta el 13 donde pasan "Cosas de la vida", las noticias del 13 con el bigote con Javier Alatorre (de vez en cuando, veo las noticias), "Laura", "La Hora Pico", "La Rosa de Guadalupe", y la novela "La Gata", eso veo". Aaaa pues cuando llego a ver las noticias, entonces pues a pasa lo que sucede en el día y pues ya me entero de todo, pero luego me aburre y le cambio porque no pasan nada entretenido y con Rocio, pues me entretiene y me gustan que estén ahí que gritando y (luego uno se identifica con los participantes) que ya descubrieron tal cosa, que ya anda con otra mujer, y cosas así y me gusta Rocio porque ayuda a la gente y dan consejos y en las noticias no".</p>	<p>"A mí me gusta ver las noticias mucho, eso sí me gusta, y programas que sean serios que no sean tan cómicos como que ya no me gusta eso luego a veces no me causan gracia, porque lo dicen en doble sentido y por eso no me gustan, y veo que a ellas si les gusta (hijas) y luego digo yo estaré mal o que y mejor me pongo a leer. A mí me gustan los canales 11, 22 y 13 que son más culturales. En el 11 veo el programa Anárzanzas con Saldaña, Cristina Pacheco. En el canal 22, me gustan programas de animales y de todo que tenga que ver con la naturaleza, y en el 13 me gusta Cosas de la Vida, las noticias con Javier Alatorre, novelas no veo, porque hago corajes con lo que pasa ahí. La noticias me gustan, porque me mantengo informada de lo que pasa en la sociedad, pues para estar al tanto, ¿no? y Rocio me gusta porque, es entretenido el programa y me gusta porque los especialistas dan consejos, y así uno, va conociendo como le puede hacer por cualquier problema que uno tenga".</p>	<p>"Pues veo las noticias, de estee, es que yo veo puro 13 veo puro TV Azteca, veo las noticias con Alejandro Villalvazo, Hanna Novel y pues varios programas que pasan ahí, cuando me da tiempo". "Bueno yo veo las noticias porque ahí nos informan pues de todo y uno se entera de lo que pasa en nuestro país, y pues en el mundo, sí, por eso me gusta estar enterada y con el programa Cosas de la Vida, pues solo lo veo por pasar el rato y no aburrimme, pero pues también aprendo algo, porque el psicólogo y la abogada nos dan comooo...tips o consejos y nos orientan por cualquier problema que uno pase, ya uno sabría más o menos que hacer ¿no?, eso creo si eso".</p>		

6.3.4. Mediación institucional: familia, escuela e iglesia

Datos generales	Informante			Teoría	Interpretación
	1	2	3		
Interacciones con la familia y la TV	<p>Al estar observando las actividades que ella hace mientras ve el programa, es estar sentada en la comodidad de su sillón, pero cuando había comerciales a tendía su tienda y a veces también mandaba a su hijo a atender su negocio. Su esposo no se notaba muy interesado en el tema, porque estaba como desesperado se levantaba, se iba, se regresaba y se volvía a sentar a lado de su esposa su expresión facial era como ¡ya cámbiale a eso! Su hijo en ese momento no estaba porque se encontraba batiendo el patio y atendiendo la tienda. Por lo que, al estar conviviendo con la familia notamos que no había mucha comunicación entre ellos.</p>	<p>Durante la observación participante que se realizó con la familia, se observó lo siguiente: el tema que tocaron en el programa, ellos se notaron interesados, ya que la pareja interactuaba con el programa, pues daban su opinión acerca de lo que estaban viendo en el televisor. También, observamos las expresiones que la hija menor de la familia hacía, ya que sólo se reía de lo que pasaba en el programa, entonces le preguntamos el porqué de su risa y ella nos contestó: "me río porque no creo que sea verdad y los participantes se ven falsos, es puro show" y sin notar mucho interés, ella tomó su teléfono móvil y muy pocas veces prestaba atención. Así, se observó que en la familia casi no hay interacción entre ellos principalmente cuando hay cortes comerciales, porque durante la transmisión, si hay una mayor comunicación. Sin embargo, entre la pareja si hay comunicación, ya que hacían diversos comentarios en torno al tema por ejemplo: ¿Cómo es posible que la mamá adopte otro hijo, si tiene a su propia hija y a parte la abandono? (en palabras de la informante), mientras que su esposo le contestaba: "Si, estubo mal que la señora hiciera eso".</p>	<p>No sola, porque No les gusta a los demás, No yo sola. -a ellas No, porque No les gusta, se suben, No mi esposo llega y me dice cámbiale a eso, pero No le cambio, lo sigo viendo. -No es que él dice queee a él ese programa No le gusta, GMF: ¿Por qué No le gusta? -Pues porque a lo mejor dicen verdades que a ellos les duelen, yo pienso. Durante la observación que se realizó, nos pudimos dar cuenta que No hay una interacción cercana con el programa, ya que a su familia No les gusta el programa, puesto que, su esposo trabaja hasta tarde, sus hijas trabajan y su hijo practica el fútbol, esto nos da a entender, que No ven el programa porque No les gusta y nos les da tiempo de verlo.</p>	<p>Mediación institucional "La familia como institución social primaria tiende a apoyar su mediación al legitimarse a sí misma por su autoridad moral. La familias generalmente apelan al amor y a la gratitud de sus miembros" (Orozco, 1988: 88) Por otro lado, las instituciones sociales en las que se desenvuelven los individuos, es decir, la familia, escuela, e iglesia. También son una fuente de mediación y cada una de estas esferas públicas maneja sus propias estrategias para que se lleve a cabo la mediación. "Desde su particular especificidad histórica cada institución trata de socializar a sus miembros. Las instituciones utilizan varios recursos para llevar a cabo su mediación". (Orozco, 1988: 88)</p>	<p>Como podemos ver, la interacción que se da dentro de la institución familiar, en estos casos podemos decir, que la comunicación es poca, en algunos casos, ya que por ejemplo, la informante 1 no interactuaba con su esposo, a excepción de que a él le llamara la atención el tema y las discusiones que surgen entre los panelistas y la conductora. Por otra parte, la informante 2, a comparación de la familia 1. En esta familia, si se observó mayor interacción con relación al programa, ya que la pareja daba su opinión acerca de lo que estaban viendo en la TV, sin embargo, la hija menor del matrimonio hacía expresiones de risa y desagrado, como dando a entender, que no le gustaba y que no era verdad lo que decían los participantes, cabe destacar que, la comunicación no verbal también juega un papel importante, ya que las expresiones de la hija nos comunicaba desinterés por el programa y puesto que sólo interactuaba con su celular. Y finalmente, la informante 3 no interactuaba con su familia, puesto que a ellos no les gusta, sin embargo, nos decía que a su marido no le gusta porque a lo mejor dicen verdades que a ellos les duelen. Asimismo, podemos ver que las respuestas de las tres informantes son diferentes, pues la familia 1 no interactuaba a excepción de los momentos interesantes en el programa, para que el matrimonio discutiera el tema, en la familia 2, se observó mayor interacción por parte de la pareja, y finalmente, en el matrimonio 3 la interacción era nula, puesto que a la familia de la informante 3 no les gusta, por lo que ella veía sola el programa.</p>

Datos generales	Informante			Teoría	Interpretación
	1	2	3		
Los contenidos del programa refuerzan o cambian las creencias o valores familiares aprendidos previamente	<p>"Pues yo digo que no, pues nunca se pusieron a platicar nuestros papás con nosotros, nunca hubo este por ejemplo: este pues consejos sí, como leer, a tener amigos y amistades, no, porque se molestaban, yo según nunca me dejaban que tuviera novio y siempre lo tuve y es como el programa de que por ejemplo: "mis papás no me dejan tener novio" o no, porque pues, en el programa si ha llegado a pasar, porque por eso son "Cosas de la vida".</p>	<p>"Bueno, en mi familia me inculcaron valores, y también recuerdo que mi mamá me decía que no dejara que nadie me pegara y menos un hombre. Entonces pues si en el programa se dice algo así por los temas que ahí pasan ahí hablan de esos casos. Aaaaaa esteees, pues yo pienso que lo que pasa en el programa sí, si cambia las creencias que nos inculca la familia, porque por ejemplo: cuando pasaron un caso en el que la mujer era bailarina y mesera y trabajaba en un bar y era para mantener a su hijo que estaba enfermo y ella decía que no tenía nada de malo porque no hacía otras cosas indebidas que ese era su trabajo bailar, y entonces la TV si viene a cambiar nuestras creencias, porque mis padres hubieran dicho que ese no era un trabajo honesto y las mujeres que trabajan en eso son unas mujeres de la calle unas cualquiera que no tienen valores. Entonces creo que no tiene nada de malo bailar para mantener a los hijos".</p>	<p>"Pues antes había muchos valores, había respeto, lo que yo recuerdo, ahora ya no hay nada de eso. GMF: ¿Y cómo lo relaciona con el programa, cree que inculcan valores?" -Sí, hay veces que sí que si le inculcan a uno, por decir, cuando hay pleitos del papa y los hijos, ahí Rocío dice que pues a uno deben de respetarlos son sus papás y, o sea así ese es un valor el respeto, porque ya ahorita ya nada de eso hay, ahorita ya se acabaron los valores, si ya se perdieron ya". "Y en la TV también si aprendí valores por ejemplo: cuando pasaban en el canal 2 esos que pasaban y decían "Tienes el valor o le vale" y pasaban a una señora y a su hijo y ella estaba robando la luz del medidor y ella decía que eso no se debía hacer, pero la señora lo hacía, y sí. Entonces eso es un valor ser honesto consigo mismo y no hacer esas cosas como robarle a otra persona para que uno no pague más luz, y eso está mal, creo que eso es, no? O sea nos refuerzan los valores, por si luego la gente no se acuerda, la TV viene a recordarnos".</p>		

Datos generales	Informante		Teoría	Interpretación
	1	2	3	
<p>Mediación de la escuela</p>	<p>"Pues en la escuela nos enseñaban los valores y no sé también de los embrazos algo así, cuando por ejemplo: en un caso, una familia estaba muy mal y se faltaban al respeto porque el esposo le gritaba a su mujer y los hijos igual, y era porque a la esposa no le gustaba que tomaran sus hijos, y el padre de ellos los dejaba hacer lo que querían, entonces Rocío decía que la familia pues tiene que estar unida y pienso que el respeto es lo principal en una pareja, entonces los valores que me enseñaron, pues si se ven en el programa, por lo que dice Rocío".</p>	<p>"Bueno como ya tiene mucho que fui a la escuela, ahorita no recuerdo muy bien los programas, pero pues en la escuela nos enseñaron los valores que tiene cada persona y que también todos debemos de portarnos bien con nuestros padres, creo que eso son los valores y bueno creo pues deben de aportar esos valores, pero me imagino que el programa algo nos ha de dejar, porque si he escuchado a la conductora que luego dice que debemos de respetarnos los unos a los otros".</p>	<p>"Pues no, porque antes la escuela no le decía pues las, no le decía lo que era la realidad, o sea nada más tú le ibas a estudiar y a lo que nada más, o sea nada más tu ibas y estudiabas y no oías comentarios de nada, eso hace cuantos años".</p>	<p>La mediación institucional, se refiere a las diferentes participaciones que tienen los sujetos en las instituciones sociales. Con relación al programa, dos de las tres informantes coinciden en que el programa enseña valores que les inculcaron en la escuela como por ejemplo: respetar a los padres además de que los consejos que da la conductora las hace reflexionar. Sin embargo, para la informante tres, en la escuela solo se iba a estudiar y nada más, no le enseñaron como llevar a la práctica los valores.</p> <p>Por lo que, los valores que al público que se encuentra detrás de la pantalla. La escuela funciona como una fuente de mediación, ya que de acuerdo a las enseñanzas de esta institución las personas retoman sus consejos y lo incorporan en su vida diaria.</p> <p>Finalmente, con relación a la mediación de la iglesia, cada una de las informantes tiene una percepción diferente, ya que la informante 1 decía que en la TV (en el programa "Cosas de la vida"), los temas como "la prostitución" no son bien vistos por sus creencias católicas, pues para ella, hay otras formas de ganarse el dinero, como: haciendo el quehacer en casas ajenas.</p> <p>Por otro lado, para la informante 2, los temas que presenta el programa y los consejos que da la conductora le sirven para que ella reflexione y no pase por algún problema como los que transmiten. Así, para ella lo que pasa en la TV lo familiariza con los consejos morales que dice la iglesia, (la informante se considera muy católica) en los temas que tienen que ver con la familia.</p> <p>Y por último, para la informante 3, opina que la iglesia dice puras mentiras y ella ya no cree lo que dicen los padres, por lo que, para ella, la TV sí transmite lo que pasa realmente en el día. Así, la informante es alta y no cree en la iglesia, pero en los medios de comunicación, en especial la TV, ella sí cree lo que pasa en el programa.</p>
<p>Mediación de la iglesia</p>	<p>"Pues no recuerdo muy bien los programas, pero luego dicen que lo que pasa en la TV no es verdad que sólo es para que ellos ganen dinero, luego les pagan para que vayan al programa y les pagan para que se pongan de acuerdo y digan cualquier cosa y pues eso dicen y pues medio recuerdo un programa en el que una señora se prostituta para darme de comer a sus hijos, que porque no encontraba trabajo, y bueno pues eso no es bueno para lo que dicen en la iglesia, pues hay muchos trabajos honrados sin hacer eso de prostituirse y en mi pensar, pues aunque sea hay que trabajar haciendo el quehacer en casas, o no"</p>	<p>"No recuerdo que programas, pero creo que la conductora nos hace reflexionar con cada tema que pasan GAF. ¿Por qué cree eso? -Porque nos hace ver los errores que a veces las personas cometen, y bueno, este nos dice pues que la familia es lo más importante y que debemos cuidar, y porque nos dicen que la familia es lo más preciado que tiene el hombre y que la familia siempre estará a nuestro lado aunque a veces seamos malagradados con nuestros padres, pero para mí, yo creo más en la iglesia, ellos son los que más dicen la verdad, y no tanto la TV, no sé si esté bien así, pero eso pienso (he)".</p>	<p>"Como como... No pues en la iglesia dicen puras mentiras, si no hay o sea por decir yo no creo lo que dicen en la iglesia, porque ahorita han pasado tantas cosas, con los padres y la mera verdad uno ya no yo ya nooo yo ya no voy ni a la iglesia, ya voy así muy que a excepciones, pero yo ya nooo yo ya no voy aquí en la casa y todo, porque yo en la iglesia como se dice yo ya no creo en la iglesia, yo ya no creo en la iglesia. "Y creo que la TV, sí dicen las cosas como son, porque pasan lo que sucede en la vida diaria, entonces, estee, lo que pasa en el programa, pues si se relaciona con mi modo de pensar, con lo que aconseja Rocío, de que por ejemplo: no dejen de los esposos, de que la prostitución no es mala, bueno eso yo opino porque para mí eso es un trabajo y no tiene nada de malo, siempre y cuando sea por algo realmente necesario, pero en la iglesia yo no creo nada, porque para ellos es mal vista la prostitución, pero ya estamos en otros tiempos, y yo no lo veo mal".</p>	

6.4. Mediación individual cognitiva: género

Datos del informante	Fragmentos de la entrevista (Mujer)	Fragmentos de la entrevista (Familia)	Fragmentos de la entrevista (Violencia)	Fragmentos de la entrevista (Machismo)	Teoría	Interpretación
Informante 1	<p>"La mujer no solo sirve para dar hijos, nosotras tenemos valores, tenemos derechos y no hay que dejarse que nos maltraten menos con los esposos, que tampoco nos humilien, porque tenemos derechos, tenemos razones para defendernos y para muchas cosas, que nos traten igual que los hombres porque somos iguales".</p>	<p>"Pues he tenido problemas con mis hijos, con uno nada más, no problemas problemas, pero pues hay con su familia, pero ya ven que luego que su esposa se va con la suegra que mire su hijo no hace esto el otro, y ahí vienen los problemas y yo pues me rompo la cabeza por estar ahí gritando explicando que no lo haga".</p> <p>"Nosotras tuvimos a nuestros hijos cuidamos de ellos, pero también tenemos derecho a disfrutar de otras cosas, no toda la vida es cuidar de la familia, a mí me gusta hacer otras actividades como: a tender mi tienda y tener un poquito de dinero".</p>	<p>La informante nos comentó, que por el momento no ha sufrido algún tipo de violencia.</p>	<p>"A mi esposo no le gusta que pague mucho con la gente, pues me dice que mi lugar está en la casa".</p>	<p>Marta Lamas conceptualiza género como "el conjunto de ideas, representaciones, prácticas y prescripciones sociales que una cultura desarrolla desde la diferencia anatómica entre mujeres y hombres, para simbolizar y construir socialmente lo que es "propio" de los hombres (lo masculino) y "propio" de las mujeres (lo femenino)" (Lamas, 2000:2); en otras palabras, el género es la pieza básica de la construcción de la cultura del sujeto. Por otro lado, el machismo se define como "fenómeno sociocultural que exalta los valores masculinos, la hembra, la virilidad, el poder de los hombres, expresado con violencia, fuerza y sobre todo con una actitud de superioridad ante las mujeres. El machismo es la actitud de prepotencia de los varones respecto de las mujeres" (Meigar y Pflones, 2008: 28).</p>	<p>Como podemos ver, en los tres casos las mujeres coinciden que aparte de dedicarse al hogar, ellas también realizan actividades en las que ganan dinero y gustan de hacer, por ejemplo: la venta de productos de belleza y de abarotes. Por lo que, no solamente los hombres pueden trabajar, sino también las mujeres pueden aportar dinero en sus hogares.</p>
Informante 2	<p>"Si es sola saca a su familia adelante, aunque no esté el esposo jeé! Sacó a sus hijos adelante, se esfuerza para poder llevar a su familia si su esposo no está con ella, es valiente, trabajadora, y tiene mucha fuerza, es luchona".</p>	<p>"Tengo un hermano que toma mucho es alcoholico, lo ayudamos a que se cure lo llevamos a alcoholicos, dura un tiempo luego se sale y luego otra vez regresa, nunca ha hecho caso, y porque se pone de grosero por eso luego no lo quiere mi familia".</p>	<p>"Mis hermanas y yo cuidábamos de mi abuelita, yo tenía más hermanos y nos turnos aita porque mi mamá nos golpeaba, como que nos trataba mal y nos turnos con mi abuela y si ella nos cuidó y yo la quise a ella como mi madre".</p>	<p>"Pues si de que ellos tienen la obligación con uno de apoyarnos en las cosas que hacen falta en la casa o el quehacer simplemente, cuando uno no lo puede hacer, porque uno va al doctor que ya no hace uno las cosas y si él llega que apoye también".</p> <p>"Y también, tengo una hermana, que si sufre mucho con su esposo, es muy machista, es muy mentiroso, porque dice cosas que no son ciertas y él cree que si está riendo la verdad, pero no lo dice tan así como si fuera cierto, todo lo que la oíndole, la humilla, pero ella pues se aguanta todo, dice que que va hacer que a donde se va, porque como ya está grande (70 años) a donde se va ir él lo deja, y los hijos luego no se dan cuenta de como es el papá y porque cuando está uno de sus hijos no le dice nada, en cambio si les hace creer a los hijos que ella tiene la culpa y que ella empieza a pelear y por cualquier cosa la está regañando, dice que ya va a empezar que no le hagan caso a ella, que es una chismosa una loca, y si me da mucho coraje cuando ella me cuenta yo la aconsejo que ya no se aguante tanto, pero no hace caso le oigo que la acuse y que se vaya de ahí o que le meta una demanda por violencia familiar".</p>	<p>El machismo se visibiliza, cuando el hombre oprime a la mujer sintiéndose superior a ellas, al no permitiéndoles trabajar y desarrollarse profesionalmente, como es el caso de la informante 3 que su esposo no la dejó trabajar, pero ella vende por catálogo productos de belleza, también es el caso de la informante 1, que atiende una tienda para ganar dinero, ya que no estudió a nivel profesional. Sin embargo, ella es oprimida y víctima de machismo, ya que su esposo no la deja salir pues su esposo le dice que su lugar está en la casa. Por otro lado, la informante 2 sufrió de violencia por parte de su madre, y tiene una hermana que está viviendo una situación de violencia verbal por parte de su esposo, por lo que esto, rompa con nuestras creencias de que el género y el ser machista no mide sexo ni edad.</p>	

Datos del informante	Fragmentos de la entrevista (Mujer)	Fragmentos de la entrevista (Familia)	Fragmentos de la entrevista (Violencia)	Fragmentos de la entrevista (Machismo)	Teoría	Interpretación
<p>Informante 3</p>	<p>"Podemos hacer otras cosas no, por decir, pues yo me dedico a vender Avon y Fuery y pienso que soy buena en eso, dicen que soy buena en eso, dedicarse a algo bien por uno que nos sirva de distracción".</p>	<p>"No pues sí, he tenido muchos conflictos, por decir siempre hay problemas con los hijos, con el marido y o sea así, con mis hijas luego les ardo llamando la atención porque luego no me ayudan hacer el quehacer, no les gusta, y eso porque un día mi esposo les dijo que ellas no deseen de hacerlo que por eso estaba yo, también porque luego mis hijas, se van de fiesta y regresan hasta el otro día, por eso luego sí tengo muchos problemas, así, como los de Rodolfo, pero no tanto así (rie)".</p>	<p>"Pues lo que se dice violencia así golpes y eso no, ésteee a veces sí verbal, por parte de mi esposo que se molesta conmigo y me grita que porque no está lista la comida, que que tanto hago en la casa que seguramente nada porque él llega y que ya quiere comer y me grita que me apure, eso luego me dice, pero es porque me saigo a vender, y bueno esos casos luego así sí los pasan en el programa, pero pues no tengo problemas tan exagerados (rie)".</p>	<p>"Ir a trabajar, bueno esa es otra, no pues no, nada más de ir a trabajar, nunca me dejó".</p>		

6.5. Usos de los contenidos televisivos en la vida cotidiana

Datos generales	Informante			Teoría	Interpretación
	1	2	3		
Usos que da la audiencia al programa Cosas de la Vida	<p>"¡Aaaa! Pues me ha servido, porque los especialistas dan buenos consejos y eso puede ayudar a la gente, porque uno luego no sabe qué hacer en caso de que tuviéramos un problema, por ejemplo: ya sabría más o menos qué hacer en caso de que llegara a faltarles a mi familia ¡Ah! Y también a poner demandas, porque todos tenemos derechos, creo que eso es".</p>	<p>"El programa sí me ha servido de mucho, pero más me han servido los consejos que dan los especialistas que están ahí, porque ellos son gente preparada que sabe cómo llevar a cabo su trabajo, y bueno, sus consejos me han ayudado a conocer, que todas las mujeres al igual que los hombres tenemos los mismos derechos y obligaciones, ya que si mi marido me llegara a golpear, yo ya no me quedaría con las manos cruzadas, yo ya iba corriendo a meterle una demanda por golpearme".</p>	<p>"Pues me ha servido en que dicen que las mujeres, que que uno no debe de dejarse, o sea, pero no sé cómo se dice GMF: ¿Bueno, va relacionado al género?, informante: Sí, ajaja de que uno no debe de dejarse de los hombres bueno es el que más o menos les sirva a uno, defender los derechos de las mujeres".</p>	<p>"La interacción TV-audiencia no debe tomarse como un solo conjunto de acciones, sino como una práctica comunicativa en la cual se dan combinaciones específicas de mediación y de la cual se derivan resultados particulares" (Orozco, 1987 citado en Orozco, 1998:92)</p>	<p>Como podemos darnos cuenta, las tres informantes tienen opiniones similares con relación a la utilización del programa en su vida diaria. Las tres concuerdan en que el programa les ha servido en su vida, ya que se han palpado de conocimiento, en caso de que ellas llegarán a pasar por algún problema como los que transmite el programa, ya que como nos dicen las informantes, ellas ya sabrían como interponer una demanda en caso de que fueran golpeadas y, también, conocen que tanto la mujer como el hombre tienen los mismos derechos, y finalmente coinciden que las tres seguirían los consejos de los especialistas del programa.</p>
	Prácticas de los contenidos del programa en su vida diaria.	<p>"Actuaría como ellos nos dicen, porque son consejos, porque son como guías para salir adelante y pues si seguiría sus consejos".</p>	<p>"Pues sí, yo iría a la delegación acusarlo y ya contrataría yo algún abogado por ahí para que me apoyara, me diera consejos para ver como hacia yo para acusarlo, para que meee de una pensión para mis hijos, para una misma también".</p>		