



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
ACATLÁN

“LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES ¿ROMPE EL SILENCIO?  
APROPIACIÓN Y USO DEL PROGRAMA TELEVISIVO COMO  
REPRODUCCIÓN SOCIOCULTURAL”

**SEMINARIO-TALLER EXTRACURRICULAR**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

PRESENTA  
**DULCE NAYELI RIVERA HUERTAS**

ASESOR: ENRIQUE PIMENTEL BAUTISTA

NOVIEMBRE/2007



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## ÍNDICE:

### INTRODUCCIÓN

<b>1. “INICIEMOS HOSTILIDADES”</b> .....	2
1.1 Evaluación del estado del Arte.....	2
1.2 Conceptos Básicos.....	4
1.2.1 Cultura.....	4
1.2.2 Comunicación.....	11
1.2.3 Ser Mujer.....	13
1.2.4 Medio de comunicación masiva (La Televisión).....	16
1.2.5 Consumo Cultural (Apropiación y Uso).....	18
1.2.6 Reproducción Sociocultural (Participación compartida de la mujer con su contexto).....	22
1.2.7 ¿Qué es lo que buscamos?.....	24
<b>2. “MATCHING Ó CONTINUIDAD”</b> .....	26
2.1 El desarrollo del concepto de mujer.....	27
2.2 Breve trayectoria histórica de la mujer.....	28
2.3 Inicios y desarrollo de la Televisión Mexicana.....	30
2.3.2 Fusión de empresas concesionarias.....	33
2.3.3 Promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión.....	34
2.3.4 Creación de Televisa y promulgación del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión.....	38
2.3.5 Satélites Mexicanos y televisión cultural.....	40
2.3.6 Televisión a satélite “directo al hogar”.....	43
2.3.7 Televisión con alta definición, Internet y productos interactivos.....	47
2.4 El caso de IMEVISIÓN.....	53
2.5 Televisión Azteca: el nuevo consorcio televisivo.....	58
2.6 Antecedentes de los programas unitarios en México.....	63
2.6.1 Reseña mínima de: “Mujer, casos de la vida real”.....	64
2.6.2 Breve historia de “Lo Que Callamos Las Mujeres.....	65
2.7 Datos nacionales.....	68

<b>3. “CORRIENDO Y GRABANDO...5, 4, 3,2...”</b>	73
3.1 CONECTA LA U.C.R (Unidad de Control remoto) Nociones generales	74
3.2 ¿SEGUIMOS EL ORDEN DE BREACK? El problema de investigación	75
3.3 ¡SE ENSAYA! Las técnicas de investigación	80
3.3.1 El grupo de Discusión	81
3.3.2 La entrevista	86
3.4 ¿LISTOS PARA GRABAR? Sistematizar la información obtenida en ambas técnicas	97
3.5 ¡CORTE Y QUEDA! Cruce de las dos técnicas	101
<b>4. “WRAP IT UP – ES TODO PARA TODOS”</b>	112
4.1 Las herramientas	114
4.2 Interpretación de las preguntas de investigación	116
<b>CONCLUSIONES</b>	131
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	138
<b>ANEXOS</b>	

"Sólo los sabios más excelentes, y los necios más acabados son  
incomprensibles."

Autor: Confucio

# **INTRODUCCIÓN**

En la actualidad nuestra sociedad ha sufrido varias transformaciones que pueden verse reflejadas en todos los ámbitos que nos rodean como lo político, económico, social, tecnológico, educativo, familiar, etcétera y la mujer al formar parte de una sociedad activa se ha visto inmersa en estas transformaciones por lo que en la vorágine de tales crecimientos las mujeres han sabido constituirse dentro de Organismos Gubernamentales y No Gubernamentales, Asociaciones Civiles, Instituciones Públicas e Internacionales, en las cuales han hecho un frente común, y uno de sus logros han sido incorporar a los varones en la búsqueda de un país más equitativo, también han logrado que se modifiquen las leyes, mismas que han ajustado políticas públicas.

No se puede dejar de lado que la mujer a través del tiempo ha vivido en un estado de sometimiento, no obstante que haya conseguido algunos cambios de su vida, sabemos que le falta aún mucho por hacer, el feminismo no es ir en contra de hombre, sino del sistema social que siempre se ha vivido, las mujeres empiezan a cobrar conciencia de que merecen el mejor de los mundos posibles y de que vale la pena luchar por él.

Cada fémina en su vida tiene como contenido hechos sociales y culturales que influyen en ella siendo particulares y únicos pero que en algunas ocasiones por semejanza de género permiten identificarla. La mujer no tiene existencia material, es una categoría, producto de un conjunto de características que comparten todas, por lo que sólo es posible pensar a las mujeres a partir de la concepción de la mujer.

Respecto su imagen que se ha generado con el paso del tiempo se puede decir que su historia puede hacer algo: encender la memoria, ofrecer un espejo y no un espejismo, rescatar sueños, realidades del pasado que la ayuden a escapar del silencio. Sólo si existe un pasado se puede aspirar al futuro, por eso para trabajar el cambio, es fundamental ingresar a su historia, es otra manera de incorporarse a la vida de la mujer.

Así que el interés contemporáneo de ésta constituye una recuperación de temas y perspectivas propias de la reflexión de la historia, la sociedad, la misma cultura; reflexión que se ve actualizada por las protestas y propuestas femeninas.

Finalmente, los nuevos roles femeninos conmueven al país, emergen, se configura en lo nuevo, tanto en lo urbano, lo liberal y lo postmoderno. La familia es la principal afectada, pero también la vida pública, callejera y laboral cambia. La madre-esposa-hija-amiga-amante<sup>1</sup>, está en revolución pero aún así los patrones conservadores tienen un enorme poder, sobre todo en las zonas urbanas de nuestra cultura.

El hombre es un espectador confundido que cambia con lentitud, ya que éste se ve sustituido en varios aspectos, como patriarca, proveedor en lo social y económico (con respecto a que el hombre antes era la columna simbólica de la mujer), apreciándose hoy en día, la existencia de una hegemonía (superioridad) de la mujer.

La transmisión televisiva se presenta con un flujo constante de palabras, imágenes, información e ideas que están relacionadas con los sucesos que ocurren más allá de nuestro medio social inmediato. Por lo que las figuras que aparecen en televisión se transforman en puntos de referencia comunes para los televidentes que tal vez nunca interactúen entre sí pero que comparten, en virtud de su participación en una cultura mediatizada, una experiencia común y una memoria colectiva, ya que esta transmisión está sufriendo con el paso del tiempo importantes cambios teniendo un impacto significativo sobre la naturaleza de los productos de los medios y sobre sus modos de producción y difusión, estos cambios también son el resultado de los desarrollos que ocurren en todos los planos antes mencionados por lo que ahora la posición de la mujer se ve inmersa en los medios de comunicación masiva tomando una fuerza nunca antes vista ejemplo de ello es la elaboración de programas de género como es el caso del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres”.

---

<sup>1</sup> Este término se forma tomando de referencia el título del libro de la Autora Marcela Lagarde el cual se verá en el apartado 1.

La situación expresada en este programa es la existencia concreta de mujeres, a partir de sus condiciones reales de vida por ejemplo desde su nacimiento, las reproducciones sociales - culturales de su entorno, los grupos de interacción, el tipo de trabajo o actividad vital, la vida en pareja, el matrimonio, la maternidad, su adscripción (vinculación) a la familia, la religión, las definiciones políticas, la edad, las relaciones con otras mujeres, con hombres, con el poder, las preferencias eróticas, las costumbres, las tradiciones propias, los conocimientos y las sabiduría, las capacidades de aprendizaje por citar algunos.

Todo ello se puede ver reflejado en las diferentes temáticas que usa el programa "Lo Que Callamos Las Mujeres" en sus diferentes transmisiones que ayudan a la mujer para que ésta se vea identificada, crea lo que emite el programa televisivo para así apropiarse del tema y poder usarlo y/o reproducirlo según el deseo de cada una o simplemente desecharlo de sus vidas.

Lo expuesto previamente nos lleva a formular el objetivo de la investigación el cual es hacer un análisis de la apropiación y el uso del programa unitario televisivo "Lo Que Callamos Las Mujeres" como factor de reproducción sociocultural a través de un medio de comunicación masiva tan común en la sociedad hoy en día como lo es la televisión. Dicho consumo se estudia desde el punto de vista femenino, en este caso amas de casa con una edad que oscila entre 35 a 40 años que vivan en La Unidad Habitacional El Rosario del Distrito Federal.

Una de las principales interrogantes de esta investigación tiene la intención exclusivamente de analizar la apropiación y el uso del programa televisivo unitario "Lo Que Callamos Las Mujeres" en el público femenino que lo ve. Esto es importante para así ver si la sociedad se media por dichas transmisiones televisivas, y así apreciar si la mujer logra realmente tener este cambio en su vida. En este sentido sí esta transmisión televisiva funge como factor de reproducción sociocultural en las mujeres televidentes esto se apreciará en el



análisis que se llevará a cabo y será uno de los pequeños aportes que brindará la investigación.

De esta manera se intenta contemplar áreas de estudio como lo es la cultura unidas a la comunicación, pues éstas aportarán diversas perspectivas para tratar un tema como lo es el consumo cultural y así aportar al conocimiento ya adquirido en el ámbito educativo.

Además al realizar una tesis de tipo cualitativo en donde lo importante es la búsqueda de significados, el material resultante adquiere otra dimensión pues no sólo se basa en encontrar el dato, generalizar y suponer, se trata de interpretar los datos del objeto de estudio.

Para obtener los puntos antes mencionados, la investigación está dividida en cuatro capítulos, cada uno con un propósito en particular y que al final, en conjunto con los anexos, respondieron las interrogantes que se formaron antes y durante el desarrollo de este proyecto. En el primer capítulo se presenta una serie de conceptos que sirvieron como base para la disertación de la investigación, utilizándolos como respaldo y a la vez que sirvieran para ampliar el campo de estudio para así recabar la información útil. Conceptos como cultura y comunicación se consideran como conceptos base de este trabajo, de igual manera el concepto referente es el consumo cultural o conceptos y los particulares al objeto de estudio son la televisión, la mujer y la reproducción sociocultural.

En el segundo apartado se presentan los datos contextuales e históricos que envuelven al objeto de estudio, desde una breve explicación del desarrollo del concepto de mujer en el siglo XX hasta nuestros días, hasta una concreta explicación de la televisión en México en general, su nacimiento, sus pioneros y sus fechas más importantes, al igual que el surgimiento de la televisión pública (el caso IMEVISIÓN) a su transformación nuevamente a televisión privada (Televisión Azteca), finalizando con una breve reseña de algunos antecedentes de programas unitarios en México dirigidos a la mujer (Reseña

mínima de “Mujer casos de la vida real” y una breve historia del programa estudiado “Lo Que Callamos Las Mujeres”).

El tercer capítulo presenta una mayor referencia de lo que fue la investigación en sí, enfocándose tanto a la metodología que se utilizó, como en sus resultados, explicando en primera instancia lo que se pretendía investigar partiendo de unas nociones generales y después detallando el cómo se investigó, que tipo de técnicas se usaron, la manera en cómo iban a ser aplicadas, de que modo iban a estar estructuradas y particularmente el saber el fin que perseguía cada una de ellas; el por qué era conveniente ocupar dicha técnica, que resultados nos podría ofrecer y por supuesto, que resultados fueron los que en verdad nos ofrecieron, lo que conllevó a un cruce entre las dos técnicas utilizadas para poder tener una interpretación mucho más enriquecedora y fructífera tomando siempre en cuenta los resultados particulares que cada técnica aportó.

El cuarto capítulo retoma los resultados conseguidos a lo largo de la investigación y es aquí en donde se les da una interpretación de un modo más general, dirigida a las interrogantes que fueron planeadas en un principio, es necesario entender que no por mencionar la palabra “general” signifique que carezcan de profundidad, más bien se enfocan a lo primordial, a lo que se deseó responder desde el inicio del proyecto y con ello poder corroborarse la hipótesis planteada igualmente en un comienzo de la investigación coincidió con los resultados recabados. Puntualizando de manera particular pregunta por pregunta lo que dará cabida más adelante a las conclusiones generales.

Para finalizar encontraremos el apartado de los Anexos en donde estarán toda aquella información que amplía nuestra investigación como es la tabla de especificaciones, las guías de temas del grupo de discusión y entrevistas, la transcripción de los grupos de discusión y entrevistas y la presentación de los resultados de las técnicas por citar algunos.

Es importante el mencionar que, como en toda investigación, existieron limitantes que de un modo u otro, generaban desviaciones en la investigación,

sin embargo se retoma la línea de investigación que un principio fue planteado, originando únicamente pequeños retrasos sin riesgo alguno de estancamiento o abandono total en la investigación.

Finalmente se invita al lector a que realice la lectura de esta investigación, debido a la importancia que está teniendo la mujer en nuestra sociedad unida con un medio masivo de alta penetración “la televisión”, este trabajo lleva consigo información que, si bien está enfocada al consumo cultural televisivo, demuestra el como la sociedad en especial las féminas se han visto influenciadas por el medio de la televisión reproduciendo en sus vidas la información adquirida por este medio.

“El inteligente se percata de todo; el  
Tonto hace observaciones sobre todo”  
Heinrich Heine  
(1797-1856) Poeta y crítico alemán.

Modestamente, la televisión no es culpable de nada. Es un espejo en el que  
nos miramos todos, y al mirarnos nos reflejamos.  
Jaime de Armiñán  
(1935-?) Escritor español.

Una mujer no es la misma para  
todos. Anatole France  
(1844-1924) Escritor francés.

# “INICIEMOS HOSTILIDADES” CAPÍTULO 1

## **1. “INICIEMOS HOSTILIDADES”**

La comunicación y la cultura, son procesos íntimamente ligados y los encontramos presentes en las reflexiones, en las propuestas teóricas, conceptos y definiciones de una serie amplia de autores aquí expuestos, que tienen en común pensar a la cultura como construcción del significado y a la comunicación como eje conductor de esta producción, hecho éste en donde las acciones humanas cobran sentido. Es por ello que los siguientes autores expuestos en la tesis se seleccionaron en su comunión, más que en su residencia o tendencia teórica. Por lo que en este apartado encontraremos los contenidos teóricos sobre el consumo cultural, haciendo referencia a un medio de comunicación masiva la televisión con un programa unitario en específico “Lo Que Callamos Las Mujeres”, con un propósito de intentar ubicar este tema bajo la óptica teórica de la Comunicación y la Cultura.

### **1.1 EVALUACIÓN DEL ESTADO DEL ARTE**

Para resolver el problema de investigación que nos atañe, *El consumo cultural de un programa de televisión de género (mujeres) como factor de reproducción sociocultural*, es primordial extraer los términos encontrados en diferentes tesis que se relacionan con este tema y los que fueron puntales para el inicio de la investigación.

María de Lourdes Cuevas (2006), investiga sobre la comunicación pública deseando ver si esta comunicación es de carácter conservador o innovador respecto a los modelos de representación de género la cual presenta en una muestra del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” en su tesis llamada “La emoción exaltada: Lo que se dice cuando callan las mujeres”. La única ayuda que se obtuvo de esta tesis fue conocer el antecedente del programa modelo para la realización de este tema y algunos datos correspondientes a género.

La segunda tesis estudiada se titula: “El país de las mujeres” de Rocío Sandoval (2006). Rocío planteó por objeto realizar un análisis con elementos de telenovela para conocer los estereotipos que se manejan y atribuyen a la mujer desde la perspectiva de la cultura de masas. Esta investigación brinda

mayor información sobre la categoría de mujer y su relación con la cultura de masas especialmente sobre la televisión.

En la tesina de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación “Consumo Televisivo de los niños. Un estudio de caso en Cd. Nezahualcoyotl, Estado de México”, Verónica Lara (1999), se establece como objetivo principal enriquecer las investigaciones realizadas sobre consumo televisivo de género y medios de comunicación masiva en niños. Gracias a la descripción que manejó la autora se logró tener un mayor acercamiento a los conceptos como consumo, televisión y género.

La tesis de Rafael Ahumada (2006) “La influencia de la Televisión en la imagen de la realidad social que construyen los televidentes” se estudia la influencia que da el medio y la función que ejerce en el ámbito de la vida cotidiana así como sus mecanismos de operación en la formación y la construcción del individuo como ente social. La información que se salvó fue de que manera las mujeres llegan a verse influidas con este programa y la interpretación de su realidad social.

En los artículos de las revistas electrónicas dos específicamente fueron de gran soporte. El primer artículo revisado fue de las autoras Karla Cobarrubias y Ana Uribe (1998) con el tema “Hacia una nueva cultura televisiva. Análisis de los públicos de la Telenovela Mirada de Mujer”. En este artículo las investigadoras hacen un estudio sobre “¿Cómo se constituye la relación de las telenovelas de TV Azteca con los públicos mexicanos y que tipo de cultura televisiva se ha venido conformando con esta relación?” y “¿Cuál es el nivel de identificación, uso y apropiación que los públicos mantienen con la telenovela Mirada de Mujer?” Este artículo se apejó inmediatamente a mi tema de investigación primero por el manejo de la apropiación y uso de un programa televisivo hacia sus televidentes y segundo por el manejo que tiene de cultura televisiva.

Héctor Gómez, en su artículo de la revista Razón y Palabra del mes de octubre- noviembre del 2006 realiza un acercamiento hemerográfico sobre el “(Re) Pensar la Comunicación y la Cultura, Consumos culturales juveniles en

*México*” aquí este autor pretende estudiar las transformaciones que se han dado en los ambientes socio-culturales, colocando la mirada en las experiencias, prácticas y dinámicas de la gente joven, tanto en el espacio social de la ciudad como en los mundos mediáticos a través de una exploración sobre lo investigado de Consumo Cultural y los jóvenes en México. Este artículo brinda una idea de cómo hilar el concepto de comunicación y la cultura con el consumo cultural.

En esta información existe una variedad sobre estudios de consumo culturales en programas televisivos y en la mayoría de los casos son estudios analizados de manera cuantitativa y no de manera cualitativa.

La importancia que tiene una investigación sobre consumo cultural de un programa unitario televisivo de género, deriva de las necesidades que hoy en día tiene la mujer, esta investigación es innovadora ya que se realizará un estudio de análisis del consumo cultural de un programa unitario televisivo de manera cualitativa; es decir ver y a su vez analizar la apropiación y el uso del programa unitario (no telenovela como comúnmente se puede apreciar en los antecedentes del problema en donde por lo habitual toman a éstas para la realización de estudios de consumo cultural.) “Lo Que Callamos Las Mujeres” como factor detonante del cambio sociocultural en el desarrollo personal de las mujeres televidentes.

Esta investigación se basará principalmente en conceptos tales como: cultura, comunicación, consumo cultural (apropiación y uso), televisión (comunicación de masas), género (mujer), reproducción sociocultural.

## **1.2- CONCEPTOS BÁSICOS:**

### **1.2.1.- LA CULTURA:**

Cuando se habla de cultura se partirá de los elementos que brinda el autor (John B. Thompson, 2002, p.183) en su libro **Ideología y cultura moderna** en donde plantea que las transformaciones culturales que caracterizan el desarrollo de las sociedades modernas se encuentran asociadas al impacto y

expansión de los medios de comunicación (en caso particular la televisión) ya que éstos ocupan un lugar central en la configuración de la cultura contemporánea. Pero... ¿qué entiendo por cultura? Para hablar de cultura tendremos que regresar a los inicios de este concepto ya que tiene una larga historia propia, el sentido que transmite hoy por hoy la cultura es de alguna manera producto de ésta por lo que se debe de hacer un recorrido de los principales estudios del desarrollo de la cultura para así comprender con mayor profundidad tal concepto.

### **La concepción Clásica**

Nace en los pensamientos de filósofos e historiadores alemanes durante los siglos XVIII y XIX. El término cultura en esta época se empleaba generalmente para describir un proceso de desarrollo intelectual o espiritual. Parafraseando a Thompson el cual ubica históricamente el uso del término cultura en Europa donde se relacionaba con el sentido original del vocablo latín *culturam*, cultura entonces se relacionaba con la idea de lo cultivable o el cuidado de algo; es a partir del s. XVI que cambia el sentido de esta palabra y es orientada hacia el proceso del desarrollo humano. Sin embargo, es hasta finales del s. XVIII y comienzos del XIX cuando el uso del sustantivo independiente de *cultura* se hace de uso común; dicho sustantivo apareció primero en francés y luego en inglés y a finales del s. XVIII la palabra francesa se incorporó al alemán en el que primero se escribía *Cultur* y más tarde *Kultur*. (Thompson, 2002, p.184).

El autor señala la concepción ilustrada de Europa para entender la orientación que recibía el concepto de *cultura* al ser relacionado con la idea de progreso y desarrollo humano, ese tránsito de lo bárbaro a lo civilizado; sin embargo en Alemania el uso de los conceptos de *cultura* y *civilización* no estaban identificados de la misma forma, por el contrario, ambos conceptos eran pensados con frecuencia como opuestos entre sí. El término “*Zivilisation*” adquirió una connotación negativa ya que se asociaba con la cortesía y el refinamiento de los modales, mientras que “*Kultur*” tomó la connotación positiva por relacionarse con los productos intelectuales, artísticos y espirituales *donde se expresaban la individualidad y la creatividad de la gente* (Thompson, 2002, p.187).



## **La concepción Descriptiva**

Esta nace a fines del siglo XIX, se refiere al conjunto de diversos valores, creencias, costumbres, convenciones, hábitos etcétera característico de una sociedad o de un periodo histórico en particular, ubicada desde los escritos de los historiadores del este siglo quienes estaban interesados en la descripción etnográfica de las sociedades no europeas. Destaca el trabajo de Gustavo Klemm quien trató de proporcionar una descripción sistemática y amplia de “el desarrollo gradual de la humanidad” al examinar las costumbres, habilidades, artes, herramientas, armas, prácticas religiosas, y así sucesivamente, de pueblos y tribus de todo el mundo. Más adelante E. B. Tylor empleó los términos de *cultura* y *civilización* de manera intercambiable y presentó esta definición clásica al principio de su obra *Primitive Culture* que sujeta los elementos clave de la concepción descriptiva de la cultura, esta definición contiene los elementos clave de la concepción descriptiva de la cultura. De acuerdo con esta concepción, la cultura se puede considerar como el conjunto interrelacionado de creencias, costumbres, leyes, formas de conocimiento y arte, etcétera, que adquieren los individuos como miembros de una sociedad particular y que se pueden estudiar de manera científica. Todas estas creencias, costumbres, etcétera conforman “una totalidad compleja” que es característica de cierta sociedad y la distingue de otras que existen en tiempos y lugares diferentes. (Thompson, 2002, p.191).

Thompson muestra dos ejes sobre los que habrán de descansar los estudios de la concepción descriptiva: 1) El marco evolutivo: la cientifización del concepto de cultura no eliminó el énfasis original en la idea de progreso, ya que en los trabajos de Tylor las condiciones culturales de diversas sociedades son consideradas como “etapas de desarrollo o evolución, siendo cada una el resultado de la historia anterior, estando a punto de hacer su parte correspondiente para moldear la historia del futuro” (Thompson, 2002, p.192).

Este pensamiento de carácter científico y evolucionista es esbozado como coherente con el “clima intelectual” de la época, no obstante trabajos posteriores de varios antropólogos moderarían ese sentido y se fueron preponderando otras preocupaciones, en los años de 1930 y 1940 se presenta

una Teoría Científica de la Cultura, elaborada en los trabajos de Malinowsky, quien resguardó una apariencia evolutiva calificada, pero centró su interés en abrir un enfoque funcionalista acerca de la cultura. 2) El marco funcionalista. Se parte de un señalamiento de las diferencias entre los seres humanos, según Malinowsky las diferencias se encuentran en dos aspectos:

\* Varían en cuanto a su estructura corporal y a sus características fisiológicas; aspecto que tendría que estudiar la antropología física.

\* Varían en términos de su “herencia cultural” o cultura y tales variaciones atañen a la antropología cultural. Según Malinowsky el examen de las funciones de los fenómenos culturales, de las maneras en que satisfacen las necesidades humanas, debe preceder todo intento por formular las etapas del desarrollo social y los esquemas evolutivos. (Thompson, 2002 p193).

En resumen, la cultura de un grupo o sociedad es el conjunto de creencias, costumbres, ideas y valores, así como los artefactos, objetos e instrumentos materiales que adquieren los individuos como miembros de ese grupo o esa sociedad, y el estudio de la cultura involucra, al menos en parte, el análisis, la clasificación y la comparación científicas de estos diferentes fenómenos (2002, p194).

### **La concepción Simbólica**

Thompson inicia el abordaje de esta concepción citando lo sostenido por mucho tiempo respecto al uso de símbolos, casi exclusivo, por el ser humano en tanto que dota de significado a construcciones no lingüísticas. El primer delineamiento de esta concepción Thompson lo localiza en el trabajo de Leslie. A. White en *The Science of Culture*, en donde la premisa de que el uso de símbolos, o *simbollyng* como lo llama White, es el rasgo distintivo del ser humano, argumenta que la cultura es el nombre de un tipo preciso de o clase de fenómenos, es decir, las cosas y los sucesos que dependen del ejercicio de una habilidad mental exclusiva de la especie humana, “que hemos denominado *simbollyng*” (2002, p.195).

En la propuesta de Thompson se enfatiza tanto en el carácter simbólico de los fenómenos culturales como el hecho de que tales fenómenos se inserten siempre en contextos sociales estructurados. Una primera caracterización preeliminar de esta concepción se da al definir el análisis cultural como el estudio de las formas simbólicas- es decir, las acciones, los objetos y las expresiones significativos de diversos tipos- en relación con los contextos y procesos históricamente específicos y estructurados socialmente en los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas.

### **La concepción Estructural**

Thompson inicia la presentación de su propuesta discutiendo algunas de las características de las formas simbólicas, distingue cinco características a las que describe como sus aspectos: intencional, convencional, estructural, referencial y contextual (2002, p.205).

El autor origina la intervención típica de estos aspectos en la constitución de las formas simbólicas, independientemente de las variaciones que se puedan dar entre ellas. Los primeros cuatro aspectos están relacionados con lo que se transmite comúnmente por medio de los términos significado, sentido y significación; mientras que el quinto aspecto dirige la atención hacia las características de formas simbólicas estructuradas socialmente, por lo que es considerado por separado pero en relación con los otros cuatro aspectos.

La Contextualización Social de las Formas Simbólicas: Al principiar la revisión de este aspecto de las formas simbólicas Thompson pone de relieve aquellos rasgos que derivan de que éstas se inserten en contextos sociales estructurados; la inserción de las formas simbólicas en los contextos sociales implica:

-Además de ser expresiones de un sujeto, estas formas son producidas generalmente por agentes situados en un contexto socio histórico específico y dotados de recursos y habilidades de diversos tipos (las formas simbólicas pueden portar, de distintas maneras las huellas de las condiciones sociales de su producción).

-Estas formas son por lo regular recibidas e interpretadas por individuos que se sitúan también en contextos socio históricos específicos y que están en posesión de diversos recursos.

Con frecuencia las formas simbólicas son objeto de complejos procesos de valoración, evaluación y conflicto (Procesos de Valoración).

El autor señala que tanto la producción como la recepción de las formas simbólicas en contextos socialmente estructurados tienen la implicación de Escenarios Espacio- Temporales específicos; las características de los contextos espacio- temporal de producción de las formas simbólicas pueden coincidir o traslaparse con las características del contexto de recepción. Por otro lado, los contextos sociales de las formas simbólicas no sólo son espacial y temporalmente específicos: también se estructuran de diversas maneras (2002, p. 218)

Cabe mencionar que no solamente Thompson es el único autor que maneja el concepto de cultura, podemos encontrar a diferentes autores que también nos brindan sus definiciones de cultura algunos de ellos son:

Michel De Certau, maneja el término de cultura como un trabajo a emprender en toda la extensión de la vida social; el término cultura en “difusión de la cultura”, “cultura de masas” etc. Por lo que De Certau hace una diferencia entre los términos de contracultura y subcultura y de esta manera explica las diferentes aspectos de ésta (acción cultural, actividad cultural, discurso cultural etcétera.) Concluyendo que la cultura es un vínculo para obtener poder a través de diferentes caracteres como es el funcionamiento social, la valorización del saber, la reestructuración de la vida privada, la sociedad de espectáculo, producciones económicas y de comunicación. Hoy por hoy en nuestro contexto las relaciones de los poderes han cambiado y éstos se valen de la cultura para fortalecerse pero no para comprometerse con ella ya que lo primordial en esta época es que la cultura venda o asegure la venta de otros bienes y de esta manera controlar las relaciones de poder ya que la

apropiación de la cultura será siempre decidida o establecida por los grupos propietarios de este poder (De Certau, 1999, p.155-177).

Clifford Geertz maneja que los análisis de la cultura son interpretaciones de las interpretaciones de la sociedad es decir Geertz estudia a la cultura a través de la semiótica es decir descifra los signos construyendo un descifrado de la cultura. La idea central de Geertz es que la cultura está sostenida por signos, descifra las tramas de significación a través de una descripción densa (descripción microscópica) es decir tener los signos y que estos sean interpretados. Geertz marca a la cultura a través de la escritura ya que dice que no sólo se puede quedar en la conversación, por lo que Geertz concluye que la investigación cultural esta intrínsecamente incompleta (Geertz, 1997, p. 19-40).

Como se aprecia hay diferentes autores que manejan los términos de cultura, pero este trabajo esta más apagado al concepto manejado por Thompson con su concepción estructural ya que ésta enfatiza tanto el carácter de los fenómenos culturales como que estos se insertan siempre en contextos sociales estructurados por lo que Thompson es hasta ahora el que más se apega con sus términos e ideas de cultura sobre lo que se desea manejar en el tema de investigación, no se pretende descartar por completo a los demás autores sino todo lo contrario se deja la posibilidad que si más adelante en la investigación se hace pertinente citarlo se hará.

Diremos que cultura es un patrón de significados incorporados a la vida social del individuo y sus formas simbólicas de interacción y entre estas formas simbólicas podemos encontrar acciones, enunciado y hasta los mismos objetos que articulan a la sociedad. De igual manera que la cultura es la misma sociedad que el individuo pertenece por consecuencia se definiría como acción ya que ésta tiene que ver con movimientos sociales de cada individuo, época.

Con el paso del tiempo la cultura se tiende a industrializar obteniendo productos en masa que hoy por hoy vivimos en nuestro contexto y lo podemos ver en el ámbito del entretenimiento la cual se enlaza actualmente con la cultura popular, por lo que lo popular pasa de un primer momento del folclor a

lo urbano, eso es lo que ahora vende brindando una serie de beneficios a una cierta parte de la sociedad utilizando para ello a los medios masivos en su favor. Por lo que si no existiese con el paso del tiempo una adaptación de cultura no se podría trascender en la sociedad. (Thompson, 2002, De Certau, 1999, Geertz, 1997).

Una vez ya definido el concepto de cultura en nuestra investigación el siguiente concepto a desarrollar es el de comunicación.

### **1.2.2.- LA COMUNICACIÓN**

Para abordar el concepto de comunicación se partirá de los elementos que brinda Lluís Duch en su libro “Estaciones del laberinto. Ensayos de antropología.” Para Duch la comunicación es un dato antropológico fundamental, imprescindible, porque, desde el nacimiento hasta la muerte, la constitución del ser humano exige inacabables procesos de transmisión que permiten la conversión de la información en comunicación humana es decir lo humano consiste en una construcción simbólica y social de la realidad por lo que a éste posibilita su instalación en su mundo cotidiano.

La comunicación humana al mismo tiempo constituye y expresa al ser humano en su tiempo, espacio, sexo, condiciones psicológicas, intereses, temperamento, economía, política, memoria, imaginario colectivo etcétera, por lo que el aspecto central de la reflexión sobre la comunicación tendría que centrarse en la cuestión del ser humano comunicado o incomunicado esto podría resumirse en “vida cotidiana”, lo que se designa con la expresión de vida cotidiana no es sino el ejercicio cotidiano de la racionalidad comunicativa propia del hombre el cual se presenta y representa y es ahí donde emerge de una forma u otra la comunicación, por lo que Duch exclama: “El hombre es inevitablemente un ser teatral que constantemente, entre el drama y la comedia, se ve forzado a representar un determinado o rol social” (2004, p95 – 96). Así que este individuo se puede decir que se encuentra inmerso en el juego que es impuesto por una tradición cultural de su contexto.

Un ejemplo muy claro de ello y no alejado de la realidad es la sociedad en donde se vive ya que a causa de irresistibles imitaciones promovidas por la moderna comunicación de masas se deja llevar al igual que la teatralización de la existencia humana que lo rodea es decir la misma sociedad, la cual ha experimentado cambios muy significativos con el paso del tiempo, esto es uno de los puntos que se pretende ver en esta investigación de apropiación y el uso del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” como factor de reproducción sociocultural. Por lo que cualquier forma de teatralización implica una activación de la capacidad logomítica que es propio de la vida humana.

Por otra parte diversos antropólogos manifiestan que el ritual es una forma simbólica y expresiva que constituye una dimensión de todas las actividades sociales del hombre y por lo consiguiente de la misma comunicación ya que toda forma comunicativa se adapta a una pautas ritualizadas que han sido asumidas ya sea consciente o inconscientemente, tanto por el emisor como el receptor de la comunicación. (Duch, 2004, p.98).

Por lo que parafraseando a Duch la comunicación es el soporte de la cultura ya que ésta opera como un vínculo de significados y es por ello que la cultura se sostiene a través de la comunicación verbal o no verbal. Los medios de comunicación por lo regular trabajan con medios simbólicos pero establecen reglas de mercado para ello, ejemplo de ello es la televisión ya que cada día utiliza más y más símbolos globales ya que lo simbólico permite al individuo soñar, representarse, personificarse y más según sea su caso en su contexto.

Duch plantea que la comunicabilidad humana implica traducir, imitar e interpretar a otro, punto que se pretende situar en la investigación cuando se vea la apropiación de unos de los programas de “Lo Que Callamos Las Mujeres”, es decir ver si la televidente traduce dicha información y si la interpreta para su representación sociocultural. Según con la lógica de Duch el hombre se presenta y representa a través del teatro contextualizándola en el tema a investigar se pretende ver si la mujer televidente llega hacer lo mismo con dicho programa ya que hoy por hoy las series de televisión son representaciones del mundo social, (un ejemplo de ello y claro es el programa

que se pretende analizar “Lo Que Callamos Las Mujeres” ya que todas las temáticas que maneja dicha transmisión están apegadas con relación a la sociedad) y así ver si es eficaz o no está transmisión por el simple hecho que la televidente crea o no lo que consume.

El consumo según Duch está ritualizado y el ritual es fundamentalmente comunicado y que a su vez tiene que ver con la continuidad y el cambio, por eso se cree que la transmisión de “Lo Que Callamos Las Mujeres” sigue con un aspecto de tradición con respecto de cómo se ve a la mujer en un principio es decir como la indefensa, sumisa, incapaz de ser pero sin dejar a lado la posibilidad de cambiar tal creencia a través de la información que brinda el programa para así originar un cambio pero sin perder esa tradición. Por lo que se puede decir que la televisión lo que hace en un momento dado es espectacularizar a realidad a través de la imaginación y dicha imaginación ayuda a reafirmar a los comportamientos culturales de poder. Ya que a través de la cultura puedo construir un espacio de diálogo y fantasía con el individuo mediante la comunicación.

### **1.2.3.- SER MUJER ES...**

Partiendo de los conceptos que brinda Marcela Lagarde en su obra titulada “Los cautiverios de las mujeres madresposas, monjas, putas, presas y locas” se puede tener una idea de los que significa ser mujer. Para poder iniciar con ello se hace pertinente hablar un poco sobre la antropología de la mujer.

La antropología se ocupa de la mujer como un sujeto inmerso en la historia y la cultura, ya que las mujeres puedan diferenciarse, observarse, explicarse y por qué no, hasta interpretarse a partir de un enfoque antropológico desde las diversas perspectivas que contribuyan a erradicar la opresión existente ante los hombres, es decir quitar la visión de que la mujer esté sometida ante la presencia de un hombre.

Esta antropología de la mujer existente hoy en día, se ve en la necesidad de incorporar conocimientos de economía, biología, antropología, sociología,



psicología, psicoanálisis y otras disciplinas, para lograr entenderla de una manera multidisciplinaria.

Por lo que hoy en todas las sociedades existentes están estratificadas en género y casi todas, en clases y otras categorías sociales que salen o son recreadas por la cultura. El proceso en el que surgieron clases y géneros pasó por una primera disensión de los individuos brotada de la diferenciación excluyente entre hombres y mujeres por lo que de aquí emana la condición histórica de la mujer, por otra parte un segunda pauta a ello es con las integrantes del sexo femenino ya que éstas definen que la situación de cada una de ellas es resultado de su propia diferenciación y estas discrepancias se deben a sus diversas situaciones genéricas derivadas de su adscripción de clase social, nacionalidad, concepción del mundo, edad, lengua, tradición histórica propia, costumbres, etcétera (Lagarde, 2005, p. 62).

Por lo que la antropología (anthropos-hombre, logos-conocimiento; mujer-hembra del macho) de la mujer permite el análisis de relaciones sociales, instituciones, normas etcétera que conforman a ésta y que cuya expresión son las propias mujeres, igualmente permite aclarar que los seres humanos no sólo son entes biológicos sino también son producto de procesos sociohistóricos y que debe ser tomada en cuenta por su gran peso en las atribuciones sociales y culturales, por lo que si se hace este enfoque se puede hacer un acercamiento a la mujer como ser social y cultural. Esta concepción de mujer se trata de manejar en el programa “Lo Que Callamos Las Mujeres” con respecto a las temáticas que suele operar, tomando a la fémina como protagónico, rescatando y resaltando sus necesidades que ésta tiene como mujer ante ello. Ejemplo de estas temáticas son: .Desarrollo Laboral, Desarrollo Social, Ecología, Educación, Familia, Historias de amor, Indígenas, Justicia, Legislación, Medicina, Migrantes, Pareja, Religión, Violencia por citar algunas.

Así que el interés contemporáneo de la mujer constituye para el programa una recuperación de temas y perspectivas propias de la reflexión de la historia, la sociedad, la misma cultura; reflexión que se ve actualizada por las protestas de las mujeres y las propuestas femeninas.

Según Lagarde la condición (naturaleza) de la mujer es una creación histórica cuyo contenido es el conjunto de circunstancias, cualidades y características esenciales que definen a la mujer como ser (genérico). Por lo que se puede decir que la mujer es histórica ya que es diferente y cuenta con un conjunto de cualidades y características atribuidas a las féminas, es decir va desde sus formas de comportamiento, actitudes, capacidades intelectuales y físicas, hasta su lugar en las relaciones económicas y sociales y las opresión que la somete (2005, p. 77).

La naturaleza de la mujer está constituida por un conjunto de relaciones de producción, por las relaciones vitales que está incluida independientemente de su voluntad y de su conciencia y por las formas en las que participan en ellas en la producción social de su vida (Lagarde, 2005, p.79).

La posición de la mujer hoy por hoy en la sociedad y en el programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” refiere al conjunto de características que tienen las mujeres a partir de su condición genérica. La situación expresa la existencia concreta de las mujeres particulares, a partir de sus condiciones reales de vida por ejemplo desde su formación social de nacimiento, las reproducciones sociales y culturales de su entorno y con ello las clases, el grupo de clases, el tipo de trabajo o actividad vital, la conyugalidad, la maternidad, su adscripción a la familia, la religión, las definiciones políticas, el grupo de edad, las relaciones con otras mujeres, con hombres, con el poder, las preferencias eróticas, las costumbres, las tradiciones propias, los conocimientos y las sabiduría, las capacidades de aprendizaje por decir algunos.

Según Lagarde, las mujeres se relacionan vitalmente en la desigualdad requieren de los otros, los hombres, los hijos, los parientes, la familia, la casa, los compañeros, las amigas, las autoridades, el trabajo, las instituciones, y los requieren para ser mujeres de acuerdo con el esquema dominante de feminidad por lo que esta dependencia vital de las mujeres con los otros se caracteriza por su sometimiento al poder masculino ante la sociedad.

Cada mujer constituye y tiene como contenido una síntesis de hechos sociales y culturales que influyen en ella y son únicos pero al mismo tiempo por semejanza permiten identificarla con otras mujeres por su situación similar. La mujer no tiene existencia material, es una categoría producto de un conjunto de características que comparten todas las mujeres por lo que sólo es posible pensar a las mujeres a partir de la concepción de la mujer. Finalmente cada mujer es única porque sólo ella sintetiza de esa manera específica la forma en que se pertenece a grupos de adscripción distintos, condiciones particulares y solo ella hace de su subjetividad una síntesis creativa exclusiva (2005, p.83 - 84).

Este es uno de los puntos en común que se tiene con la autora Lagarde y la producción de “Lo Que Callamos Las Mujeres” ya que este programa es hecho para las mujeres televidentes, y cada mujer es dueña de su propio destino y de ella depende si rompe el silencio o no. Es pertinente mencionar que en la investigación es necesario tomar a la mujer como una categoría, ya que se pretende analizar un programa de género y ver como éste es apropiado, usado y reproducido social y/o culturalmente por las televidentes.

Finalmente, los nuevos roles femeninos conmueven al país. Lo femenino emergente, se configura en lo nuevo, tanto lo urbano como lo liberal como lo postmoderno. La familia es su principal afectada, pero también la vida pública callejera y laboral cambia. La madre-esposa está en revolución. Aún así los patrones conservadores tienen un enorme poder, sobre todo en las zonas urbanas de cultura vieja. El hombre es un espectador confundido que cambia con lentitud, ya que el hombre se ve sustituido en varios aspectos, como patriarca, proveedor en lo social (con respecto a que el hombre antes era la columna simbólica de la mujer) y en lo económico, en la política, laboral, profesional, entre otros, apreciándose hoy por hoy globalmente, la existencia de una hegemonía de la mujer.

#### **1.2.4.- MEDIO DE COMUNICACIÓN MASIVA: La Televisión**

Para hablar de televisión nuevamente se tomará al autor Thompson en su libro “Ideología y cultura Moderna” en sus capítulos IV y V. Es necesario empezar a

hablar un poco sobre los orígenes de la comunicación masiva para así poder llegar a la televisión. La comunicación masiva se remonta a finales del siglo XV en Europa, fue el comienzo de una serie de desarrollo hasta nuestros días ya que se fue transformando de modo radical las maneras en que las formas simbólicas eran producidas, transmitidas y recibidas por los individuos en su vida cotidiana, por lo que este proceso fue y seguirá estando de la mano con la expansión del capitalismo industrial sin olvidar la formación del sistema Estado – Nación. (Thompson, 2002, p.241- 242).

Por lo que la transmisión cultural (proceso por el cual las formas simbólicas se transmiten de productores a receptores) pone en relieve una serie de características para comprender la comunicación de masas como son los mensajes escritos (imprensa periódicos, revistas etcétera), la radiodifusión y la televisión entre otras.

La transmisión cultural distingue tres aspectos:

- 1) Medios técnicos de transmisión, son diferentes tipos de mecanismos de acumulación de información.
- 2) El aparato institucional de transmisión, permite cierto grado de reproducción simbólica
- 3) El distanciamiento espacio – temporal implicado en la transmisión, se relaciona con la naturaleza y el alcance de la participación que emplea el medio (Thompson, 2002, p. 243 – 249).

La televisión en nuestros días puede conceptuarse como una modalidad específica de transmisión cultural. Por ejemplo una persona que ve el programa de televisión “Lo Que Callamos Las Mujeres” no tiene control alguno sobre el tiempo y el ritmo de transmisión. Por lo regular este programa se ve en un contexto social, con amigos o miembros de la familia, por lo que puede verse con diferentes grados de atención, desde una compenetración intensa hasta una vaga conciencia del hecho de que la televisión está de fondo y que en ella se está presentando un programa en particular, punto que también se pretende indagar en esta investigación sobre su consumo.

Según Thompson la televisión se presenta con un flujo constante de palabras e imágenes, información e ideas que están relacionadas con los sucesos que ocurren más allá de nuestro medio social inmediato. Por lo que las figuras que aparecen en televisión se transforman en puntos de referencia comunes para los televidentes que tal vez nunca interactúen entre sí pero que comparten, en virtud de su participación en una cultura mediatizada, una experiencia común y una memoria colectiva (2002, p. 241). Punto que se pretende reflejar en esta investigación con el programa “Lo Que Callamos Las Mujeres”.

La transmisión televisiva está sufriendo con el paso del tiempo importantes cambios que tienen un impacto significativo sobre la naturaleza de los productos de los medios y sobre sus modos de producción y difusión, estos cambios son el resultado de los desarrollos que ocurren en los planos tanto de la economía política como en la tecnología.

Algo que se encuentra arraigado en nuestros días es el televisor doméstico ya que sigue siendo el principal aparato de transmisión, la información que obtenemos por este medio nos llega más allá de nuestro medio social inmediato, nace en gran medida de nuestra recepción massmedia de las formas simbólicas ya que la información que obtenemos de esta vía afecta profundamente las maneras que como individuo participamos en el sistema institucionalizado del poder político y social.

Una vez explicado la noción de comunicación masiva-televisión se dará paso al siguiente concepto a desarrollar el cual es el concepto de consumo cultural.

#### **1.2.5.- CONSUMO CULTURAL (Apropiación y Uso)**

Se abordará este concepto de apropiación con Thompson en su capítulo seis, “La metodología de la Interpretación”. Después haber realizado una lectura al texto, de acuerdo a las concepciones generales del tema, específicamente se utilizará La apropiación cotidiana de los productos masmediados. El autor se concentra en seis rasgos principalmente. 1) Los modos típicos de apropiación de los productos masmediados, 2) Las características sociohistóricas de los

contextos de recepción, 3) la naturaleza y la importancia de las actividades de recepción, 4) el significado de los mensajes según lo interpretan los receptores, 5) la elaboración discursiva de los mensajes mediados y 6) las formas de interacción y cuasinteracción mediada establecidas a través de la apropiación.

Esta investigación sólo utilizará el rasgo número uno y seis de dichos aspectos ya que se pretende ver la apropiación de las televidentes con respecto al programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres”.

Los modos típicos de apropiación:

Este enfoque nos permite apreciar algunas de las características de apropiación cotidiana que se vinculan con la naturaleza de los medios técnicos de transmisión, con la capacidad de las habilidades, capacidades y recursos necesarios para decodificar los mensajes transmitidos por los medios particulares, con las reglas, convenciones y exigencias prácticas, asociadas con tal decodificación.

Este tipo de análisis requiere que se abstraigan las idiosincrasias y se busque especificar los rasgos comunes a una pluralidad de las prácticas de recepción.

Las formas de interacción y de cuasiinteracción (no existe relación directa o indirecta pero se recibe un mismo mensaje) mediada establecidas a través de la apropiación.

Este modelo de la apropiación cotidiana es complicado y puede ser útil distinguir entre cuatro tipos amplios de interacción y cuasiinteracción (Thompson, 2002, p.461). Primero existe la interacción que puede ocurrir entre los receptores, o entre receptores y no receptores, dentro de la región de recepción primaria; segundo, existe la interacción que puede ocurrir en el curso de la elaboración discursiva subsiguiente de los mensajes mediados. Estos dos tipos de interacción entre receptores primarios y secundarios debe diferenciarse del tipo de cuasiinteracción mediada que se establece entre los receptores, por una parte, y los individuos implicados en la producción de mensajes mediados, o representados en la construcción de éstos, por la otra.

Los receptores se pueden relacionar con los individuos que producen mensajes mediados (por ejemplo, la productora ejecutiva del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres”) o con los individuos representados en ellos (ejemplo: los personajes de dicho programa) y estas formas de relación pueden afectar las maneras en que los receptores comprenden y evalúan los mensajes, las maneras en que hablan acerca de ellos y la lealtad con la cual continúan recibéndolos. Además de la cuasiinteracción mediada, la apropiación cotidiana de los mensajes mediados establece lo que podemos describir como una comunidad virtual de receptores, los cuales bien pueden no interactuar directa o indirectamente, pero tienen en común el hecho de que reciben los mismos mensajes y por lo tanto constituyen una colectividad que puede extenderse en el tiempo y en el espacio (ejemplo: las televidentes del programa “Lo Que Callamos Las Mujeres” no se conocen, ni interactúan entre sí, pero tienen en común el compartir el interés y el gusto por dicho programa).

La “apropiación”, es el proceso de “hace propiedad de uno” algo que es nuevo, ajeno o extraño; esto debe entenderse en relación con los individuos particulares que en el curso de sus vidas diarias, reciben los mensajes mediados, hablan acerca de ellos con los demás, y que, a través de un proceso continuo de elaboración discursiva, los integran a sus vidas. Si los receptores de los mensajes mediados intervienen en un esfuerzo permanente por comprender también participan en el proceso continuo por comprenderse y recomprenderse por medio de los mensajes que reciben. Este proceso de autocomprensión y de autoformación no es repentino, ni es un hecho que ocurra una sola vez; es un proceso gradual que ocurre poco a poco, imperceptiblemente, día a día y año con año. (Thompson, 2004, p. 454-463).

De esta manera, el proceso de interpretación empieza a explicar el carácter ideológico de los mensajes de los medios (programa televisivo), es decir, cómo el significado y/o el significante puede ayudar, en ciertas circunstancias, a establecer y sostener las relaciones de dominación.

Con este análisis se puede demostrar que se logra interrelacionar de una manera sistemática diferentes enfoques del análisis de cultura y de comunicación.

Finalmente se abordará el concepto de uso con Canclini en su obra "El Consumo Cultural" donde destaca seis modelos para entender el consumo cultural los cuales son:

- 1) El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital. Es decir el consumo es igual a estatus o clase dominante.
- 2) El consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social. Aquí consumo cultural se puede apreciar igual a demanda.
- 3) El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos. Aquí el consumo da diferencias sociales por la forma en que se utiliza un objeto y puede brindar una distinción social.
- 4) El consumo como sistema de integración y comunicación. Consumo es igual a pertenencia o identidad.
- 5) El consumo como escenario de objetivación de los deseos. Aquí se interpreta al consumo como por lo que deseo tener o por lo que deseo ser.
- 6) El consumo como proceso ritual. Aquí el consumo se toma como los significados que regulan a la sociedad a través de la apropiación del producto.

Este último modelo es el que se utilizará también para la realización de la investigación. Aquí García Canclini, retoma a los autores Mary Douglas y Baron Isherwood, los cuales explican que los rituales más eficaces son aquellos en donde se utilizan objetos materiales para establecer los sentidos y las prácticas que los preservan, es decir, cuanto más costosos sean esos bienes, más fuerte será la ritualización que fije los significados que se les asocian.

Estos autores explican que todo consumidor, cuando selecciona, compra y utiliza, está contribuyendo a la construcción de un universo inteligible con los bienes que elige. Además de satisfacer necesidades o deseos, apropiarse de



los objetos es cargarlos de significados, ya que los bienes ayudan a jerarquizar los actos y configuran su sentido (Canclini, 1993, p. 31 – 33).

Un ejemplo de ello puede ser el programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” este se puede considerar un producto de consumo cultural, ya que persigue fines de lucro por otra parte se puede ver la apropiación y el uso que tienen las televidentes con dicho programa.

#### **1.2.6.- REPRODUCCIÓN SOCIOCULTURAL: Participación compartida de la mujer con su contexto.**

Al reproducir la mujer produce valor y reproduce en el individuo una cultura: formas particulares de sentir, de estar, de hacer, concepciones y creencias y un bagaje de saberes, de lenguajes y formas de comportamiento específicas. El contenido básico de la reproducción cultural está marcado tanto por la clase, la época y a la generación a las que ella pertenece, como por el género y la edad de los hijos o del cónyuge, son igualmente importantes en el contenido de la reproducción: la etapa de ciclo de vida de cada uno, así como las circunstancias sociales y culturales en que se relacionan. El peso de las tradiciones o las fuerzas la innovación, los grados y las formas de los conflictos y de cohesión que tengan como grupo de reproducción, así como el resto de los individuos, grupo o instituciones que enmarcan sus vidas de cada mujer.

Las mujeres reproducen la fuerza de trabajo pero su intervención en la reproducción de la sociedad y de la cultura en cada particular, no se agota en ella. Al reproducir la mujer recrea mucho más que la fuerza de trabajo es decir se trata de una reproducción social y cultural que de manera privada y personal mediante el trabajo y otras actividades vitales –como amar-, hacen las mujeres como madre-esposa-hija-amiga-amante.

Las actividades de reproducción implican desde el luego el desgaste físico, emocional e intelectual de la mujer en el proceso regenerativo del otro; implica a la vez la reconstrucción de la mujer en el mismo proceso. Por lo que la mujer se reproduce siendo mujer, es decir: la madre-esposa-hija-amiga-amante,

como ser de otros, al dar vida a los otros, al cuidar, alimentar, amamantar, al ser testigo y la vigía de sus vidas obtiene la atención económica, social, emocional, erótica, del otro. Es decir obtiene el reconocimiento vital a través de la mirada del otro, quien se relaciona con ella a partir de su capacidad gratificadora de sus necesidades, como consuelo, como espacio.

Y así en este intercambio de necesidades la mujer, da vida a los demás y se da vida a sí misma, por la mediación de los otros, por lo que esto se convierte en un trabajo muy arduo en cada mujer, abarca cada resquicio de la mujer: es decir, abarca a las mujeres particulares, al conjunto de creencias y costumbres que le dan cuerpo a las féminas, por lo que desgraciada o afortunadamente dependiendo el punto de vista de cada uno la fuerza vital de las mujeres se aplica siempre en los otros.

Lagarde dice que las mujeres participan diferencialmente en la reproducción global de la sociedad y de la cultura y lo logran con la reproducción de los particulares (implica la participación compartida de la mujer con su contexto) en procesos que ocurren como reposición cotidiana de condiciones vitales. Al hacerlo las mujeres reproducen relaciones sociales y políticas, instituciones, espacios materiales y culturales de vida. Por lo que se puede afirmar que las mujeres contribuyen a la reproducción de modos de vida y de concepciones del mundo es decir, de la cultura (2005, p.117).

Por lo que la reproducción cultural se entiende como los modos de vida representados y explicados por concepciones del mundo particular de cada mujer. La mujer además de reproducir seres humanos puede reproducir ideologías, actividades, relaciones, roles, cultura, normas, poder, rituales, necesidades, comportamientos, actitudes, sabiduría y conocimiento entre muchos aspectos. “Por lo que la mujer en la actualidad reproduce al satisfacer como madre esposa (madre, hermana, esposa, amante, hija, amiga...) en los seres humanos (hombres y mujeres) necesidades vitales que los disponen a su desenvolvimiento como particulares” (Lagarde, 2005, p. 119).

### **1.3- ¿Qué es lo que buscamos...?**

Este proyecto está enfocado al medio de la televisión, particularmente a un programa unitario de género femenino, enfocándose primordialmente en la emisión televisiva “Lo Que Callamos Las Mujeres”, tomando como sujetos a estudiar a amas de casa que vivan en la Unidad El Rosario, en el Distrito Federal, de entre 35 a 40 años de edad. Ya que en esta edad la mujer es considerada plena porque es cuando comúnmente en nuestra sociedad está realizada como hija, esposa y madre.

El propósito primordial del trabajo es conocer la apropiación y uso del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” como un factor de reproducción sociocultural. Así pues, las preguntas a responder en esta investigación son:

- ❖ ¿Cuáles son los elementos que ocasionan que las mujeres de 35 a 40 años incorporen el programa “Lo Que Callamos las Mujeres” a su vida cotidiana?
- ❖ ¿Cuáles son los procesos de apropiación que generan las mujeres de 35 a 40 años a través del programa “Lo Que Callamos las Mujeres”?
- ❖ ¿Cuáles son los usos que le dan las mujeres de 35 a 40 años al programa “Lo Que Callamos las Mujeres”?
- ❖ ¿Qué repercusiones tienen en lo sociocultural la apropiación y el uso del programa “Lo Que Callamos las Mujeres” en sus televidentes?
- ❖ ¿Qué factores favorecen o enriquecen a las televidentes que ven el programa “Lo Que Callamos las Mujeres”?
- ❖ ¿Qué es consumo cultural?
- ❖ ¿Qué es apropiación?
- ❖ ¿Qué es uso?
- ❖ ¿Qué se entiende por reproducción sociocultural?
- ❖ ¿Cómo se da la reproducción sociocultural de las televidentes del programa “Lo Que Callamos las Mujeres”?

Estas preguntas se podrán solucionar mediante las siguientes categorías:

Cultura, Comunicación, Televisión, Mujer, Apropiación y Uso y Reproducción sociocultural.

¿Por qué es importante este tema? Porque la investigación orientada a un área de los estudios de comunicación que no es muy estudiada, en el rubro del consumo cultural en programas televisivos unitarios de género, ya que los estudios encontrados de consumo cultural son mínimos y comúnmente van enfocados a las telenovelas y al impacto que tienen en la mujer.

Esto es importante para así ver si la sociedad se ve afectada y / o influenciada por dichas transmisiones televisivas, y así apreciar si la mujer logra realmente tener este cambio positivo en su vida, esto es significativo porque si se logra este cambio en la mujer esto se verá reflejado en la sociedad, ya que es ésta el núcleo de la familia, considerando que ella hoy por hoy con todos los cambios socioculturales que ha tenido la sociedad, es el “imán” que logra que la familia se mantenga unida y la familia es el núcleo de la sociedad.

En este sentido si esta transmisión televisiva funge como factor de reproducción sociocultural en las mujeres televidentes esto se apreciará en el análisis que se llevará a cabo y este será uno de los aportes de la investigación. La compilación de estos conceptos y la información de la teoría ya señalados tiene como fin que la información presentada en esta tesis se oriente en relación constante con nuestro objeto de estudio, por lo que ahora es tiempo de enfocarnos en el capítulo dos de nuestra investigación que comprende el contexto y la historia de las nociones principales, ya que estos le darán una perspectiva más enriquecedora a la línea de investigación.

La mujer está en todos los tiempos de la historia,  
porque ella es la historia de todos los tiempos.  
G.J. Zalazar Henao

El historiador es un profeta que mira hacia atrás.  
Friedrich Von Schlegel

El rostro de una mujer debe estar acuñado por su propia historia.  
Claudio Claudiano

# **“MATCHING O CONTINUIDAD” CAPÍTULO 2**

## **2. “MATCHING O CONTINUIDAD”**

En este capítulo se presentarán los contenidos históricos – contextuales de cada uno de nuestro conceptos clave, para así reconstruir su historia a partir de las formas simbólicas –para entender a la sociedad- a través de su contextualización.

### **2.1 EL DESARROLLO DEL CONCEPTO DE MUJER**

Según Lagarde el concepto mujer es una creación histórica cuyo contenido es el conjunto de circunstancias, cualidades y características esenciales que definen a la mujer como ser (genérico).

La mujer es histórica ya que es diferente y cuenta con un conjunto de cualidades y características atribuidas a las féminas, es decir va desde sus formas de comportamiento, actitudes, capacidades intelectuales y físicas, hasta su lugar en las relaciones económicas y sociales y la opresión que la somete (2005, p. 77).

La naturaleza de la mujer está constituida por un conjunto de relaciones de producción, por las relaciones vitales en que está incluida independientemente de su voluntad y de su conciencia y por las formas en las que participan en ellas en la producción social de su vida.

Las mujeres como género comparten la misma condición genérica, pero difieren en cuanto a sus situaciones de vida y en los grados y niveles de la opresión (Lagarde, 2005, p. 79).

Según Lagarde, las mujeres se relacionan vitalmente en la desigualdad requieren de los otros, los hombres, los hijos, los parientes, la familia, la casa, los compañeros, las amigas, las autoridades, el trabajo, las instituciones, y los requieren para ser mujeres de acuerdo con el esquema dominante de feminidad por lo que esta dependencia vital de las mujeres con los otros se caracteriza por su sometimiento al poder masculino ante la sociedad.

Cada mujer constituye y tiene como contenido una síntesis de hechos sociales y culturales que influyen en ella y son únicos pero al mismo tiempo por semejanza permiten identificarla con otras mujeres por su situación similar. La mujer no tiene existencia material, es una categoría producto de un conjunto de características que comparten todas las mujeres por lo que sólo es posible pensar a las mujeres a partir de la concepción de la mujer (2005, p.83 -84).

Por lo que hoy en todas las sociedades existentes están estratificadas en género y casi todas, en clases y otras categorías sociales que salen o son recreadas por la cultura. El proceso en el que surgieron clases y género pasó por una primera disensión de los individuos brotada de la diferenciación excluyente entre hombres y mujeres por lo que de aquí emana la condición histórica de la mujer, por otra parte un segunda pauta a ello es con las integrantes del sexo femenino ya que estas definen que la situación de cada una de ellas es resultado de su propia diferenciación ya que estas discrepancias se deben a sus diversas situaciones genéricas derivadas de su adscripción de clase social, nacionalidad, concepción del mundo, edad, lengua, tradición histórica propia, costumbres, etcétera.

## **2.2 BREVE TRAYECTORIA HISTÓRICA DE LA MUJER.**

El siglo XX significó para las mujeres la oportunidad de integrarse a los ámbitos educativos, políticos, sociales de nuestra sociedad. Fue un siglo de lucha por el sufragio femenino, la igualdad de oportunidades, el respeto a los derechos humanos y a la dignidad de las mujeres. También la ciencia favoreció el desarrollo de las mujeres, los métodos anticonceptivos permitieron que éstas pudieran decidir sobre su fecundidad y así planear mejor su futuro.

En este siglo se ve una mayor participación laboral ya que debido a la apertura política las mujeres llegaron a tener puestos ejecutivos en la administración pública. Lo anterior le dio una mayor independencia económica aunque no ideológica por continuar estando sometida a los modelos patriarcales.

Se abrió el mercado de trabajo para ellas; pero aún así siguieron viviendo en una cultura predominantemente machista. A pesar de los adelantos no se han

dado de la misma manera para todas las mujeres, pues existen muchos tipos de mujeres por ejemplo las educadas y las analfabetas, las urbanas y las rurales, las que se dejan y las que no se dejan, etcétera.

Todas y cada una ellas viven realidades distintas, es por lo que muchas de ellas acepten su condición de discriminación y malos tratos como un destino irreparable. Esto se puede ver en las cifras de violencia intrafamiliar, de hostigamiento sexual, de violación, abuso psicológico, discriminación laboral y salarios inequitativos, y muchas más situaciones, nos demuestran que todavía falta mucho camino por recorrer.

Si bien es cierto hay un avance, pues ahora las mujeres han sabido organizarse dentro de Organismos Gubernamentales y No Gubernamentales, Asociaciones Civiles, Instituciones Públicas e Internacionales, en las cuales han hecho un frente común, y uno de sus logros han sido incorporar a los varones en la búsqueda de un país más equitativo, ver a mujeres y varones que son diferentes por naturaleza pero esto no impide que no sean iguales ante las leyes, ante la familia y sociedad. También han logrado que se modifiquen las leyes, mismas que han ajustado políticas públicas.

La mujer a través del tiempo ha vivido en un estado de inferioridad, no obstante que haya conseguido algunos cambios de su vida, sabemos que le falta aún mucho por hacer, el sexismo no es ir en contra de hombre, sino del sistema social que siempre se ha vivido, las mujeres empiezan a cobrar conciencia de que merecen el mejor de los mundos posibles y de que vale la pena luchar por él (Tuñón, 1987,160-163).

Respecto a la imagen de la mujer que se ha generado con el paso del tiempo se puede decir que su historia puede hacer algo: encender la memoria, ofrecer un espejo y no un espejismo, rescatar sueños, realidades del pasado que la ayuden a escapar del silencio. Solo si existe un pasado se puede aspirar al futuro por eso, para trabajar el cambio, es fundamental entrar en la historia, es otra manera de entrar a la vida de la mujer del siglo XXI.



## **2.3 INICIOS Y DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO**

De las técnicas de comunicación, la que mayor penetración alcanza es la televisión. Tal característica determina que participar en ella con mensajes directa o indirectamente comerciales suponga una inversión alta que compra tiempos muy acotados. En ciertos casos, el análisis de costos u otras consideraciones aconsejan crear espacios propios, en televisión abierta o por cable, bajo la forma de micro-envíos, difusión no convencional o incluso programas enteros dedicados a la actividad que interesa al auspiciante.

En el siguiente apartado se realiza una escueta crónica de los eventos más relevantes dentro de la historia de la televisión en México, ello con el objetivo de que se conozca cuáles han sido algunos de los acontecimientos que han marcado el desarrollo de este medio masivo de comunicación en nuestro país.

### **Primeros sexenios**

La Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (ESIME) es el semillero para la formación de los primeros ingenieros que experimentan con la televisión en México, de esta institución surgen Francisco Javier Stalovi y Miguel Fonseca, ambos profesores del Instituto Técnico Industrial. Stalovi, era el encargado técnico de la emisora, XEFO, del Partido Nacional Revolucionario (PNR). Dicha radiodifusora se inauguró el 1 de enero de 1931, así Stalovi consiguió apoyo económico de la XEFO para viajar a estados unidos y adquirir un equipo de televisión y otros aparatos para realizar transmisiones experimentales.

Este primer equipo experimental de televisión fue instalado en el Instituto Politécnico Nacional, en 1931, en el edificio ESIME. La primera imagen que se transmitió en México por la televisión fue el rostro de la señora Amalia Fonseca, esposa de Stalovi, lo cual tuvo lugar gracias al trabajo de este último. Sin embargo el desarrollo de la televisión experimental, en nuestro país, se debe en gran medida a la labor del Ingeniero Guillermo González Camarena, alumno de Stalovi, quien desde 1934 comienza a realizar programas experimentales de televisión, empleando un equipo construido por él mismo (Sánchez, 1998, p.521 -522).

Al ver los importantes desarrollos realizados, el presidente Lázaro Cárdenas facilita a González Camarena el uso de los estudios de la estación del Partido Nacional Revolucionario (XEFO), para que en ello continúe sus experimentos televisivos. En 1935 la XEFO trae a México un equipo de televisión (Trejo, 1987, p. 20).

### **Estaciones experimentales**

González Camarena continúa sus experimentos y en 1940 patenta en México un sistema de televisión a colores (Tricromático), basado en los colores verde, rojo y azul. En 1942 hará lo mismo en Estados Unidos, es en ese año cuando se realiza la primera transmisión televisiva en México, enviando la señal por el espacio aéreo. A partir de ese momento el gobierno federal comenzó varias solicitudes de concesión para operar canales de televisión comercial (Sánchez, 1998, p. 523).

Los trabajos se siguieron dando y el 7 de septiembre de 1946 se pone en marcha la primera estación experimental de América Latina, la cual se identificaba con las siglas XHGC canal 5 y comienza a transmitir un programa cada sábado. En este mismo año se construye: Televisión Asociada, organización formada por los propietarios de estaciones radiodifusoras de Latinoamérica para hacer frente a los gobiernos y presionarlos para que acepten el uso comercial de la televisión. El presidente de Televisión Asociada es Emilio Azcárraga Vidaurreta (Trejo, 1987, p.21).

### **Comisión de análisis de sistemas de televisión**

En 1947 el Presidente Miguel Alemán solicita al director del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) que nombre una comisión encargada de analizar que sistema de televisión conviene adoptar en el país: el estadounidense (comercial-privado) o el británico (monopolio estatal). Esta comisión estuvo integrada por el escritor Salvador Novo y por el ingeniero Guillermo González Camarena.

A partir del mes de septiembre de 1947 algunos de los cines y tiendas más importantes de la Ciudad de México cuentan con circuitos cerrados de televisión, en los cuales anuncian productos y servicios. (Trejo, 1987, p. 21-22).

La comisión integrada por el director del INBA viajó a estados Unidos y Europa, a su regreso Salvador Novo entregó la primera parte del informe al presidente, donde habló de: aspectos administrativos, de organización, financiamiento y contenido programático de los sistemas de televisión estadounidense y británico. El escritor no recomendó ninguno de los dos sistemas, pero elogió a la televisión británica (Sánchez, 1998, p.524-525).

La segunda parte del informe fue elaborada por el ingeniero González Camarena quien recomendó el sistema estadounidense. González Camarena habló de cuestiones técnicas y argumentó que todos los experimentos hechos en México hasta ese momento se habían realizado con base en las especificaciones técnicas vigentes en Estados Unidos, que los aparatos fabricados en México funcionan de acuerdo a esas especificaciones y que sería necesario importar una gran cantidad de aparatos receptores y resultaría mucho más fácil traerlos de Estados Unidos que de Europa.

En agosto de 1948 la Secretaría de Economía expidió el permiso para que los laboratorios GON-CAN (González-Camarena) operaran comercialmente. En las instalaciones de esta empresa se fabricaban equipos transmisores de televisión, generadores de sincronía, consolas de operación, amplificadores de distribución, mezcladoras de audio y video, y antenas de transmisión. Para el año 1949 el gobierno federal otorgó la primera concesión, para operar comercialmente un canal de televisión (Canal 4XHTV).

En enero de 1950 González Camarena obtuvo la concesión para explotar comercialmente el Canal 5, que comienza sus transmisiones hasta el 18 de agosto de 1952. El canal 2 HEW-TV se inauguró en 1951 e inicia transmisiones el 21 de marzo. La concesión del canal 2 es dada a la empresa Televimex, S.A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta (Sánchez, 1998, p. 525-528).

### **2.3.2 Fusión de empresas concesionarias**

Las primeras emisiones de la televisión privada mexicana fueron programas deportivos, teleteatros y musicales, y llevaban el nombre de sus patrocinadores. Los primeros programas educativos y culturales de la Universidad Nacional Autónoma de México fueron transmitidos por los canales privados 2, 4 y 5, en 1954.

Poco duró el desarrollo solitario de las empresas concesionarias, pues en 1954 los canales 2 y 5 se fusionan para crear Telesistema Mexicano S.A. A partir de ese momento Televisión de México se convirtió en la central de origen de todos los programas de televisión de estos canales. Las fusiones continuaron y el 26 de marzo de 1955 los canales 2, 4 y 5 se unieron para crear Telesistema Mexicano, entidad que se encargaría de administrar y operar esas frecuencias.

De esta manera surge el monopolio en la televisión mexicana, el cual, además presenta una fachada legal, ya que no es una sola empresa (Telesistema Mexicano) la que detenta varias concesiones, sino que son varias empresas concesionarias (Televisión de México, S.A., Canal 2; Televisión de México, S.A., Canal 4 y Televisión González Camarena S.A., Canal 5) las que se unen en Telesistema Mexicano para administrarse conjuntamente. Los empresarios justifican estas fusiones argumentando que esta es una forma de proteger a las tres empresas de las pérdidas que estaban sufriendo. El 31 de marzo de 1955 se da a conocer que el presidente y gerente general de Telesistema Mexicano es Emilio Azcárraga Vidaurreta, Rómulo O'Farril es su vicepresidente y Emilio Azcárraga Milmo y Rómulo O'Farril Jr., son los gerentes.

Algunos de los objetivos principales de Telesistema Mexicano era ampliar la cobertura territorial de la televisión del país, aumentar su área de acción y cubrir la provincia. En 1955 Telesistema coloca en el Paso de Cortés (ubicado entre los volcanes Popocatepetl e Iztaccihuatl) una estación repetidora, así el Canal 4 puede ser visto en el sureste y suroeste de México, desde el Golfo hasta el Pacífico.

En 1956 comienza a funcionar la repetidora el Canal 2, XEAW TV, ubicada en el cerro de El Zamorano, en Guanajuato. Esta estación permitió que el Canal 2 se viera Michoacán, Tamaulipas, San Luís Potosí y Querétaro. Además Telesistema Mexicano empieza a crear televisoras locales en ciudades como: Guadalajara, monterrey y Tijuana.

Telesistema, a través de su canal filial XEFBTV de Monterrey, adquiere la primera máquina de video tape que opera en el país. Esta innovación tecnológica permite grabar y editar los programas reduciendo errores. Además esto da la oportunidad de exportar programas Latinoamérica y estados Unidos (Trejo, 1987,p. 25-27).

### **2.3.3 Promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión y la Televisión por Satélite**

La primera estación cultural en América Latina, Canal 11, XEIPN, dependiente del Instituto Politécnico Nacional, sale al aire el 2 de marzo de 1959. Los primeros programas que se presentan son un documental y una clase matemática. El alcance de este canal se reduce a ciertas zonas de la Ciudad de México. Mientras tanto, Telesistema Mexicano cubre 20 estados del país con repetidoras y busca cubrir todo el país para 1960.

Finalmente, el 19 de enero de 1960, se publica, en el Diario oficial de la Federación, el documento que regula a las telecomunicaciones en el país, la ley Federal de Radio y Televisión. Esta ley, curiosamente, concuerda en lo fundamental, con el documento: 12 bases para uniformar la legislación sobre la redifusión en América, elaborado por la Asociación Interamericana de Radiodifusión, asociación que agrupa a los principales empresarios de América Latina en este ramo. Evidentemente dicho documento concentra los deseos de los empresarios. De tal modo que la Ley Federal de Radio y televisión responde y hace suyos los intereses de los concesionarios mexicanos. Es en este año, 1960, que se inician las emisiones regulares educativas y culturales de la Universidad Nacional Autónoma de México por los Canales 4 y 5 (Sánchez, 1998, p.531).

La expansión de Telesistema Mexicano continúa y en 1961 en San Antonio, Texas, su primera filial en territorio estadounidense, dirigida al público hispanoparlante de ese país. También en ese año se publica, el 29 de diciembre, la Ley de Impuestos para las Empresas que explotan estaciones de radio y televisión, en la cual se establece que estas empresas deben pagar el 1.25% de sus ingresos brutos como impuestos (Trejo, 1987,p. 27-28).

Durante todo ese tiempo González Camarena no ha quitado el dedo del renglón y a continuado con su investigación y experimentación en el ramo de la televisión, es así que en 1962 patenta en México, estado unidos y en otras naciones, un sistema de televisión a colores: el bicolor simplificado, que se establece a base de los colores verde-naranja y verde-azul. En este mismo año comienza sus transmisiones Teleprogramas Acapulco (dirigida por miguel Alemán Velasco), filial de Telesistema Mexicano. Esta empresa se dedica a la producción de programas televisivos para su transmisión dentro del país en Estados Unidos y Latinoamérica.

El 8 de febrero de 1963 tiene lugar la primer transmisión de televisión a color, esto es el Canal 5, con el programa paraíso Infantil. En un principio las transmisiones a color son escasas por la insuficiencia del equipo en las televisoras y aparatos receptores capaces de registrar esas señales (Sánchez, 1998, p. 532).

### **Televisión por satélite e impuesto del 12.5% del tiempo diario de su programación**

La primera transmisión internacional que la televisión mexicana difunde en vivo y en directo es el lanzamiento de la nave Mercury IX con el cosmonauta Gordo Cooper a bordo, ello se logra a través de microondas. En abril de 1965 es colocado en órbita el Early Bird, primer satélite comercial de comunicación, gracias al cual puede verse en México la pelea por el campeonato mundial de peso pluma entre Vicente Saldivar y Haward Winstone.

En estos años México aún no cuenta con la infraestructura necesaria para la comunicación vía satélite, por lo que las imágenes provenientes de Europa

llegan primero a estados Unidos y luego se envían a nuestro país por microondas. En tanto que las señales que tienen su origen en México viajan, primero vía microondas, a Estados Unidos., donde son subidas al satélite.

Para 1965 las estaciones repetidoras (de microondas) cubren 26 estados de la República, mediante una red iniciada en 1955, la cual estaba de tres rutas: la de occidente, la de sureste y la del norte. En 1965 el gobierno decide crear una Red Federal de microondas que abarque todo el territorio Nacional. Esta vez se contaría con dos rutas centrales de frontera a frontera, rutas costaneras en el Golfo y el Pacífico y rutas transversales.

En el año de 1966 se inician las transmisiones a color con la norma estándar estadounidense. Un periodo importante dentro de la historia de la televisión mexicana es el ingreso de México a la organización Internacional de Comunicaciones por Satélite (INTELSAT), con lo cual obtiene el derecho de utilizar los artefactos especiales propiedad de ese consorcio (Sánchez, 1998, p.533-535).

Las transmisiones de la televisión educativa en México empiezan formalmente con el plan piloto de alfabetización, puesto en marcha por la Secretaría de Educación Pública (SEP), a través de circuito cerrado, gracias a cual mil quinientas personas aprenden a leer y escribir. En 1967 se empieza a utilizar la televisión abierta como medio de educación a distancia. La Telesecundaria inicia en el país con la transmisión en circuito cerrado de la serie: Yo puedo hacerlo (serie que consta de 82 programas). Para 1968, la Telesecundaria comienza a difundirse por sistema abierto a través del Canal 5, gracias a lo cual llega a ocho entidades de la Republica.

La empresa Fomento de Televisión S.A. de C.V. recibe la concesión que aprueba su funcionamiento el 24 de junio de 1967; sin embargo, la inauguración oficial de este canal se da con la transmisión del informe presidencial el 1° de septiembre de 1968, pero sus transmisiones regulares comienzan el 25 de enero de 1969. Otro canal que sale al aire es el 13, XHDF, el cual se inaugura el 1° de septiembre de 1968 con el informe presidencial,

pero su programación regular inicia el 12 de octubre de ese mismo año. Esta concesión fue otorgada el 24 de junio de 1967 a la empresa Corporación Mexicana de Radio y Televisión, encabezada por Francisco Aguirre Jiménez, dueño de Organización Radio Centro. Es también en ese año cuando se termina la red Nacional de Telecomunicaciones, instalaciones que permitieron la comunicación de México con otros países, a través de satélite.

Ya para finalizar el año, el 30 y 31 de diciembre de 1968 el gobierno federal emite, entre otras, algunas condiciones para el manejo de la radio y la televisión. El 1° de julio del 1969 el presidente de la República emite un decreto donde presenta una opción para el pago de impuesto, que las estaciones de radio y televisión pongan a disposición del Estado el 12.5% de tiempo diario de su programación.

La televisión por cable entró a nuestro país en 1954 en ciudades del norte, sin embargo, su expansión se da hasta finales de la década de los sesenta, cuando el 20 de mayo de 1969 se le otorga a Cablevisión S.A., filial de Telesistema Mexicano, una concesión para operar en la ciudad de México. El servicio de televisión por cable en la Ciudad de México empieza a proporcionarse hasta 1970.

Para 1970 marca la incursión de Telesistema Mexicano en los programas de corte noticioso con la creación y Dirección general de Información y noticieros. Hasta ese momento lo que se hacía era comprar los noticieros a empresas periodística. Con la formación de esta nueva Dirección, dentro de Telesistema Mexicano, la empresa televisiva puede ejercer mayor control de la información que desea difundir al público y la manera en que la presenta a éste.

Poco a poco México ingresa en la era del satélite, uno de los primeros pasos es la construcción y entrada en la Organización de Televisión Iberoamericana (OTI), a través de la cual se busca intercambiar programación, entre Latinoamérica, España y Portugal, gracias a la tecnología satelital, para lo cual OTI contrató los servicios de La Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite (INTELSAT). Meses después el gobierno



federal adquiere 1.5% del total de las acciones de esta organización, con lo que marca su entrada en ella (Trejo, 1987, p.29-34).

#### **2.3.4 Creación de Televisa y promulgación del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión**

Televisa (Televisión Vía Satélite S.A.) se crea en 1972, la empresa Telesistema Mexicano, operadora de los canales 2, 4 y 5 y Televisión Independiente de México, accionista mayoritaria de Canal 8, se fusionan para crear esta empresa administradora. El 75% de las acciones de Televisa queda en poder de Telesistema Mexicano mientras que el 25 restante permanece en manos de Televisión Independiente de México, filial del grupo Alfa. Emiliano Azcárraga Milmo es designado presidente de Televisa (Sánchez, 1998, p.538).

Esta nueva identidad operadora escapa de ser considerada como un monopolio, porque como en el caso de Telesistema Mexicano, las concesiones siguen siendo de Televimex, Televisión de México, Televisión González Camarena y fomento de televisión Nacional mientras que se maneja que Televisa es sola la administradora de los recursos de todas estas empresas concesionarias. En 1982, el grupo Alfa sufre una fuerte crisis financiera por lo que su director, Bernardo Sada, decide vender el 25 por ciento de acciones que el grupo posee en Televisa. Telesistema Mexicano, adquiere, así, el total de las acciones de la empresa.

Televisa decide ampliar su programación en otras áreas en las que pocas había sido su presencia, es así que en 1972 firma su convenio con la UNAM y comienza a transmitir: Introducción a la Universidad, en enero de 1974.

El inicio de la televisión pública en México se da en 1972 con la adquisición por parte del Gobierno Federal, del Canal 13. Esto es parte de la estrategia de Echeverría para fortalecer el papel del Estado en los medios. Otras de las acciones encaminadas a alcanzar esta meta fue la creación, el 29 de abril de 1972, de la Televisión rural de México (de cobertura nacional), que en 1980 se convertiría en Televisión de la República Mexicana.

El día 4 de abril de 1973 se publica el Diario Oficial de la federación pública el Reglamento de La Ley Federal de Radio y Televisión donde se estipulan las atribuciones de La Secretaría de Gobernación, además se establecen los límites para la difusión de la publicidad (Sánchez, 1998, p. 537-539).

En 1976 Televisa adquiere el 20 por ciento de las acciones de la empresa Spanish Internacional Communication Corporation (SICC) de los estados Unidos y funda el sistema de Univisión, con estaciones en Los Ángeles, Nueva Cork y San Antonio, gracias al cual exporta a Estados Unidos programas vía satélite y microondas. En este mismo año las instalaciones de Canal 13 son modernizadas.

### **Creación de RTC Y el Instituto Mexicano de Televisión**

En la década de los 70 se consolidan y crean organismos destinados a regular a las telecomunicaciones y a defender los intereses de los empresarios de este ramo. Cuando surgieron las primeras estaciones comerciales de televisión, estas se agruparon en la Cámara nacional de la Industria de Radiodifusión, en 1970 este organismo cambió de nombre a cámara nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) que agrupaba a todas las estaciones de radio y televisión comerciales del país. Para 1977 se crea la Secretaría de Gobernación, con el objetivo de vigilar el apago a las leyes rectoras de la radio, televisión y el cine.

Televisa continua su proyecto de desarrollo y expansión, contratando para ello, en mayo de 1980, los servicios del satélite estadounidense Westar III, lo que le permite cubrir, con señal televisiva, todo el territorio nacional, además de poder transmitir directamente a estados Unidos, 19 horas diarias de programación, a través de la cadena Spanish Internacional Network (SIN), de la cual Televisa posee el 75% de las acciones.

El 8 de octubre de 1980 Televisa y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes firman un convenio para instalar 80 estaciones terrenas para comunicación por satélite. El 3 de abril de 1981 se inaugura la primera etapa de

esta Red nacional de estaciones Terrenas, con 14 estaciones para envío y recepciones de señales vía satélite y 21 estaciones que sólo reciben señales.

El 29 de octubre de 1981 se expide el decreto que pretende regular la actividad de los satélites en México. Más tarde, en diciembre de 1982 el artículo 28 declara a la comunicación por satélite como una actividad estratégica a cargo exclusivo del Estado. En diciembre de 1981 INTELSAT IV (satélite del cual México renta un canal) modifica su órbita, a petición de SCT, para cubrir la totalidad del territorio nacional. En 1984, al concluir la vida útil de este satélite, México renta los servicios de INTELSAT V para efectuar sus comunicaciones domésticas.

El 23 de marzo el gobierno de la República anuncia la creación del Instituto Mexicano de Televisión, el cual estará a cargo de: Canal 13 y su red nacional, los canales 22 del Distrito Federal, 8 de Monterrey, 2 de Chihuahua y 11 de Ciudad Juárez, la Productora Nacional de radio y televisión (PRONARTE) y la red: Televisión de la República Mexicana (TRM).

El día 15 de abril de 1982 Canal 22 inicia sus transmisiones en la frecuencia de UHF bajo la administración del organismo estatal Televisión de la república Mexicana (TRM). La segunda etapa de la Red Nacional de Estaciones Terrenas es inaugurada el 22 de junio de ese mismo año, con 71 estaciones; 39 instaladas por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y 32 por Televisa, a cambio de ello la empresa ha obtenido descuentos en el pago de alquiler de la infraestructura de telecomunicaciones y derecho preferencial para transmitir sus señales (Trejo, 1987, p.35-37).

### **2.3.5 Satélites Mexicanos y Televisión Cultural**

En junio de 1982, la SCT informa que el sistema mexicano de satélites, Morelos, estará conformado por dos satélites, uno en funcionamiento y otra de reserva, los cuales serán colocados en órbita en 1985. El 17 de junio de 1985 es puesto en órbita el primer satélite de comunicaciones mexicano, el Morelos I. Morelos II lo alcanza en el espacio el 26 de noviembre. A partir de 1985 el Instituto Mexicano de Televisión será conocido como Imevisión, el cual se

manejará con un sistema de autofinanciamiento como base a la comercialización, con 3 canales el 13, el 22 y el 7, nueva frecuencia en la Ciudad de México.

Multivisión sistema de televisión por suscripción, inicia sus transmisiones en México el 1° de septiembre de 1989, con el sistema de Distribución Multicanal Multipunto. Esta concesión fue otorgada a Joaquín Vargas Gómez, propietario de la empresa productora Telerey y el grupo radiofónico Frecuencia Modulada Mexicana (Vargas fue también director de televisión Independiente de México, Canal 8, hasta antes de que, en 1972, esta empresa se fusionara con Telesistema Mexicano para formar Televisa).

Debido a la que la vida útil del satélite Morelos I terminaba en 1994 y la del Morelos II en 1998, el gobierno presentó, un proyecto para poner en órbita un nuevo sistema de satélites, integrado, una vez más, por dos artefactos (Solidaridad I y II), como una vida útil de 14 años. El primero de los satélites sería enviado al espacio en 1993. El 3 de septiembre de este año Televisa y la Nipón Hoso Kyokai (NHK) de Japón dan a conocer la realización de exitosas pruebas de transmisión de televisión de Alta definición (TV AD).

Comenzando la década de los noventa se crea el Centro Mexicano de Educación en Salud por televisión (CEMESATEL), de la Secretaría de Salud, que interconecta a hospitales e instituciones de este sector mediante videoconferencias, imágenes de intervenciones quirúrgicas y programas de educación médica.

El 26 de enero de 1991, 800 intelectuales solicitaron al Presidente Carlos Salinas de Gortari que el Canal 22 no fuera vendido y que en vez de ello se transformara en una televisora cultural, a lo cual recibieron una respuesta afirmativa el 21 de febrero del mismo año.

La década de los noventa es importante dentro del mismo ámbito de la televisión cultural y educativa, ya que en 1992 comienzan las transmisiones de telesecundaria por satélite. En 1993, la Unidad de Televisión Educativa (UTE)

comienza a transmitir teleconferencias a diversas instituciones de educación en el país. El 19 de noviembre de 1993 es lanzado al espacio, el nuevo satélite mexicano, Solidaridad I. En 1993 Canal 22 (televisión pública y cultural) inicia sus transmisiones en la banda VHF en México D.F, y es visto en el área metropolitana de la Ciudad de México, cubre todo el país por el sistema de cable y por los Satélites Morelos 2 y Solidaridad, por los que llega a las estaciones regionales de televisión y antena parabólicas. El canal 22 fue concesionado a la empresa de propiedad estatal Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Su primer director es el escritor José María Pérez Gay.

Canal 13 fue administrado por el Estado alrededor de 20 años, pero visto el fracaso financiero y el bajo rating de sus programas, el 18 de julio de 1993 regresa a la televisión privada, al ser desincorporado al igual que su red nacional, Canal 7 con sus repetidoras en la República y el Canal 2 de Chihuahua. Para efectuar la “desincorporación”, la venta de estos canales se crea una serie de paraestatales, entre ellas, Televisión Azteca, para que se conviertan en concesionarias de los canales que conforman las redes 13 y 7. Finalmente se pone a la venta dos cadenas nacionales, una con 90 canales (la del 13) y otra con 78 (la del 7).

En la licitación hecha con motivo de la privatización de los canales del estado participaron cuatro sociedades empresariales, pero la que resultó elegida fue el grupo Radio Televisora del Centro, encabezado por el empresario Ricardo Salina Pliego, adquiriendo así: las cadenas de televisión, la cadena de salas cinematográficas Compañía Operadora de Teatros, S.A. y los Estudios América. De esta forma en 1994 Salinas vende Imevisión a estos inversionistas particulares, surgiendo Televisión Azteca.

En marzo de 1994 Televisa anuncia su proyecto de servicio de televisión vía satélite directa al hogar, Direc to Home o DTH (sistema que permite la transmisión de señales de televisión a los hogares directamente desde un satélite); sin embargo, su iniciación se ve frustrada debido a que el satélite PAS III no puede ser colocado en órbita en diciembre de 1994. El nuevo PAS III es enviado al espacio el 28 de noviembre de 1995.

El 8 de marzo de 1994 Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V., filial de Televisa, obtiene la concesión para operar una red de 62 canales de televisión distribuidos en 28 estados del país, para ello será necesario el pago de 295 millones 198 mil 776 nuevos pesos esta es la primera vez que el gobierno cobra por otorgar una concesión para la explotación de canales de televisión. Los nuevos canales se utilizarán para extender la cobertura del canal 9 y convertirlo en red nacional. El 7 de octubre de 1994 el satélite Solidaridad II es colocado en órbita. Para esta época EDUSAT transmite seis canales de televisión educativa a 11 mil escuelas en todo el país a través del sistema Solidaridad.

### **2.3.6 Televisión a satélite “directo al hogar”**

En 1995 Zedillo reforma el artículo 28 constitucional, para que la comunicación satelital dejara de ser una actividad estratégica exclusiva del Estado y se convierta sólo en prioritaria, permitiendo con ello la participación de capital privado. En mayo de ese mismo año se aprueba una Ley Federal de Telecomunicaciones donde quedan asentadas las condiciones para que el capital privado participe en la comunicación por satélite. Como en el caso de la televisión y la radio, la comunicación satelital se concesionaria por el estado, a empresas privadas, para que estas ocupen y exploten las posiciones orbitales asignadas a México. Además se restringe la inversión extranjera en las empresas concesionarias al 49%.

El 9 de marzo de 1995 se realiza una alianza entre diversas empresas (Hughes Communications, de Estados Unidos; Organización Cisneros, de Venezuela; Televisión Abril, de nacionalidad brasileña; y MVS Multivisión, de México) para la creación de Galaxy Latin América, todo ello con el fin de lanzar al mercado DirecTV, un servicio de televisión vía satélite “directo al hogar” (DTI-I) con cobertura latinoamericana. En México el comienzo de DirecTV se programa para el segundo semestre de 1996.

El 19 de junio comienza sus transmisiones el Canal 40 del Distrito Federal en banda de frecuencia ultraelevada (UHF). Esta concesión fue otorgada el 23 de

septiembre de 1991 a la empresa Televisión del Valle de México, S.A. (TEVESCOM), propiedad de Javier Moreno Valle. Dicho canal ofrece una programación prioritariamente de corte periodístico y noticioso.

Vista la competencia que significa DirecTV, Televisa firma el 20 de noviembre de 1995 un convenio con el conglomerado estadounidense News Corporation, la empresa brasileña O'Globo y la compañía Tele Communications Internacional Inc. (TCT); para prestar de manera conjunta el servicio de televisión directa vía satélite (DTH) en Latinoamérica. El servicio se proporcionará en el ámbito latinoamericano por medio de los satélites Panamsat. A este proyecto se le conoce como Sky y como en el caso de DirecTV, se programó que comenzara a funcionar en el segundo semestre de 1996 (Sánchez, 1998, p. 541-553).

Al finalizar 1995, el Canal 13 tenía una red de 54 estaciones que cubría 14.2 millones de hogares (92% del total de sus posibilidades). Y el canal 7 contaba con 37 estaciones que cubría 11.8 millones de hogares (76% del total). Como parte de la estrategia de crecimiento de TV Azteca, el 1° de mayo de 1996 se creó la disquera Azteca Music. El 24 de mayo de 1996 los Estudios América fueron transformados en un centro de producción para telenovelas: Azteca Digital, hoy Azteca Novelas. Ya para octubre de 1996 Canal 13 cubría 15.5 millones de hogares (94%, del total de sus posibilidades) y el 7, 15 millones de hogares 90% del universo posible, (TV azteca 2004, noviembre).

El 1° de febrero de 1996 se anunció la creación del Sistema Nacional para la Producción de Televisión Cultural, apoyado por el FONCA, la red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales y el Canal 22, que se planteó como objetivo promover y enriquecer la producción de programas culturales en la televisión mexicana (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 44, p. 5).

La Asociación Nacional de Concesionarios de Televisión restringida se constituyó el 26 de junio de 1996, con el objetivo de realizar análisis de mercado y efectuar alianzas en la industria. Su presidente, Javier Aguirre

Vizzuet mencionó que esta asociación se conformó con miras a fomentar los servicios de televisión restringida en México (Fundación Manuel Buendía, 1996, *Revista Mexicana de Comunicación*, 27, p.6).

En abril de 1997 un representante de la SCT y el presidente de la Comisión Federal de Comunicación de EU firmaron un convenio para la introducción de la televisión digital en la zona fronteriza de ambos países, en este documento se establecen las bases para la coordinación bilateral, asignando para ello las frecuencias de los canales del 2 al 13 en banda VHF y del 14 al 69 en banda UHF. (Fundación Manuel Buendía, 1996, *Revista Mexicana de Comunicación*, 31, p.4).

Con la difusión de una conferencia de prensa y la sesión ordinaria de la Cámara de Diputados del 25 de marzo de 1998 inicia transmisiones el canal de televisión del Congreso, cuya señal se recibe por la televisión por cable en 320 ciudades del país, sin costo adicional, y en el Distrito Federal por el canal 5 de Cablevisión (Fundación Manuel Buendía, 1996, *Revista Mexicana de Comunicación*, 54, p.4).

En julio del mismo año Multivisión puso en marcha su estudio virtual, el más grande en América Latina, de esta forma se convierte en la primera empresa de televisión restringida en introducir este equipo en sus producciones, diseñado con tecnología digital (Fundación Manuel Buendía, 1996, *Revista Mexicana de Comunicación*, 55, p.5).

En diciembre 1998 TV Azteca y CNI firmaron un convenio de intercambio mediante el cual Canal 40 transmitía la señal de TV Azteca y a cambio la televisora del Ajusco ayudaba a comercializar los espacios publicitarios del canal. En enero de 1999 empezaron las transmisiones ([www.tvazteca.com](http://www.tvazteca.com)).

En 1999 la SCT otorga el segundo título de concesión a Cablevisión para instalar, operar y explotar una Red pública de telecomunicaciones, para servicios de televisión por cable y audio restringido, con una vigencia de 30



años y una cobertura de servicio que abarca a la ciudad de México y áreas circunvecinas del Estado de México (infosol, 2004, noviembre).

En febrero de 1999 Televisa se convierte en la primera televisora de América Latina en transmitir a través de Canal 48 de UHF, televisión digital de alta definición, para lo cual es necesario la señal de HDTV digital generada en Televisa Chapultepec y un receptor especial para DTV, además de un monitor de alta definición de 10 mil dólares, señal emitida diario 2 horas y el fin de semana 10 horas (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 59, p.4).

A finales del mismo año la empresa E-Commerce Inc. introdujo a México “Net for all”, sistema de televisión interactiva con servicio electrónico, acceso a Internet y programación sobre temas como: salud, entretenimiento, servicios financieros (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 62, p.3).

En el año 2000 se vuelve una realidad el acceso a Internet por televisión. A principios de este año Cablevisión y Telmex firmaron un convenio con la compañía estadounidense WorldGate Communications para ofrecer comercialmente servicio de Internet por televisión por cable (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 64, p.4). En ese mismo año Jerry Yang, cofundador de Yahoo y Javier Moreno Valle, presidente de CNT Canal 40, firmaron un acuerdo por medio del cual la programación del canal estaría disponible en el portal de Yahoo México en la dirección: [www.yahoo.mx/docs/cni40](http://www.yahoo.mx/docs/cni40) (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 64, p.4).

El 1° de agosto de 2000 TV Azteca demandó (por la vía penal, mercantil y civil) a CNI Canal 40, por incumplimiento del convenio firmado en diciembre de 1998 ([www.unam.mx](http://www.unam.mx)).

En el área de televisión interactiva Televisa lanzó, en septiembre del 2000, a través de Sky, el sistema Sky Interactivo, el cual ofrece cuatro tomas y sonidos

diferentes del mismo programa a escoger, por medio del control remoto (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 65, p.4).

### **2. 3.7 Televisión con alta definición, Internet y productos interactivos**

A raíz de las demandas instauradas por TV Azteca, en contra de CNI Canal 40, el 9 de noviembre de 2000 el presidente de este canal, Javier Moreno Valle, fue arraigado. El 23 de enero de 2001 Canal 40 contestó la demanda interpuesta por TV Azteca en la Corte Internacional de Comercio de París ([www.unam.mx](http://www.unam.mx)).

A principios del 2001, debido a ajustes económicos Televisa retiró del aire sus servicios de noticias ECO, primer servicio de información con formato de noticias en español y cobertura mundial las 24 horas. La frecuencia por la que transmitía no fue concesionada a otra empresa (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 65, p. 4-5).

En el 2001 TV Azteca lanza Azteca América, cadena de televisión abierta en español enfocada al mercado hispano de los Estados Unidos ([www.tvazteca.com](http://www.tvazteca.com)). La CFC ratificó en mayo de 2001 su negativa a la fusión entre Televisa y Acir. En diciembre del 2000 la CFC ya había negado a Televisa la adquisición del 50.01% de las acciones de Acir (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 53, p.4).

El Juzgado 5° de lo Civil condenó, el 13 de julio del 2001, mediante sentencia definitiva, a CNT y Televisora del Valle de México a pagar a TV Azteca, 35 millones de dólares aproximadamente, por daños y perjuicios ([www.unam.mx](http://www.unam.mx)).

En agosto del 2001 el Director General de Intélete, Rodolfo Sandoval, presentó el nuevo canal de televisión, IntéliTV, del cual 60% pertenece a la empresa-sociedad de Rodolfo Sandoval y 38% a Grupo Carso de Slim, que se dedica a proveer de información general y clasificada a empresas y portales de Internet, este canal estaría disponible a través de PCTV, Cablevisión y Sky, en México, América y Europa (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 72, p.4).

El 7 de diciembre del 2001 inició transmisiones el “Canal de las Artes” en el canal 23 de la red Edusat, el cual fue asignado al CNA (Centro Nacional de las Artes) para la difusión artística. Las transmisiones se realizan a través de Satmex 5, de lunes a viernes de 13:00 a 21:00 horas con una programación sobre temas como: Educación Artística, Formación y Actualización para maestros de educación básica, Difusión Artística, y Promoción y gestión cultural. El canal sólo puede sintonizarse en las teleaulas de la República Mexicana ubicadas en escuelas, bibliotecas y centros culturales.

El 20 de diciembre del 2001 Televisa compró 10% de Uní visión, para convertirse en dueña del 15% de la televisora estadounidense y segundo accionista de la misma. Por su parte, Televisa vendió a Univisión su subsidiaria: Fonovisa. Ese mismo mes Televisa, Univisión y Venevisión firmaron una alianza de programación, para beneficiarse de las producciones de distintas señales. Así Venevisión tendría mayor impacto en la comunidad hispana de EU y Univisión recibiría los derechos exclusivos de las producciones de Venevisión y Televisa.

El 5 de enero del 2002 TV Azteca adquirió el 25% de dos estaciones en EU: la KNTCTV, Canal 42; y KAZH-TV, Canal 57, en las ciudades de San Francisco y Houston, respectivamente, con lo que alcanzaría a 28% de la audiencia hispana en EU.

En abril del 2002 la SCT refrendó por 12 años más la concesión de Canal 22. Dentro de este documento se anunció que Canal 22 buscaría ampliar su cobertura a las principales ciudades del país mediante la instalación de repetidoras. (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 56, p.4-6).

La Corte Internacional de Arbitraje de la Cámara Internacional de Comercio, el 11 de julio de 2002, declaró válidos los contratos firmados entre TV Azteca y CNI Canal 40.

El 5 de noviembre de 2002 un Tribunal Federal falló en favor de TV Azteca, unos días después el 22 del mismo mes y año la Quinta Sala del Tribunal Superior de Justicia del DF estableció que nunca hubo una relación contractual entre las dos televisoras y determinó que CNI Canal 40 debía cubrir un adeudo de 15 mdd a TV Azteca. Al poco tiempo, el 20 de diciembre, la Corte Internacional de Arbitraje de la Cámara Internacional de Comercio dio a conocer su fallo; sin embargo, ambas empresas se declararon ganadoras. El 22 de diciembre la Corte Internacional de Arbitraje de la Cámara Internacional de Comercio declaró vigentes y válidos los contratos celebrados en 1998. Sin embargo, TV Azteca decidió dejar la ley a un lado y hacerse justicia por propia mano, es por ello que el 27 de diciembre la programación de CNT Canal 40 fue interrumpida luego de que TV Azteca tomó las instalaciones del Cerro del Chiquihuite. Como respuesta, el 28 de diciembre CNT Canal 40 denunció a Televisión Azteca por despojo, por lo que, al día siguiente, 29 de diciembre, la PGR inició la investigación de la denuncia ([www.unam.mx](http://www.unam.mx)).

A finales del 2002 el Canal del Congreso cambió de Director, tras las denuncias en contra de Virgilio Caballero (Director en ese momento) por supuesta inequidad en la distribución de los tiempos otorgados a cada partido político. Días después, la presidenta de la Cámara de Diputados, Beatriz Paredes, propuso la inmediata destitución del funcionario. El 20 de febrero, Virgilio Caballero presentó su renuncia, la cual fue aceptada. Mientras tanto el coordinador del canal, Guillermo Montemayor, se desempeñó como director interino (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 62).

El 6 de enero de 2003 el Gobierno Federal sentó a televisoras a dialogar en la Secretaría de Gobernación y se fijaron 3 días de negociaciones, tras lo cual las instalaciones de Canal 40 fueron aseguradas por la SCT. El día 10 del mismo mes y año las televisoras rompieron negociaciones y a TV Azteca el juez le negó el amparo. El 26 de enero la SCT pretendió entregar al juez las instalaciones, pero éste se rehúso a recibirlas y en cambio estableció una fianza de \$50 millones, que debería pagar CNI para conservar las instalaciones.

Como respuesta al ilegal acto de TV Azteca, el 10 de febrero del 2003 la SCT multó a TV Azteca con 5 mil días de salario mínimo por la toma y transmisión indebida de la señal de Canal 40, pero TV Azteca no quitó el dedo del renglón y 2 meses después arremetió, el 7 de abril TV Azteca notificó a Moreno Valle sus intenciones de comprar el Canal 40, según el convenio establecido en 1998, pero CNT reiteró su negativa a vender ([www.unam.mx](http://www.unam.mx)).

El director general de Canal Once, Julio Di Bella, y el presidente del Consejo de Administración de la Editorial México Desconocido, Miguel Sánchez Navarro, anunciaron en el verano del 2003 el lanzamiento de la serie semanal, La Aventura de México Desconocido, una coproducción con miras a impulsar el turismo nacional y extranjero. La transmisión de dicho programa, sería en México y América Latina a través de televisión abierta, sistemas de cable y televisión directa al hogar (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 64).

El 30 de junio del 2003 Bill Gates compró 7% de Televisa, por 235 millones de dólares. La operación se realizó a través del mercado de valores de EU, del fondo de inversiones Cascade Investment y de la Fundación Bill & Melinda Gates. Mientras tanto, en agosto el director de Canal Once, Julio Di Bella, anunció el comienzo de la operación de un sistema satelital, que permitiría tener una cobertura desde Canadá hasta Punta del Este, en Uruguay (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 64).

También en el 2003, el 30 de octubre se hizo efectiva la derogación del IEPS, impuesto que por casi dos años se aplicó a la industria de televisión de paga. El 28 de enero de 2004 Canal 22 y Fundación Televisa firmaron un convenio de colaboración, con duración de tres años, que permite a Canal 22 transmitir algunas producciones culturales de Televisa y parte de su acervo filmográfico. El material suma más de dos mil horas de programación al año. Canal 22 abrió dentro de su programación el concepto de Clásicos de la televisión cultural y anunció que transmitiría ciclos de cinc con lo mejor de la filmografía mexicana y mundial (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 67).

Canal 22 inauguró, el 5 de mayo del 2004, su señal en nueve entidades de Estados Unidos que cuentan con una fuerte presencia de población hispana: California, Texas, Illinois, Arizona, Colorado, Florida, Nuevo México, Nevada y Nueva York. De esta manera el canal busca atender a una audiencia potencial de casi 30 millones de hispanoparlantes en ese país, de los cuales 25.5 millones son de origen mexicano, mediante los sistemas de televisión de paga DirecTV y Satmex Máximo.

La UAM unidad Xochimilco puso en marcha, el 12 de mayo del 2004, su propio canal de televisión, TV UAM, con transmisiones internas destinadas a la difusión de la cultura y la educación. Las autoridades prevén que la programación pueda transmitirse vía Internet a las unidades Iztapalapa y Azcapotzalco y al público en general (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 69).

El pasado 4 de enero, la SEC demandó por fraude civil a TV Azteca y a su presidente, Ricardo Salinas Pliego, la denuncia también involucra al director de la televisora, Pedro Padilla Longoria y al presidente de TV Azteca América, Luis Echarte Fernández. La acusación se fundamenta en la Ley Sarbanes-Oxley que protege a los inversionistas minoritarios de las empresas que cotizan en EU. Esta demanda está relacionada con la operación financiera a través de la cual Salinas Pliego y su socio Moisés Saba obtuvieron, aparentemente, una ganancia fraudulenta de 109 millones de dólares a costa de accionistas minoritarios, por la emisión de reportes falsos para ocultar la negociación de la deuda de Unefon y con ello su rescate. La SEC asegura que los tres acusados ocultaron el papel de Salinas Pliego en esas transacciones bursátiles, concretadas en junio de 2003.

Por si eso fuera poco el vicepresidente de la CNBV informó que existe la presunción por parte de la autoridad mexicana de posibles violaciones de TV Azteca a la Ley de Mercados y Valores. En caso de encontrar culpables a los demandados se multará a los ejecutivos de TV Azteca, se solicitará la devolución de las ganancias obtenidas por Salinas Pliego y se prohibirá que

tanto éste como Padilla ocupen cargos en compañías que coticen en EU. Esto sería una especie de advertencia para que el sector empresarial de México ponga más atención a los derechos de los accionistas minoritarios (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 72).

Con motivo de la investigación realizada por el Comité de Consejeros Independientes de TV Azteca para aclarar la participación de los ejecutivos de la empresa en las operaciones de Unefon-Nortel-Codisco, el Consejo de Administración de TV Azteca removió a Pedro Padilla de su cargo como director general y en su lugar colocó a Mario San Román, antes director de operaciones de TV Azteca. Además se le impedirá a Salinas Pliego actuar en nombre de TV Azteca en cualquier transacción material o de partes relacionada sin la autorización previa del Consejo de Directores, según un documento difundido por TV Azteca.

En el 2005 Canal 22 y el Ministerio de Cultura de Colombia (MCC) firmaron un convenio para la coproducción de programas de interés cultural y educativo, la asesoría técnica mutua, el intercambio de materiales audiovisuales, así como la promoción y difusión de sus contenidos culturales. Dicho convenio tendrá validez por dos años y permitirá que los programas producidos por Canal 22 sean difundidos a través de Señal Colombia y en los canales regionales colombianos. Mientras tanto Canal 22 transmitirá las emisiones culturales producidas por la televisión pública colombiana (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 71).

El 19 de mayo de 2005, después de meses de no cobrar sueldo, los trabajadores de CNT se fueron a huelga, la cual concluyó el 5 de diciembre de 2005, ([www.todito.com](http://www.todito.com)), mediante acuerdo de los trabajadores de la televisora, por conducto de su administrador único, Hernán Cabalceta. Este acuerdo fue posible gracias a que Televisión Azteca aportó 50.3 millones de pesos, entregados a los representantes de los trabajadores sindicalizados, esta cantidad cubre los sueldos que no habían sido liquidados a los empleados, más las percepciones no devengadas durante la huelga ([www.eluniversal.com.mx](http://www.eluniversal.com.mx)).

Cablevisión anunció el lanzamiento de su servicio CableAdvance DVR/HD, un decodificador de disco duro que permite grabar hasta dos canales de manera simultánea, y reproducir uno más que haya sido grabado previamente, así como almacenar hasta 90 horas de programación, con ello Cablevisión se convierte en la primera empresa en lanzar este servicio en América Latina. Como parte del proyecto de expansión de esta empresa a mediados del 2005 Cablevisión pretende lanzar sus servicios de telefonía local fija para así proveer servicios de: televisión (con alta definición), voz, Internet, video bajo demanda y productos interactivos, como juegos (Fundación Manuel Buendía, 1996, Revista Mexicana de Comunicación, 74).

## **2.4 EL CASO DE IMEVISIÓN**

Durante el gobierno de Adolfo Ruiz Cortines se otorgó la primera emisora con modalidad de televisión pública. El Instituto Politécnico Nacional fue quien obtuvo la frecuencia del Canal 11, catalogado como el primer canal cultural de América Latina. Funcionaba con una cobertura local en el Distrito Federal, y en 1969 enviaba ya su señal al área metropolitana.

A finales de la década de los sesenta, el 12 de octubre de 1968, comenzó a transmitir regularmente XHDF, Canal 13, estación de carácter privado en un principio, cuya concesión fue otorgada en 1967 a la Corporación Mexicana de Radio y Televisión, SA, de CV., del empresario Francisco Aguirre Jiménez, padre de Francisco Aguirre Gómez, el actual dueño de la Organización Radio Centro. En 1971, cuando el canal comenzó a generar mayores utilidades, el empresario Alejo Peralta adquirió el 49 por ciento de las acciones.

Para la década de los setenta, ante la imagen debilitada del país, por los acontecimientos de 1968, el gobierno de Luis Echeverría trató de obtener la simpatía de los sectores disidentes, por lo que creó una política de “apertura democrática, la cual fomentaba la crítica y la autocrítica en los medios de comunicación masiva, en los sectores académicos e incluso en los círculos oficiales. México entró a una etapa de cierta tolerancia nunca antes vista en los gobiernos anteriores, es decir, desde el avilacamachismo (Ojeda, 1986, p.53).



En este contexto, el gobierno de Luis Echeverría manifestó por primera vez su interés en participar de manera más activa en los medios de comunicación, como emisor y en 1972, después de que Peralta vendiera su 49 por ciento de acciones al gobierno federal, la administración de Echeverría presionó a Aguirre Jiménez para que le vendiera el 41 por ciento restante, pues el otro diez por ciento ya se lo había vendido con anterioridad con el objeto de que en él participaran otros empresarios. De manera que esta acción colocó inmediatamente en desventaja a Francisco Aguirre.

Fue entonces como el 15 de marzo del mismo año el gobierno adquirió el Canal 13 a través de la Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (SOMEX) y partir de ese momento el Estado comenzó a estructurar un proyecto para el empleo de la televisión estatal, el cual nunca se definió dado que la televisora hasta el momento de su privatización en la década de los noventa careció de un proyecto cultural, educativo y político.

De esta manera, al contar el Estado con un canal televisivo le permitiría al gobierno legitimar su poder que se encontraba opacado por las circunstancias políticas y sociales del país.

Canal 13, entonces, representaba a la televisión pública, pero no en el sentido estricto de una televisión autónoma y sin fines lucrativos, como aquella que había sido estudiada y analizada por Salvador Novo en Inglaterra, sino como una empresa más que pertenecía al sector público mexicano.

Sin embargo, es significativo que la televisión pública apareciera veinte años después de la televisión comercial, ya que, evidentemente, el modo en que operaba la televisión pública, concebida por la BBC de Londres, no le habría convenido a los industriales de la empresa televisiva en los tiempos de industrialización del gobierno de Miguel Alemán.

Las oportunidades de obtener grandes ganancias se les habrían cerrado a los industriales, pues el financiamiento de la televisión pública en México fue a

través del subsidio del Estado, lo que representaba una escasez de recursos económicos para la producción de programas.

El modelo de la televisión pública fue adoptado por los países europeos desde los años cuarenta. Inglaterra es el país más representativo en el desarrollo de este modelo, a través de la British Broadcasting Corporation (BBC), organismo de servicio público que opera autónomamente sin la intervención directa del gobierno inglés. Gracias a televisoras como ésta se ha permitido la difusión de programas culturales fomentando en la población europea la cultura y la educación.

Sin embargo, en México la televisión pública “... aparece de manera tardía [...] su lenta incorporación al panorama cultural de la nación provoca que ésta emerja y madure con una personalidad social poco definida, con menos experiencia audiovisual, reducido apoyo económico, bajo nivel de credibilidad en el auditorio, proyecto cultural confuso, mayores presiones burocráticas, menor cobertura geográfica, grandes contradicciones en sus líneas de dirección, etcétera.

Canal 13 inició con una programación basada en viejas series, acompañadas de estridente música moderna mientras que lentamente comenzó a formar sus cuadros técnicos y artísticos para la realización de programas en vivo (Pérez, 1977, p. 34-36).

La programación del Canal 13 se colocó rápidamente en desventaja con la de TELESISTEMA MEXICANO, no sólo por el tipo de programas que presentaba, sino por la escasa cobertura que tenía en comparación de la televisión comercial.

Durante el gobierno de José López Portillo la televisión estatal pasó por una etapa de inestabilidad interna debido a los constantes cambios de dirección del canal, los funcionarios que llegaban a dicho puesto en su mayoría eran personas que no tenían relación con el manejo y administración de la televisora.

Lo anterior provocó un impacto negativo en el público, lo que ocasionó una reducción de audiencia del Canal 13, que aunado a su línea de canal cultural, no llamaba la atención de los telespectadores acostumbrados a la programación de entretenimiento y diversión de la televisión privada. Aún con la contratación de productores, actores y comentaristas deportivos que habían tenido éxito en TELEVISIA, no hubo una temática definida para esos talentos dentro de la programación, sino un afán de competir para obtener el mismo triunfo de TELEVISIA. De hecho ese fue uno de sus principales errores, ya que la televisora del Estado no contaba con los recursos suficientes para competir con la televisión privada.

Por otra parte, se considera que durante el régimen de López Portillo Canal 13 vivió la peor etapa de su historia, debido a las erráticas políticas que se aplicaron tanto en la programación y contenidos, como en el propio financiamiento del canal.

Por un lado, los contenidos estaban compuestos por una combinación de programas de entretenimiento y diversión, así como de cultura y de educación, lo que provocó serias contradicciones en su proyecto televisivo. Por el otro, al decidirse que la televisora creciera en sus instalaciones, a mediados de la década de los setenta, se construyó un edificio en las faldas del cerro del Ajusco que implicó el aumento de personal y de producción.

Así, la televisora cargó con una deuda de 200 millones de pesos, la cual fue asumida por el gobierno. Sin embargo, en la administración de José López Portillo, con su hermana, Margarita, al frente de la dirección de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), los desfalcos y la corrupción fueron millonarios, por lo que el Estado dejó de subsidiar al canal, para que éste comenzara una etapa de autosuficiencia mediante la comercialización de sus espacios televisivos.

Para la década de los ochenta el gobierno de Miguel de la Madrid aplicó una Política de organización de los medios de comunicación del Estado y creó el Sistema de Comunicación Social del Gobierno Federal, integrado por los

Institutos Mexicanos de Radio (IMER), de la Televisión (IMEVISIÓN) y del Cine (IMCINE), dirigidos, respectivamente, por Teodoro Rentería, Pablo Marentes y Alberto Isaac (Olmos, 1998, p.115).

Por su parte, IMEVISIÓN fue integrado por dos canales de red nacional, el 13 y el 7 con 44 y 99 repetidoras, respectivamente, así como tres canales locales, el 22 de Ultra Alta Frecuencia (UHF, por sus siglas en inglés) en el Distrito Federal, el 8 en Monterrey y el 2 en Chihuahua, con un repetidor en Ciudad Juárez. Así, el Instituto comenzó a operar formalmente en 1985.

Con la creación de IMEVISIÓN se lanzó oficialmente el Canal 7 por lo que el Canal 8 de TELEVISA tuvo que ser desplazado a la frecuencia del 9. El surgimiento de esta red se debió a la reestructuración de la televisión del Estado con el objetivo de eficientar el sistema operativo financiero y comercial del consorcio estatal, de ahí que se le haya destinado una programación con una línea popular, en la que se resaltarían los valores nacionales y las manifestaciones culturales y deportivas, mientras que el Canal 13 continuaría con una línea cultural.

Desde este momento, la televisora estatal aumentó sus inversiones en la contratación de series filmadas y películas extranjeras, así como transmisiones de fútbol americano, básquetbol, tenis y otros eventos deportivos, como el Mundial de 1986, con lo cual IMEVISIÓN comenzaba a competir con TELEVISA para transmitir los mismos programas deportivos.

Sin embargo, la historia de IMEVISIÓN comenzó a ver su final luego de la implantación de las políticas de modernización y de adelgazamiento del Estado, del presidente Carlos Salinas de Gortari, cuando anunció la desincorporación de los canales 7 y 22 para su explotación comercial, en diciembre de 1990. A partir de este momento y hasta julio de 1993, la mayor representante de la televisión pública entró en una etapa de transición que finalmente culminó con la venta de la red nacional IMEVISIÓN, que se convirtió en TELEVISIÓN AZTECA incorporada al paquete de medios que vendió el Estado el 18 julio de 1993.

## **2.5 TELEVISIÓN AZTECA: EL NUEVO CONSORCIO TELEVISIVO**

En agosto de 1993 el Grupo Radiotelevisora del Centro recibió de parte del gobierno el paquete de medios del Estado que incluían a las redes nacionales 13 y 7. La primera tarea de Ricardo Salinas Pliego, el inversionista mayoritario de TELEVISIÓN AZTECA, fue reestructurar la compañía, debido a que recibió a la televisora con cero pesos en caja, 18 anunciantes (equivalente al 3 por ciento del mercado publicitario) y mil 500 empleados; de manera que la emisora se encontraba en una seria desventaja con TELEVISIA.

El dueño de la nueva empresa de comunicación inició rápidamente un proceso de reingeniería industrial, la primera medida que tomó fue reducir a la mitad la planta de trabajadores, aumentarles el sueldo a los que permanecieron en la empresa y adquirir el equipo necesario para la producción de programas televisivos. Posteriormente, el proyecto de crecimiento para TELEVISIÓN AZTECA se fundamentó en la regionalización de las frecuencias 13 y 7 y en la reestructuración de la programación televisiva.

En 1993 el Canal 7 tenía un alcance de 53 por ciento y el Canal 13 del 77 por ciento, en el territorio nacional. Para ampliar la cobertura, la televisora adquirió equipos de transmisión valuados en 100 millones de dólares. Actualmente, TELEVISIÓN AZTECA cuenta con 250 estaciones locales con 15 subsidiarias que comercializan la programación de la emisora y una cobertura de 95 por ciento en el Canal 7 y 97 por ciento en el Canal 13.

La reestructuración de la programación fue otro de los factores predominantes para el desarrollo de la empresa. La introducción de nuevos noticiarios con contenidos cargados de información policíaca, programas de nota roja y la producción de telenovelas altamente exitosas y rentables constituyeron la punta de lanza para que TELEVISIÓN AZTECA consiguiera una mayor penetración en los hogares obteniendo un nutrido número de anunciantes. Desde 1997 la emisora incrementó sus contratos de espacios televisivos a 250 publicistas, lo que significa que ha conquistado el 35 por ciento del mercado publicitario.

Desde 1994 TELEVISIÓN AZTECA se asoció con otras televisoras para comercializar su programación y adquirir los derechos de exhibición de programas de cadenas como Telemundo y la National Broadcasting Company (NBC). Telemundo representa el segundo lugar de las televisoras hispanoparlantes en Estados Unidos y compite directamente con Univisión, y la NBC ocupa el tercer lugar en importancia de las grandes cadenas estadounidenses, precedida por la FOX y la CNN, ya que cuenta con 200 frecuencias afiliadas con un alcance del 99 por ciento en la Unión Americana. Produce y exporta series y películas a Europa y América Latina.

A pesar de que la asociación con la NBC representaba para TELEVISIÓN AZTECA desarrollarse como una gran competencia en el ámbito televisivo a nivel nacional e internacional, mediante la asesoría técnica de la televisora extranjera, así como la comercialización de sus series y la exclusividad de derechos de transmisión de las mismas, TELEVISIÓN AZTECA dio por terminada su alianza con la empresa estadounidense en abril de 1997 al no haber recibido el asesoramiento ni la programación convenidas, además de que la NBC exigía el 10 por ciento de las acciones de TELEVISIÓN AZTECA en cuanto ésta ingresara en la cotización de la Bolsa de Valores.

Es así como hasta la fecha ambas compañías se enfrentan legalmente con la supervisión de la Cámara de Comercio Internacional, con sede en París, bajo los procedimientos de arbitraje y leyes mexicanas. En esta confrontación están de por medio entre 120 y 160 millones de dólares, que la empresa mexicana tendría que desembolsar a la cadena NBC, de ganar esta última el litigio, además de que la televisora podría adquirir de manera opcional hasta el 20 por ciento de las acciones de TELEVISIÓN AZTECA (Salinas,2003, p.21).

Desde sus inicios TELEVISIÓN AZTECA se incorporó a la competencia de la televisión comercial y lo hizo imitando la programación de TELEVISIÓN, así como también exploró otros mercados para integrar una serie de industrias referentes al ámbito de la comunicación masiva, encabezadas por Ricardo Salinas Pliego.

Para 1996 TELEVISIÓN AZTECA alcanzó altos niveles de audiencia y al año siguiente creó un nuevo Plan de Contratación de anunciantes que se basó en ofrecer créditos accesibles para la venta de espacios publicitarios, sin exigir el pago total anual que obliga el Plan Francés (*el Plan Francés es un “paquete que consiste en el pago anticipado de un año de publicidad a cambio de que la televisora otorgue cuatro anuncios por uno y permita elegir al anunciante los horarios y la distribución de los spots”*) a los publicistas. Así, TELEVISIÓN AZTECA obtuvo, con su nuevo plan, ventas de casi 3 mil 200 millones de dólares, además de que incluyó en sus espacios televisivos anunciantes locales e independientes en el interior de la República.

Debido a la saturación de sus dos canales, 13 y 7, con programas que han alcanzado elevados niveles de rating (el término rating se refiere a una técnica que permite la cuantificación del número de personas que en un momento determinado se exponen a un medio de comunicación. Un punto de rating equivale al 1 por ciento de La población total nacional que tiene televisión, o sea aproximadamente 750 mil personas por punto de rating) la televisora comenzó un proceso de internacionalización a través de la compra del 75 por ciento de las acciones de los canales 12 de El Salvador y 4 de Chile, abarcando una cobertura en ambos países de 85 por ciento y 82 por ciento, respectivamente (Salinas, 2003, 30-34).

La estrategia de la Dirección de Operaciones Internacionales de TELEVISIÓN AZTECA es abarcar un mercado de 29 millones de hispanoparlantes y convertirse en la cadena de televisión hispana más grande, por ahora ese lugar lo tiene la empresa TELEVISA, Asimismo, planea aliarse con alguna televisora norteamericana para penetrar en el mercado latino de Estados Unidos.

Las otras entidades del paquete de medios que obtuvo Salinas Pliego fueron los Estudios América y la Compañía Operadora de Teatros (COTSA), la primera se convirtió en 1996 en Azteca Digital, empresa que se dedica a la producción de programas y telenovelas; cuenta con equipo y tecnología de punta, y, la segunda, COTSA, con 107 salas propias y otras tantas rentadas, poco a poco se están convirtiendo en grandes almacenes comerciales.

Como parte integral al paquete de medios que recibió Radiotelevisora del Centro, los otros negocios de Salinas Pliego se han ido transformando y consolidando en los mercados nacionales e internacionales, algunas de sus compañías compiten directamente con las de TELEVISIA, como son los clubes deportivos de fútbol que adquirió TELEVISIÓN AZTECA, Morelia y Veracruz, los derechos de transmisión de partidos de siete equipos, así como la disquera, Azteca Music, esta última pretende lanzar nuevos talentos musicales y tiene como artistas exclusivos a cantantes que pertenecieron anteriormente a TELEVISIA.

Por otro lado, la cadena de tiendas Elektra, propiedad de Ricardo Salinas Pliego, conocida por vender a crédito aparatos electrodomésticos para las clases populares, es la empresa que obtiene mayores ingresos, después de la televisora, es decir, alrededor de 2 mil millones de dólares anuales (Salinas, 2003 p.8-9). Desde 1993 Elektra cotiza en la Bolsa de Valores de Nueva York; en ese mismo año existían solamente 80 sucursales en todo el país, para el primer semestre de 1998 Salinas Pliego contaba ya con 595 tiendas, de las cuales 50 son megatiendas y 70 están distribuidas en Chile, Costa Rica y República Dominicana.

Por otro lado, Elektra tiene asegurada su publicidad por 10 años en los espacios de TELEVISIÓN AZTECA, en la cual tiene una participación accionaria del 15.5 por ciento, es decir una inversión de 107 millones de dólares.

A las tiendas Elektra se suman Hecali, comercializadora de ropa que vende en abonos, Biper, servicio de mensajes personalizados, paging (con 100 mil suscriptores el cual compite directamente con Skytel de TELEVISIA) y Radiocell, un servicio de radiolocalización.

Asimismo las tiendas Hecali y Elektra ofrecen servicios de transferencia electrónica de dinero, a través de Dinero Express, negocio asociado a la compañía estadounidense Western Unions; servicios de revelado de



fotografías; de venta de boletos de la aerolínea Transportes Aéreos Ejecutivos, S.A. (TAESA) y de servicios bancarios.

Con el plan de diversificar sus negocios, Salinas Pliego obtuvo en mayo de 1998 una concesión de telefonía fija a través del sistema de microondas (MMDS, por sus siglas en inglés) y estará coordinada por la división Servicios Profesionales de Comunicación (SPC).

Las filiales del emporio de Salinas Pliego, desde la televisión hasta los servicios de telefonía fija, son empresas destinadas a captar un público masivo de bajo poder adquisitivo, pero que le han generado a su dueño una gran fortuna de millones de dólares, que según la revista Forbes lo ha colocado como uno de los hombres más rico de México, precedido por Carlos Slim, del Grupo Carso; Alfonso Romo, del Grupo Pulsar; y Roberto González, de Maseca (Salinas, 2003, p.10).

Por otro lado, TELEVISIÓN AZTECA cuenta con una asociación civil llamada Fundación Azteca, presidida por Ninfa Sada Garza, esposa de Ricardo Salinas Pliego. Dicha fundación se mantiene con el 2 por ciento de las utilidades de TELEVISIÓN AZTECA y Elektra, cuya función es ayudar económicamente a las clases desprotegidas, otorgar tasas de bajo interés a microempresarios, así como impulsar la instrucción educativa a niños de nivel secundaria.

Así el rápido desarrollo de TV AZTECA se debe en gran medida a cuatro ejes fundamentales: la expansión de su cobertura, la diversificación de sus negocios, la transmisión de algunos programas exitosos y altamente rentables, como telenovelas noticiarios sensacionalistas, así como series y películas extranjeras, deportes, (de ahí que el presidente del Consejo Administrativo, Ricardo Salinas, se planteó desde mediados de 1996, adjudicarse el 50 por ciento de los telespectadores, gracias al ascenso de los niveles de audiencia que tuvo la televisora a través de sus canales 13 y 7) y la contratación de artistas y talentos que en años anteriores tuvieron éxito en TELEVISIÓN AZTECA, que al no ser contratados nuevamente por la misma, buscaron integrarse a las filas de TELEVISIÓN AZTECA.

## 2.6 ANTECEDENTES DE LOS PROGRAMAS UNITARIOS EN MÉXICO

Los Primeros programas que se transmitieron en la Televisión Mexicana fueron las transmisiones desde la Lotería Nacional y lo que antes se le conocía como Televisión que transmitió un partido de béisbol y una función de Lucha Libre (Marzo 21 de 1951).

Con la llegada del Video tape se lanzó al aire el primer programa de corte unitario "Puerta de Suspense" el 3 de abril de 1959. El 8 de febrero de 1963 se transmitió "Paraíso Infantil" cada sábado y a color, le siguieron las primeras telenovelas en Blanco y Negro. Recordemos que las televisoras estaban aún muy fragmentadas y no existía un duopolio como en la actualidad (Por ejemplo "Gutierritos" en 1958 con Rafael Banquells, "La Ambiciosa" con Kitty de Hoyos en 1960).

Años pasaron de Letargo para seguir desarrollando este estilo de hacer Televisión (Los programas Unitarios)... Tiempo que se aprovecho para innovar las transmisiones y la Ingeniería en las comunicaciones. Los programas de variedades (Por ejemplo: "La Hora Nescafé" con el "Chino" Herrera) A finales de los sesenta y principios de los setenta con la unión y creación de Televisa el Boom de la televisión repercute fuertemente en los hogares mexicanos y el desarrollo de programas televisivos tiene un fuerte auge con la eterna búsqueda de los programas que generen mayor Interés.

Nacen los Teleteatros así como los programas de corte periodístico e histórico como "Cosa Juzgada". Aparece "El Chavo del Ocho" en 1971 un Icono en la Televisión Mexicana y seguramente el programa unitario del género de la comedia con mayor Importancia en la Historia, se desarrollan programas como "En familia con Chabelo" "Siempre en Domingo" La Famosa Barra de Telenovelas y de Comedia ("La Cosquilla", "No Empujen" "Candido Pérez") Curiosamente y Contrario al Género de las telenovelas donde la Protagonista es Una Mujer (Con contadas excepciones como "Gutierritos" "Juan del Diablo" "El Premio Mayor" y ahora "Juan Querendón")

En la barra de comedia no existía un programa Unitario de Género hasta la salida al aire hace 16 años del Programa “Mujer, Casos la Vida Real” y posteriormente, nueve años después “Lo Que Callamos las Mujeres”.

### **2.6.1 RESEÑA MÍNIMA DE: “MUJER, CASOS DE LA VIDA REAL”**

Es necesario hacer una mínima reseña del programa “Mujer Casos de la Vida Real” ya que este es el primer programa unitario de genero en México. Hace 16 años que el Productor Argentino, Jorge Lozano Soriano, le Presentó el Proyecto del programa a la señora Silvia Pinal e inmediatamente comenzaron a producir los casos que Jorge había escrito en Argentina.

El programa se empezó a grabar desde 1985. Se le cambió el nombre original que era 24 horas en la vida de... por razones obvias (ya que existía en México el noticiario 24 horas), así que se pensó que como estaba basado en la vida de la mujer y que además eran hechos reales, lo más conveniente era que se llamara Mujer, casos de la vida real.

Los Problemas que se escenificaron y que aún continúan siendo el punto medular de la producción son aquellos que conciernen, rodean, aquejan o giran al rededor da la mujer.

Desde las primeros 8 ó 7 meses que los casos pasaron al aire, la respuesta del público no se hizo esperar; la gente comenzó a escribir y encontró que el programa era un foro de expresión a sus Inquietudes y problemas, así como una ayuda o respuesta a su caso. De este modo fue como ya no se tuvo que recurrir o los casos argentinos, sino que se empezaron a producir hechos y casos reales del país.

“Mujer, Casos de la Vida Real” no sólo se ha convertido en una de las series más longevas de la televisión mexicana, con más de 16 años de emisión y más de 600 casos expuestos sino que también es un foro para exponer la situación de las mujeres que se han atrevido a dar a conocer su caso. Ahora podrás ver el programa que produce Silvia Pina.

### **¿Cómo se eligen los casos?**

Cientos de cartas llegan semanalmente a la oficina de producción de Silvia Pinal, donde son revisadas por su equipo. Una vez seleccionados los casos de interés general, son expuestos a la productora, quien junto a sus escritores y directores elige el que se graba.

La actriz y realizadora busca casos que expongan de manera general un problema que sirva como ejemplo o motivación a otras mujeres que vean el programa. Así, mujeres con problemas familiares, o que son golpeadas o abandonadas se han visto reflejadas en la pantalla y han encontrado un apoyo para salir adelante de su crisis personal.

“Mujer, Casos de la Vida Real” ha sido responsable también de la reunión de hijos e hijas con sus madres, o de familiares que no se habían visto en muchos años, así como de lograr que muchas mujeres mejoren sus condiciones de vida ([www.univision.com](http://www.univision.com)).

### **2.6.2 BREVE HISTORIA DE LOS QUE CALLAMOS LAS MUJERES**

Transcurría el inicio del nuevo siglo y Televisión Azteca estaba aún en pañales ya que su transmisión como canal de televisión privado tenía apenas siete años de vida pública. La Directora General de Azteca Digital en ese entonces la Sra. Elisa Salinas crea junto con un grupo de escritores entre ellos Genoveva Martínez un programa piloto llamado “Lo Que Callamos Las Mujeres” que se transmitiría únicamente los domingos el 3 de Septiembre del 2000, programa con una estructura de guión diferente al de la competencia “Mujer Casos De La Vida Real”. La diferencia dramática fundamental radica que en este unitario se orienta e informa sobre los Centros e Instituciones que se dedican a ayudar a resolver estas problemáticas.

Después de un Año en el 2001 el éxito del programa es notorio por consiguiente se decide transmitirlo diario. En esta vorágine de programación nueva la manera de producir cambia y los productores son muchos y variados... Nombres como Juan David Burns, Pepe Ambriz, Antulio Jiménez Pons, Gerardo Zurita, Luis Velez y Rossana Arau lo Realizan A lo largo de dos

años en el que el éxito se mantiene. En el Año 2003 las riendas de producción del programa son encomendadas a la Lic. Genoveva Martínez y a la Sra. Eva Hernández, quienes lo producen hasta la fecha y no solo producen "Lo Que Callamos las Mujeres" Sino otros como "La Vida Es Una Canción" "Ni Una Vez Más" "Tan Infinito Como El Desierto" Y "Se Busca Un Hombre"

Cabe mencionar que a la fecha se han producido y transmitido más de 1300 episodios de una hora del unitario "Lo Que Callamos Las Mujeres". El unitario "Lo que Callamos las Mujeres" ha obtenido premios tales como el Premio INTE como mejor serie en el Año 2002.

"Lo Que Callamos Las Mujeres", inició el 3 de septiembre de 2000. Es uno de los programas más exitosos. Esta teleserie maneja historias reales sobre la vida de la mujer actual y sobre su entorno social. Abarca la problemáticas la mujer del nuevo milenio, ayudando a encontrar una orientación positiva.

Mujeres de todas las edades y clases sociales; madres, hijas, esposas y amigas. Mujeres que cuidan de su hogar, que trabajan; que ríen y sufren; que sienten intensamente todas las gamas de emociones. Mujeres que comparten el secreto de su esencia y que callan amargura y dolor.

En una hora se cuenta la historia de una mujer, quien nos abre su corazón y comparte su más profundo sentir. Vemos historias inspiradas en hechos reales que nos llevan a través de todo un mundo de emociones, donde identificamos situaciones que vez alguna vez hemos visto o vivido, y donde aprendemos a comprenderlas y a valorarlas.

En cada programa se orienta e informa sobre los centros e instituciones que se dedican a ayudar a resolver estas problemáticas, los que reciben miles de llamadas de mujeres que han visto el programa. "Lo Que Callamos Las Mujeres" constituye hoy en día un espacio importante de apoyo.

El elenco es variado y de excelencia: todo el talento artístico de TV Azteca se encarga de llevar a la pantalla estas útiles y conmovedoras historias (Salinas, 203, p.272).

“Lo Que Callamos Las Mujeres me apasiona, hace dos años y medio Elisa Salinas tuvo la idea de llevar a la pantalla historia reales de mujeres reales. Se hicieron muchos ejercicios para ver si lo hacíamos como una especie de docu-drama, combinando las entrevistas con mujeres que tenían algún tipo de problemática muy femenina y muy difícil de solucionar. Se hicieron muchas pruebas, muchas de ellas al estar frente a la cámara ya no querían dar su testimonio o pedían que no saliera su rostro. A veces no resultaba suficientemente atractivo el testimonio y la dramatización tenía mucho más peso. Finalmente Elisa se inclinó por hacerlos totalmente dramatizados, pero parten de casos reales y de problemas reales como la violencia familiar, de mujeres golpeadas por el marido. Ese fue el primer tema que tocamos y desde el día uno nos indicó que estábamos en el camino correcto no sólo por el rating sino porque era un tema que tenía que ser tratado y ventilado.

“El título del programa dice mucho: “Lo Que Callamos Las Mujeres” expone temas que se han callado por dolor, vergüenza y miedo. Y de pronto les decimos que el primer paso para solucionar un problema así es reconocerlo y verbalizarlo, decírselo a su mejor amiga. Probablemente también buscar ayuda en una terapia, un grupo de apoyo, un consultorio psiquiátrico si fuera necesario, o a un abogado y comunicar el problema, ese es el primer paso, empezar a buscar y encontrar una solución, esa es la esencia del programa. Su importancia se ha demostrado porque tiene como resultado cientos, o al menos decenas de llamadas, a las instituciones que nos apoyan.

“Para cada uno de los problemas que tratamos, buscamos tener una institución que de manera gratuita apoye a mujeres que estén en ese conflicto. Hay casos muy dramáticos, un ejemplo: después del primer programa de mujeres golpeadas, llamaron muchas féminas y una de ellas desde el hospital donde estaba a causa de las lesiones que le había provocado el marido.

“Creo que el valor que tuvo que tener para tomar el teléfono, hablar a la fundación y decir estoy aquí, por favor ayúdenme y vengan por mi porque mi marido me va a matar, es un ejemplo de cómo el programa toca vidas, problemas reales y brinda soluciones.

“La gente siempre pide ver cosas que le aporten, que le den información nueva, es una función del medio. Este programa da mucho sobre problemas específicos y no sólo eso, sino la posibilidad de solucionarlos.

“Es muy redondo, de ahí su éxito, porque para quien busca información y soluciones ahí está, y si no, por lo menos ve una historia bien contada que es entretenida” (Esta información se tomó de una entrevista que se le hizo a la Licenciada: Genoveva Martínez publicada en el libro de “Un sueño que hace historia”, Salinas, 2005, p.273).

A continuación se presenta una serie de datos nacionales sobre cuantas mujeres viven en el distrito federal para tener una idea aproximada de ello, esta información fue tomada de la página del INEGI.

## **2.7 DATOS NACIONALES**

Este dato es importante si se toma en cuenta que en las graficas publicadas por el Instituto Nacional De Estadística Geográfica e Informática (INEGI), tiene como resultados definitivos de acuerdo al conteo de población y vivienda realizados en el año 2005, la Ciudad de México cuenta con una población en total aproximadamente de 103 millones 263 mil 388 habitantes de los cuales 53 millones 013 mil 433 son mujeres, determinando con esto que hoy en día exista un público cautivo para este programa de género.

El Valle de México cuenta con 7 millones 583 mil 638 féminas de las cuales sólo 771 mil 183 mujeres se encuentran en el rango de edad de 35 a 39 años de edad, este rango es el que más se apega para hacer el estudio de consumo cultural del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres”.

Contextualizando más estos datos la Delegación Azcapotzalco donde se encuentra inmersa la Unidad Habitacional El Rosario (objeto de estudio) cuenta con un total 183mil 073 mujeres de las cuales sólo 18mil 083 féminas se encuentran en la edad de 35 a 39 años de vida. **(Ver los anexos si se interesa verificar el cuadro, anexo #1)**

## **AZCAPOTZALCO – ROSARIO Y SU HISTORIA**

La Unidad Habitacional El Rosario es en donde residen nuestras participantes del grupo de discusión y la entrevista, por lo que se desea a dar a conocer una pequeña reseña de lo que es esta Unidad y como se constituyó. Entre los problemas que mayor importancia han adquirido con el crecimiento acelerado de la población, en toda la ciudad de México, indudablemente ocupa el primer lugar el de la habitación popular la Unidad El Rosario en la delegación Azcapotzalco.

En Azcapotzalco se combinan factores ecológicos, sociales y económicos que tienden a crear una gran concentración de población: esto significa que ha sido y seguirá siendo un “hormiguero” humano.

Cuando se formaron los fraccionamientos industriales de Vallejo, Xochimanca, Pantaco y San Antonio, seguramente se pensó que la ciudad de México tendría capacidad suficiente para proveer habitación a los miles de obreros que trabajarían en estas zonas. No se tomaron providencias para la construcción de unidades habitacionales cercanas y se confió en que el problema se resolvería espontáneamente, a medida que pasara el tiempo. Tlalnepantla y Naucalpan crecieron también aceleradamente, por la vía de la industrialización, y crearon una gran presión demográfica.

Las demandas de habitación sufrieron cierto alivio con la urbanización del sureste de la Delegación, donde nacieron colonias de nivel medio, tales como la Pro-Hogar, Trabajadores del Hierro, Euzkadi, Cosmopolita, Azpeitia y La Raza; pero llegó el momento en que éstas se saturaron, o aumentó su valor por encima de las posibilidades económicas de la mayoría de los obreros de



reciente arribo y empezó la febril invasión de terrenos baldíos alrededor del centro de Azcapotzalco y, después, más al norte y al poniente.

Sucedió que, por esas fechas, la ciudad de México venía sufriendo una aguda crisis de servicios, principalmente agua potable, como resultado de su crecimiento. Ello determinó que se estableciesen fuertes restricciones a la subdivisión y urbanización de los terrenos, imposibilitando, de hecho a sus propietarios para venderlos o sacarles un provecho razonable. Ante la amenaza de perderlos por invasión, respondieron con la celebración de contratos de arrendamiento en los cuales alquilaron “piso” a familias en busca de techo; es decir, que por cantidades del orden de veinte o treinta pesos mensuales, rentaban áreas minúsculas (10 a 20 metros cuadrados) para que cada inquilino construyese allí, por su propia cuenta, una barraca, poniéndose a salvo el propietario de cualquiera obligación de proveer los servicios de agua, drenaje o luz. La primera, la acarreaaba el inquilino, en cubetas, de algún hidrante público; a falta de servicios sanitarios, los inquilinos usaban un pozo negro y para tener luz, se “colgaban” de cualquier conductor del alumbrado público. Así se formaron las llamadas “ciudades perdidas”, donde llegaron a vivir 55,000 personas (en 1970), nada más en la Delegación de Azcapotzalco.

A este sector de la población, cuya dramática situación está a la vista, debe agregarse otro más numeroso y menos conspicuo: el de las personas que viven en vecindades decadentes, que en muy poco se diferencian de las peores ciudades perdidas. Ningún programa habitacional puede considerarse completo si no incluye planes para la remodelación de vecindades y pueblos viejos donde se carece de los más elementales servicios públicos.

El gobierno federal puso en marcha, en 1971, un amplio programa para la erradicación de las ciudades perdidas, la regularización de colonias populares y la introducción de agua, drenaje, pavimento y luz en amplias zonas donde faltaba.

Azcapotzalco tenía, en esa fecha, 38 de estas zonas de tugurios, entre las cuales se contaban terrenos ejidales fraccionados y vendidos clandestinamente,

lotes baldíos invadidos, calles y banquetas ocupadas por la fuerza, asentamientos sobre el “derecho de vía” de los ferrocarriles, y terrenos expropiados por el Departamento del Distrito Federal, en proceso de urbanización. La primera unidad habitacional que se construyó en la Delegación, como parte de este programa, fue la “Francisco 1. Madero”, sobre la Avenida Parque Vía, en terrenos de la ex hacienda de El Rosario. En su primera etapa, se erigieron edificios y casas “duplex” con un total de 1 600 viviendas.

En 1973, se inició la construcción de la Unidad Rosario, del Instituto del Fondo Nacional para la Vivienda de los Trabajadores (INFONAVIT), con la perspectiva de llegar a tener suficientes viviendas. Además, se contó con un número importante con casas unifamiliares de las unidades Vicente Guerrero y Ejército de Oriente, en la Delegación de Iztapalapa, donde se trasladaron cerca de 2 500 habitantes de las ciudades perdidas de Coltongo, Tlatilco y Reynosa-Tamaulipas, que fueron las primeras en desaparecer.

Simultáneamente con la construcción de nuevas unidades habitacionales, se emprendió durante el sexenio 1970-1976 una campaña para el remozamiento interno y externo de las habitaciones de toda la Delegación. Se pretendió, con ello, concitar los esfuerzos de los propietarios, inquilinos y de las autoridades locales, para dignificar el hábitat de los vecinos de Azcapotzalco. Solamente a largo plazo, con un esfuerzo continuado, podrá conseguirse en Azcapotzalco un nivel adecuado y digno de habitabilidad, sobre todo para las clases más deprimidas económicamente.

El sector privado no ha sentido gran incentivo por construir multifamiliares o casas para familias de pocos recursos. Existen algunas unidades habitacionales como la de Cuitláhuac, que fue construida por una institución bancaria, y otras promovidas por la acción de sindicatos obreros, como la Colonia Petrolera y la Unidad de Pan- taco. Desgraciadamente, ha sido débil la participación de los particulares y la iniciativa para la solución del problema habitacional ha quedado en manos del sector público. Se espera que las grandes obras viales y la remo- delación urbana que lleva a cabo el

Departamento del Distrito Federal, generarán las condiciones propicias para que los particulares mejoren sus fincas, en beneficio propio y de la comunidad (Azcapotzalco y su Historia, 2003, p.130-132).

La historia y el contexto han servido en esta investigación para comprender de una mejor manera la problemática, sus orígenes y repercusiones en nuestro objeto de estudio, sin embargo esto no es suficiente para llegar al objetivo deseado, para ello es necesario encontrar y utilizar los instrumentos adecuados a nuestra investigación y, en conjunto con lo contextual determinar cuál es la manera más conveniente para llegar a los resultados.

No hay cosa que demuestre mejor el carácter de un hombre o de un pueblo que la manera como tratan a las mujeres.

JOHAN GOTTFRIED HERDER

“Cuando creíamos que teníamos todas las respuestas, de pronto, cambiaron todas las preguntas”.

*Mario Benedetti*  
Escritor uruguayo.

La televisión es un invento que permite que seas entretenido en tu salón por gente que nunca tendrías en casa.

David Frost (1939-?) *Presentador de televisión.*

# **“CORRIENDO Y GRABANDO 5, 4, 3, 2...” CAPÍTULO 3**

### **3. “CORRIENDO Y GRABANDO 5, 4, 3, 2...”**

En este capítulo encontraremos información respecto al fundamento metodológico de la investigación cualitativa y las dos técnicas a aplicar acorde a la investigación. Revisaremos los fundamentos y los procesos de aplicación del grupo de discusión de las televidentes participantes y las entrevistas tanto de la seguidora del programa “Lo Que Callamos Las Mujeres” y su productora ejecutiva, consideraremos las técnicas adecuadas para el logro del objetivo general de esta tesis. Presentaremos los aspectos teóricos combinándolos con lo práctico dentro de la investigación que se llevó a cabo, donde se describe el problema de investigación, su importancia de estudiarlo, así como el explicaremos la relación existente con sus consumidoras y de qué manera fue abordado, describiremos así las técnicas que se aplicaron, detallando el por qué se eligieron, en que consisten, que resultados consiguieron.

#### **3.1 CONECTA LA U.C.R. (UNIDAD DE CONTROL REMOTO)**

##### **Nociones generales**

El problema de la investigación es Analizar la apropiación y uso del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” como factor de reproducción en las mujeres televidentes donde se pretende estudiar la construcción del significado de las consumidoras.

Es necesario encontrar un procedimiento de investigación en la que el investigador basado en perspectivas metodológicas bajo un conjunto de principios y normas, realice una serie de operaciones que le permitan seleccionar y coordinar las técnicas para alcanzar uno o varios objetivos concretos. Hablamos de método en específico cuando nos referimos al método funcionalista, al método estructuralista, al método histórico-comparativo, al método del materialismo, histórico y dialéctico, etcétera.

En este caso hablaremos del Método Cualitativo: Visión humanista de la realidad.

- El enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. Sus características más importantes son.

- Le otorga crédito a la persona de responder por su propia situación.
- La ciencia es sustituida por la idea de la comprensión
- Se busca la realidad de lo que acontece en lo cotidiano.
- La subjetividad (posición del sujeto desde su realidad) de lo que sucede en lo cotidiano.
- La subjetividad se objetiva (palpar, mirar sin medirla) a través del lenguaje en específico del habla.
- Es útil la observación de los sujetos en sus contextos cotidianos.

La pertinencia de la investigación oscila en trabajar con un enfoque cualitativo puesto que se pretende manejar el conocimiento de la sociedad y este conocimiento debe de ser medible para ser ciencia ya que el positivismo se basa que la ciencia y es el mecanismo que maneja una mejor sociedad (orden y progreso humano). Ya que en esta investigación se trabajara con una muestra de la sociedad, la sociedad es un producto humano y la ciencia es una manifestación cultural.

### **3.2. ¿SEGUIMOS EL ORDEN DE BREAK?**

#### **El problema de investigación**

#### **APROPIACIÓN Y USO DEL PROGRAMA TELEVISIVO “LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES” COMO FACTOR DE REPRODUCCIÓN**

Hoy por hoy la mujer juega un papel fundamental en la sociedad, ya que no sólo educa sino también provee a su familia pues los roles con el paso del tiempo en nuestra sociedad Mexicana y en mucho lugares del mundo han cambiado y los integrantes de la familia, ya no se conforman como anteriormente es decir una familia se conformaba por el Papá (único proveedor económico), la Mamá (quien solo tenía el deber de cuidar a sus hijos, dedicándose completamente al hogar) y los mismos hijos. Ahora esa familia se ha ramificado en diferentes tipos, familias funcionales por así decirlo (Papá, Mamá e Hijos) y familias Disfuncionales (Padres Divorciados o separados), este cambio le ha dado un papel con mayor peso en la sociedad a la mujer, no solo en el rol de madre sino en sus diferentes roles como mujer (hija, madre,

esposa, amiga, amante etcétera) impulso que podemos ver manifestado en nuestros medios de transmisión cultural como en el programa televisivo “Lo Que Callamos las Mujeres”, considerándolo como un programa de género en donde nos refleja como la mujer vive sus angustias, conflictos y necesidades en un entorno en el que no la valoran y se dificulta el pasar de su vida. Podemos ver en este programa como la mujer se ve en la necesidad de hacer un cambio en su vida para darle una solución viable a cada uno de los problemas que la rodean tanto personales como familiares y de esta manera poder facilitar sus haberes ante su contexto social, con el fin de evolucionar en todos los ámbitos de su vida y ser mejor mujer, proporcionándole dicho programa algunas de las herramientas (soluciones, instituciones, fundaciones que le brindan ayuda) para su lucha cotidiana.

Tomando en cuenta que este programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” es un producto cultural de nuestra sociedad, en donde las mujeres televidentes se pueden apropiarse, producir y reproducir dicho programa, el objetivo de este módulo es analizar la construcción del significado de las consumidoras de este producto cultural y el significado que le da a ello en su vida. Por lo que el presente módulo permitirá analizar la apropiación y uso del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” como factor de reproducción.

Para poder enriquecer el objeto de estudio (“Analizar la apropiación y el uso del programa unitario televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” como factor de reproducción sociocultural), es necesario apoyarnos en diferentes autores expertos en el tema como lo hemos visto en el capítulo 1 de este trabajo, así a raíz de esta breve reconstrucción teórica conceptual mencionamos los conceptos claves a estudiar en este trabajo:

- Cultura: es un patrón de significados incorporados a la vida social del individuo y sus formas simbólicas de interacción simbólicas (acciones, enunciado y hasta los objetos que articulan a la sociedad)
- Comunicación: Los medios de comunicación por lo regular trabajan con medios simbólicos pero establecen reglas de mercado para ello, ejemplo de ello es la televisión ya que cada día utiliza más y más símbolos

globales ya que lo simbólico permite al individuo soñar o representarse en su contexto.

- Televisión: Según Thompson la televisión se presenta con un flujo constante de palabras e imágenes, información e ideas que están relacionadas con los sucesos que ocurren más allá de nuestro medio social inmediato.
- Mujer: La mujer es una creación histórica cuyo contenido es el conjunto de circunstancias, cualidades y características esenciales que definen a la mujer como ser (genérico).
- Apropiación: Es el proceso de “hacer propiedad de uno” algo que es nuevo, ajeno o extraño. esto debe entenderse en relación con los individuos particulares que en el curso de sus vidas diarias, reciben los mensajes mediados, hablan acerca de ellos con los demás, y que, a través de un proceso continuo de elaboración discursiva, los integran a sus vidas. Si los receptores de los mensajes mediados intervienen en un esfuerzo permanente por comprender también participan en el proceso continuo por comprenderse y recomprenderse por medio de los mensajes que reciben. Este proceso de autocomprensión y de autoformación no es repentino, ni es un hecho que ocurra una sola vez; es un proceso gradual que ocurre poco a poco, imperceptiblemente, día a día y año con año. (Thompson, 2004, p. 454-463).
- Uso: Aquí García Canclini, retoma a los autores a los autores Mary Douglas y Baron Isherwood, los cuales explican que los rituales más eficaces son aquellos en donde se utilizan objetos materiales para establecer los sentidos y las prácticas que los preservan.
- Reproducción sociocultural: Participación compartida de la mujer con su contexto.

Este proyecto está enfocado al medio de la televisión, particularmente a un programa unitario de género femenino, enfocándose primordialmente en la emisión televisiva “Lo Que Callamos Las Mujeres”, tomando como sujetos a estudiar a amas de casa de clase media de la Unidad El Rosario, en el Distrito Federal, de entre 35 a 40 años de edad. Ya que en esta edad la mujer es



considerada plena porque es cuando comúnmente en nuestra sociedad está realizada como hija, esposa y madre.

El propósito primordial del trabajo es conocer la apropiación y uso del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” como un factor de reproducción sociocultural. Así pues, las preguntas a responder en esta investigación se encuentran en el capítulo primero de esta investigación.

Pero... ¿Por qué es importante este tema? Este tema se considera importante porque es una investigación orientada a un área de los estudios de comunicación que no es generalmente considerada en el rubro del consumo cultural en programas televisivos unitarios de género, ya que los estudios encontrados de consumo cultural son mínimos y comúnmente van enfocados a las telenovelas y al impacto que tienen en la mujer.

Es importante para saber si la sociedad se ve afectada y / o influenciada por dichas transmisiones televisivas, y así conocer si la mujer logra realmente tener un cambio positivo en su vida... Si se consigue este cambio en la mujer se reflejará en la sociedad, no olvidemos que la mujer es el núcleo de la familia, considerando que ella hoy por hoy con todos los cambios socioculturales que ha tenido la sociedad, es el “imán” que logra que la familia se mantenga unida y la familia es el núcleo de la sociedad.

Sí esta transmisión televisiva funge como factor de reproducción sociocultural en las mujeres televidentes se apreciará en el análisis y será uno de los aportes de la investigación.

Es verdad que las mujeres televidentes que ven el programa “Lo Que Callamos Las Mujeres” se apropian de él cuando sienten alguna empatía o se ven reflejadas en algunas de los escenarios presentados en la emisión televisiva, situaciones como violación, injusticia laboral, desigualdad, discriminación, divorcio, acoso sexual, competencia laboral, enfermedades, celos e infidelidad, entre otros, que son un reflejo de la realidad que afectan su entorno social y a ellas mismas, por lo que la televidente con el simple hecho de pedir informes a

los centros de ayuda proporcionados por el programa para encontrar una solución viable y concreta a su problema adquiere una reproducción sociocultural.

Es importante situar las variables y la delimitación de la investigación para facilitar dicha información: Variable Independiente: Apropiación (por que cada persona se apropia el programa dependiendo sus necesidades), Uso (Cada televidente usa el programa dependiendo lo que le aflija).

Variable dependiente: Reproducción sociocultural, Sexo femenino, Mismo nivel socioeconómico, Programa (Cada mujer ve el programa dependiendo su estado anímico en el que se encuentre dependiendo sus necesidades, ya que como por el simple hecho de ser un individuo su visión es única).

La delimitación de la investigación consistirá en el análisis de la apropiación y uso del programa televisivo unitario “Lo Que Callamos las Mujeres” como factor de reproducción sociocultural de las mujeres televidentes mediante, sondeos (para tener una primera aproximación del objeto de estudio, entrevistas, grupo de discusión a mujeres amas de casa de 35 a 40 años de edad, clase que vivan en la Unidad el Rosario del Distrito Federal.

Es importante decir que la base de éstos parámetros para la investigación, se dividen en tres pasos, el primero se da en cuanto a mujeres ya que el programa “Lo Que Callamos Las Mujeres” es de género.

La delimitación espacial será en la Unidad el Rosario del Distrito Federal. Otra de las razones que se va hacer en esta unidad es porque se han hecho grabaciones del programa “Lo Que Callamos Las Mujeres” en esta unidad. La delimitación temporal consistirá en el análisis de la apropiación y uso del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” se ubica en el mes de agosto del 2007. Para ello tendremos una delimitación de grupo en donde las participantes contaran con una edad de 35 a 40 años de edad. Nuestra delimitación de sujetos es exclusivamente para mujeres.

La pertinencia oscila en trabajar con un enfoque cualitativo puesto que se pretende manejar el conocimiento de la sociedad.

Para fines prácticos para esta investigación se hará uso de la metodología cualitativa para abordar la temática de la Apropriación y el uso del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres”

Por lo que esta metodología responde a la necesidad de relacionarse al dato producido con la vida cotidiana y reinterpretarlo bajo la visión de la subjetividad del propio investigador así las percepciones construyen el mundo simbólico de sus sujetos. La investigación cualitativa se sirve de tres etapas según Jesús Galindo (exploración, descripción y significación), al seguirlos será posible los elementos que constituyen la apropiación y el consumo del programa “Lo Que Callamos las Mujeres” como reproducción sociocultural.

En esta investigación se tomaran dos técnicas cualitativas (GRUPO DE DISCUSIÓN Y ENTREVISTA) para su desarrollo, la pertinencia de esto según el Licenciado Enrique Pimentel en su tesis nombrada “Trazos llenos de Sentido (2002)” de tomar dos técnicas de investigación cualitativa es que cada una de las técnicas que dispone la metodología cualitativa, rescata del sujeto su interioridad. La investigación se convierte en una actividad especializada cuando la intención y la conciencia recurren a métodos y procedimientos lógicos y rigurosos que permiten desarrollarla de una mejor manera. Dentro de la investigación cualitativa las herramientas principales del investigador son su intuición, reflexión, conocimientos, su cuerpo en pocas palabras él mismo.

### **3.3 ¡SE ENSAYA!**

Las técnicas de investigación

Fue necesario elaborar una tabla construida desde la base del concepto central de la investigación “Apropriación y Uso” elaborada de la siguiente manera:

1 - Definición del Concepto: se parte del supuesto de que la connotación de término *concepto* alude a una abstracción de ciertos acontecimientos

previamente observados y probablemente trabajados. Ahora Luengo en su texto *De los conceptos al dato* (1991) menciona que la definición del concepto central del proyecto puede ser: a) a partir de una estipulación desde la Teoría utilizada, o bien b) mediante una explicación operacional (o de trabajo)

2.- Construcción de las categorías: se desprenden de los datos acotados en la definición del concepto, estos aspectos categóricos a su vez construyen su sentido. La suma de las categorías permite la explicación del concepto, desde dimensiones específicas. Aquí se precisan los aspectos típicos del concepto junto con aquellos correspondientes al fenómeno de la realidad. Las categorías tienen como función delimitar y/o acotar el enfoque del concepto(s) a trabajar.

3.- Estipulación de los indicadores: éstos se pueden obtener empíricamente por medio de los criterios teóricos ya dados, o de forma deductiva desde el objeto de investigación. De hecho los indicadores explican una pequeña parte del concepto, además que es el vínculo entre éste y la realidad observable. Por tal razón se sabe que los indicadores a utilizar varían mucho según el medio social (Boudon 1978, p.59) y el individuo (s), grupo(s), institución(es), comunidad(es), nación(es) que se aborden.

4.-La formación de índices: se considera la fase final de la operacionalización, pues se sintetizan los datos elementales obtenidos de las etapas anteriores, son enunciados y/o palabras clave que darán forma a la unidad de análisis.

**TABLA DE ESPECIFICACIONES: (Ver los anexos si se interesa verificar la tabla, anexo #2)**

Las técnicas a manejar en dicha investigación constan de lo siguiente:

### **EL GRUPO DE DISCUSIÓN**

La técnica de investigación conocida como grupo de discusión aparece como una reunión. De hecho, a pesar de su denominación habitual, la explicación de su funcionamiento debe más a tal carácter situacional de reunión, que de grupo. Es una práctica de investigación en la que se recoge el camino de vuelta hacia la unión, de lo que aparece separado, la reintegración al grupo

tras la individualización. Al poner cara a cara a los participantes en la reunión, entre cinco a nueve, éstos reconstruyen discursivamente el grupo social al que pertenecen. Es tal proceso de reconstrucción discursiva del grupo social, ante un fenómeno determinado que es básicamente el objetivo de la investigación, lo que constituye el principal material para el análisis. Por lo tanto, el grupo de discusión no es inicialmente lo que cabe considerar un grupo (Bloor M, 1997, p 37-50). A lo sumo, es un grupo que se rehace y, al hacerlo, reconstruye discursivamente sus particulares normas de referencia. Su adecuación a los estudios en el ámbito de la salud es elevada cuando se busca observar las normas de referencia particulares de grupos sociales existentes: grupos sociales amplios (jóvenes, mujeres, tercera edad, etc.) con respecto a la salud, el sistema sanitario, una medida en particular o una línea de comunicación institucional; grupos de profesionales con respecto a algunas medidas institucionales, la situación actual del conjunto del sistema de salud o, por ejemplo, algún tipo de medicamento; o los denominados grupos de riesgo con respecto a ciertos comportamientos propios o su protección institucional. En cada uno de ellos, se obtendrá la norma, lo que el grupo considera que *debe ser*, en relación con el fenómeno social estudiado. Se apoya, así, en cierta sensación gratificante que experimentan los individuos cuando se reconoce la norma del grupo, algo que hace continuar al grupo en su discurso, cada vez más su discurso, y que algunos han explicado en clave psicoanalítica (Ibáñez J, 1979, p.262).

El grupo de discusión es una expresión de las diferencias colectivas con respecto a la norma de referencia, ya sea en su cumplimiento concreto (quejas), ya sea en su propia extensión normativa (demandas). Los participantes a la reunión no hablan de cualquier cosa, ni de cualquier manera. Hablan del objeto social de la investigación, reconstruyéndolo simbólicamente al mismo tiempo que reconstruyen su grupo, en discusión explícita o implícita con otros grupos sociales. De hecho, una estrategia de notables rendimientos analíticos es tener en cuenta que la discusión en el grupo es, sobre todo, frente a otros grupos sociales, lo que invita a: a) tener en cuenta que toda discusión en el grupo es discusión entre grupos sociales; b) incluso cuando no hay discusión en el grupo de participantes cabe observar una discusión con otros grupos sociales, no

representados en tal parte de la muestra; c) poner en relación, como si de un diálogo común se tratase, el conjunto de unidades muestrales (grupos) que componen el diseño de la investigación con grupos de discusión. Por lo tanto, siguiendo esta línea, no es que el contexto sea importante para analizar e interpretar el texto de cada grupo de discusión. El contexto es el grupo de discusión. De aquí su carácter dialógico (Callejo, 1998, 50 -55).

Para acentuar la diferencia del grupo de discusión con las otras dos prácticas de investigación presentadas, ha de destacarse que lo importante en ésta es la circulación de discursos. Discursos que adquieren su máximo valor como representación simbólica del grupo frente al fenómeno social estudiado y, por lo tanto, expresan la norma del grupo (el ideal del grupo) ante tal fenómeno. El discurso no es percibido tanto como un instrumento en la situación social inmediata, como ocurre en la observación participante, ni como la confesión de una norma que trata de salir a la luz, como en la entrevista.

Considerado el grupo de discusión como el ámbito experimental óptimo para tal circulación de discursos, el moderador de la reunión, además de ser el representante del poder y la instancia investigadora, se convierte prácticamente en un conmutador de la circulación. Es el que da paso a las intervenciones de unos y otros participantes. Pero, sobre todo, es el que da paso a unos temas y cierra el paso a otros, poco o nada relacionados con los objetivos de la investigación.

En cuánto circulación de discursos que expresan la norma particular y específica de un grupo, los procedimientos experimentales tienen por función facilitar tal circulación. De aquí, la exigencia de relativa homogeneidad social entre los participantes en la reunión, pues se consigue el contexto para que los discursos circulen y la base para generalizar los resultados discursivos de la reunión, pudiendo ser atribuidos al grupo social de referencia representado en el diseño de la reunión.

Al ser la discusión entre normas, ubicadas en distintas posiciones de la estructura social, el centro de la observación mediante grupos de discusión, los niveles de consenso que, con respecto a tales normas, se muestran en el

discurso que resulta de la reunión es un instrumento analítico primordial. Es más, los grados de consenso llegan a convertirse en la principal guía de interpretación, hasta conseguir una especie de mapa general de los consensos con respecto al objetivo de la investigación, teniendo en cuenta el total de reuniones de grupo realizadas. Tal mapa llega a adquirir la característica de escenario discursivo sobre el que las instituciones, públicas o privadas que encargan la investigación, toman sus decisiones operativas.

Desde el punto de vista del contrato de observación, la práctica del grupo de discusión es un contrato de reflexión. El grupo se refleja, como grupo social, en el conjunto de la sociedad, representado por el moderador, el único *que no es como ellos*. A su vez, el moderador se compromete a actuar como un espejo, a devolver al grupo el discurso producido por el grupo. Por lo tanto, a facilitar el reconocimiento del grupo y de los participantes en el grupo.

En cuanto contrato de reflexión grupal, la gestión del silencio en el grupo de discusión ocupa un lugar destacado. Hay silencios en el inicio de su dinámica, propios del reconocimiento de la situación por parte de los participantes. Pueden considerarse silencios de los primeros escauceos, que señalan la mayor o menor dificultad para hablar sobre el tema propuesto y, por lo tanto, hasta qué punto es un tema que inicialmente circula con facilidad en el grupo.

Los silencios en el medio de las reuniones pueden tener otros significados. Pueden ser cortes en la circulación discursiva, al enfrentarse el grupo a un tema que muestra claramente la oposición de la norma del grupo frente a la norma dominante: nadie toma la opción de singularizar tal enfrentamiento, de dar el paso al frente. Nadie toma la posición del *héroe*. Pueden ser, también, cortes al entrar el discurso por asuntos en los que el grupo ve peligrar su unidad, pudiendo estallar en un fuerte conflicto interno. Se trata de un silencio elusivo. Durante la dinámica, los silencios pueden sucederse y ofrecen un amplio margen para la interpretación. Es la práctica del moderador y el analista la que empujará, en cada momento de la investigación, a tomar unas decisiones u otras sobre su gestión. Es más, en la discusión sobre tal gestión del silencio, puede ubicarse la oposición metodológica existente entre quienes abogan por distintos grados de directividad en la moderación de las reuniones.

Al final de las reuniones, el silencio del grupo tiende a configurarse como signo de complicidades. Ya ha sido dicho todo lo que había que decir para conseguir la reconstrucción del grupo. El silencio como muestra de que el grupo se considera ya suficientemente reflejado. Sólo queda entonces, si interesa a los objetivos de la investigación, provocar al grupo, hacerle salir de sí mismo, o cambiar radicalmente de tema. En definitiva, dar por acabado el grupo de discusión, con la posibilidad de relanzar otra dinámica.

En esta investigación se pretende utilizar la técnica de grupo de discusión según Jesús Ibáñez el Grupo de Discusión consiste en generar información empírica sobre cuáles son las formas preceptuales y estructurales de un grupo social amplio, y así comprender el significado de las prácticas sociales que definen la conducta, imaginarios y formas ideológicas.

Técnicamente el grupo de discusión lo que hace es reunir a un grupo de personas o participantes seleccionados, que son una muestra estructural con características propias que en este momento constituyen la dimensión grupal. Los informantes tienen derecho a hablar, participar a través de su punto de vista que, frente a otros sujetos, se da en una conversación.

Ibáñez, retoma la propuesta de Gordon Pask sobre la Teoría de la Conversación y concibe al grupo como un todo, en el que cada interlocutor es parte del proceso, que al conversar, va generando cambios en su conversar y en la conversación, lo anterior toma trascendencia para la investigación social, si consideramos que la conversación es entendida como la unidad mínima de la interacción social.

Esta técnica es pertinente aplicarla a la investigación ya que se pretende ver el consumo que tienen las mujeres televidentes del programa “Lo Que Callamos Las Mujeres” y así a través del grupo de discusión y con la ayuda de una proyección de dicho programa, las informantes expresarán con este medio sus puntos de vista frente a las otras consumidoras para lograr una conversación que enriquezca a la investigación.



Este grupo de discusión se conformara de:

Participantes: 5 a 7 mujeres de 35 a 40 años de edad (edad en lo que por lo regular la mujer ya ha pasado fases de su vida trascendentales es decir como hija, esposa, madre etcétera),

Selección: Mujeres de un nivel socioeconómico medio (es uno de los target que tiene mayor peso en la producción de “Lo Que Callamos Las Mujeres”) de la Unidad habitacional El Rosario que tengan conocimiento del la existencia del programa “Lo Que Callamos Las Mujeres”.

Espacio: El Grupo de Discusión se realizará en una casa ubicada en la Colonia Xoco, tratando de alejar a las féminas de su contexto social.

Duración: Esta técnica tendrá una duración aproximada de 60 a 90 minutos.

Finalmente es necesario estipular los ejes guías que comprenden a cada instrumento, los cuales son puntos de operacionalización previa. A partir de los elementos anteriores y de las categorías, se construyó el instrumento de recolección de datos presentando lo siguiente: **(Ver los anexos si se interesa verificar la guía de temas del grupo de discusión, anexo #3)**

### **ENTREVISTA**

Se ha definido la entrevista como una situación construida o creada con el fin específico de que un individuo pueda expresar, al menos en una conversación, ciertas partes esenciales sobre sus experiencias pasadas y/o presentes, así como sobre sus anticipaciones e intenciones futuras (Kahn y Cannell, 1977). En este sentido, la entrevista es, ante todo, un mecanismo controlado donde interactúan personas: un entrevistado que transmite información y un entrevistador que la recibe, y entre ellos existe un proceso de intercambio simbólico que retroalimenta este proceso.

La entrevista cualitativa se constituye como una alternativa a los procesos de investigación que privilegian la cuantificación de los datos y que asumen la elaboración estadística como el único criterio de validez. Como técnica en la labor de investigación la entrevista cualitativa ha sido utilizada por diferentes disciplinas de las ciencias sociales, entre las que (destacan la psicología, la antropología la zoología.

La entrevista cualitativa proporciona una lectura de lo social a través de la reconstrucción del lenguaje, en el cual los entrevistados expresan los pensamientos, los deseos el mismo inconsciente es por tanto, una técnica invaluable para el conocimiento de los hechos sociales, para el análisis de los procesos de integración cultural y para el estudio de los sucesos presentes en la formación de identidades.

No obstante como cualquier otra técnica de investigación la entrevista cualitativa contiene al mismo tiempo riquezas y limitaciones. Riqueza porque en ella confluyen las experiencias, sentimientos y más y limitaciones porque al tener un carácter único no siempre puede afirmarse con plena seguridad el descubrimiento.

#### PRINCIPALES TIPOS DE ENTREVISTA

La investigación social emplea la entrevista cualitativa como un instrumento privilegiado para la recolección de información. De ahí que, si se quieren distinguir las entrevistas, será necesario identificar las principales dimensiones que las componen y las estructuran.

Considerando las dos primeras dimensiones como las básicas las mismas pueden ofrecer un marco para la clasificación general de las entrevistas, en donde los diferentes niveles tanto de libertad como de profundidad se pueden ordenar en tres grandes grupos: las estructuradas, las semiestructuradas y las no estructuradas.

Las entrevistas estructuradas:

Existe un consenso en la mayoría de los autores vinculados con el tema sobre la definición de una entrevista estructurada, las entrevistas estructuradas involucran la aplicación sistemática y conciente de un conjunto de reglas previamente determinadas por la naturaleza misma de las preguntas y las respuestas. En primer lugar es quizás de carácter rígido, definido y directo, este tipo de entrevista es el que limita el nivel de profundidad de la información recibida. En segundo lugar. "controla el ritmo de la entrevista, tratando el cuestionario como un guión teatral el cual debe ser seguido en forma directa y estandarizada intentando jugar un papel neutral.

Las entrevistas no estructuradas:

En éstas se observa un alto grado tanto de libertad como de profundidad. La aplicación de este tipo de entrevista parte del supuesto de que si bien los entrevistados poseen y conocen información valiosa para el entrevistador, les resulta difícil comunicarla o transmitirla en forma verbal, es decir, a través de cuestionamientos directos.

En la entrevista no estructurada el papel del entrevistador generalmente es no directivo, pues tiende a desempeñar un papel de receptor pasivo, al mantener las pausas adecuadas entre preguntas e intervenir en lo esencial para orientar la conversación hacia el tema de interés o alguno relacionado al mismo.

La entrevista terapéutica:

En la entrevista terapéutica el entrevistado establece una relación con el entrevistador a partir de la libre asociación, mientras que éste escucha y da guías a interpretaciones mínimas sobre el significado la importancia de las declaraciones hechas. En términos amplios, el entrevistador propone una temática general, dejando total libertad al entrevistado para conversar sobre los aspectos que se encuentren asociados en su mente con ese tema. El diseño particular de la entrevista se orienta fundamentalmente a elucidar los impulsos.

La entrevista etnográfica clásica:

Una de las principales formas de realizar investigación antropológica ha sido a través de la práctica de la etnografía. Es mediante el estudio de las experiencias pasadas y las vivencias presentes, ubicadas ambas en un contexto cultural específico.

La entrevista etnográfica se puede definirse como una estrategia para encontrar a la gente hablando acerca de lo que ellos conocen, es una técnica indispensable para realizar etnografía.

La entrevista en profundidad:

La entrevista en profundidad involucra un esfuerzo de inmersión del entrevistado frente a o en colaboración con, el entrevistador que asiste activamente en este ejercicio de reposición cuasi teatral. Otro enfoque sobre el

tema es señalado por Taylor y Bogdan (1984), quienes definen la entrevista en profundidad como “una técnica de investigación cualitativa (consistente en) encuentros repetidos, cara a cara, entre un investigador y sus informantes, los principales se orientan a entender las perspectivas del entrevistado sobre su vida, experiencia o situaciones personales tal y como son expresadas por sus propias palabras.

Cabe observar que si bien la realización de entrevistas en profundidad no involucran necesariamente la realización de un proceso de observación participante, estas si pueden efectuarse en varias ocasiones.

Entrevistas semiestructuradas:

Las entrevistas semiestructuradas funcionan adecuadamente en aquellas adecuaciones en aquellas investigaciones que se interesan por interrogar a administradores, burócratas o miembros de elite de alguna comunidad, personas que tienen poco tiempo o que están acostumbradas a usar eficientemente su tiempo.

En la entrevista semiestructurada, el entrevistador mantiene la conversación afocada sobre un tema en particular y le proporciona al informante al espacio y la libertad suficiente para definir el contenido de la discusión.

La entrevista enfocada o centrada: La entrevista afocada asume una posición directiva conduciéndola a un área limitada o materia de interés. Si el entrevistado se aleja demasiado del tema apuntado, el entrevistador puede regresarlo al foco de atención, para ello es de mucha utilidad el análisis previo que el entrevistador efectúa sobre la situación a la que se enfrenta.

Aunque la entrevista centrada no implica necesariamente una recolección de información de gran profundidad su inclusión dentro de la investigación cualitativa se debe al que el sujeto entrevistado cuenta con mayor libertad para informar sobre el tema que el entrevistador define.

La entrevista grupal: los grupos focales

El USO de la entrevista focal con grupos o “entrevista a grupos locales” ha sido ampliamente aceptado en el sector privado, sobre todo para la investigación de mercado.

En términos generales, un grupo focal define el conjunto de personas que se reúnen con el fin de interactuar en una situación (le entrevista grupal],

semiestructurada y focalizada sobre una temática particular, que es común y compartida por todos.

Los participantes del grupo se seleccionan mediante un proceso que si bien es menos riguroso que los procedimientos típicos de muestreos utilizados en las encuestas.

Así, la elección de los participantes suele hacerse con base en uno de estos dos criterios: homogeneidad y heterogeneidad. Lo más usual es que los participantes de un grupo focal compartan un estatus social a alguna característica similar.

Dada la potencialidad de los grupos focales para proporcionar información cualitativa relativa a las percepciones, opiniones, actitudes subyacentes sobre patrones de comportamiento, esta estrategia se presta por sí misma para muchos propósitos. Puede ser útil para preparar las entrevistas estructuradas y no estructuradas pues permite familiarizar al investigador con el “lenguaje” amplio de los entrevistados, lo que ayuda a la selección de las preguntas

Una vez real realizada la encuesta, puede dilucidar el contenido de algunas repuestas poco claras o ayudar a comprender el significado de un exceso de “no respuestas” en algunas preguntas (por ejemplo. las encuestas políticas).

## LOS ELEMENTOS PRINCIPALES QUE COMPONEN LA ENTREVISTA CUALITATIVA

El éxito de una entrevista cualitativa radica, en buena medida, en su capacidad para generar conocimientos complejos y profundos sobre una problemática particular o sobre grupos de población específicos.

El funcionamiento de la entrevista cualitativa

Un inicio, un clímax y un fin. Estos tres momentos pueden ser ir como guía para señalar algunas de las características esenciales de la entrevista cualitativa. A continuación se presentan algunos comentarios generales sobre las diferentes actividades que involucran la realización de estas etapas

El trabajo preliminar para tener acceso a la realización de las entrevistas

A pesar de la gran importancia que representa iniciar el trabajo de campo, lo que asegura un mejor acceso hacia la población sobre la cual se realizarán las entrevistas, se presta muy poca atención a cómo los investigadores obtienen

este acceso. En general, cualquier tipo de entrevista debe ser precedida por un trabajo de campo preliminar en el cual el investigador o los investigadores establecen la credibilidad y seriedad de la investigación al tiempo que diagnostican las facilidades y/o complejidades para obtener una entrevista.

La selección del diseño de entrevista y los informantes sobre los que habrá de aplicarse:

La entrevista cualitativa comienza con la selección tanto del tipo de entrevista que se pretende aplicar (estructurada, no estructurada o semiestructurada) como de las personas que serán el objetivo de la misma individual o grupal.

En cuanto a la lógica de selección de los informantes a diferencia de los procedimientos seguidos en una entrevista de encuesta con muestreos estadísticos, se efectúa un muestreo de tipo teórico o intencionado siguiendo un proceso de acumulación de entrevistas adicionales hasta lograr un "punto de saturación"

El inicio de la entrevista

Una vez que se cuenta con el formato de la entrevista y los informantes seleccionados, el Investigador iniciará explicando los propósitos de la misma, asegurándose de que el entrevistado acepte ser interrogado y conozca el porqué está siendo entrevistado. Después de esta aproximación el investigador debe obtener alguna información de carácter general (edad, escolaridad, estado civil, etcétera) del informante. Esta parte de la entrevista con frecuencia es poco estructurada. Sin embargo, ayuda a proceder en una dirección cronológica, ya sea del presente al pasado o del pasado al presente.

El establecimiento del rapport:

Una vez que se ha iniciado la entrevista, resulta necesario lograr algún nivel de entendimiento mutuo entre el entrevistado y el entrevistador.

El investigador deberá evitar el uso de conceptos complejos, y en el caso de que éstos fuesen necesarios, tratará de clarificar toda la terminología y el significado concreto que se le otorgue. Establecer este nivel común de entendimiento puede parecer más fácil de lo que realmente es. Para hacer referencia a este entendimiento mutuo se suele emplear el término de rapport

una expresión escueta que se refiere al grado (de simpatía y empatía entre los entrevistados y el investigador).

Identificación de la información de interés:

Durante el clímax de la entrevista, esto es, una vez que se ha logrado establecer el rapport, el entrevistador deberá ceñirse al propósito principal de la misma, identificando la información de su interés. Por otra parte, el investigador desarrollará la habilidad para reconocer la existencia de problemas en el proceso de comunicación verbal entre el transmisor de la información y el receptor de la misma, los cuales pueden estar asociados con la diferencia lingüística, a su equivalencia conceptual o en el conocido sesgo de cortesía.

Resulta importante que el investigador desarrolle capacidades para aprehender aquella información que es transmitida en forma de un comportamiento no verbal o que puede ser relevante para el entendimiento de las encuestas algunos de los cuestionamientos ocurridos durante la entrevista.

Completando la entrevista

Uno de los problemas más comunes a que se enfrenta el entrevistador radica en establecer el momento en que una entrevista está completa. Para tomar esta decisión es necesaria la confluencia adecuada de los aspectos que definen un buen rapport: identificación de la información de interés así como la duración de la entrevista, elementos todos ellos que permiten determinar cuándo la entrevista está completa.

Cerrando la entrevista

Al término de la entrevista, el entrevistador debe tratar de resumir brevemente lo que ha aprendido. Tratándose de una entrevista cualitativa, de más larga duración y mayor intensidad, el entrevistador deberá elegir con mayor cuidado el momento de despedirse.

El proceso de análisis de la entrevista cualitativa

En primer lugar señalar de que gran parte de los análisis de las entrevistas cualitativas utilizan un enfoque inductivo, en el cual el investigador trata de dar sentido al tema que estudiasen imponer expectativas preexistentes o teorías

preformuladas sino dejando que sean los propios investigadores los que puedan orientar la búsqueda de explicaciones.

La confiabilidad y validez de las entrevistas cualitativas

El tema de la validez y la confiabilidad de las entrevistas cualitativas ha sido el punto nodal de los debates sobre su propiedad y aceptación como técnica básica en la generación de conocimiento científico entre los investigadores sociales. Para resolver esta polémica hay que considerar, por una parte, que en las técnicas cualitativas la validez y la confiabilidad asumen formas distintas a las acostumbradas con la visión positiva de la investigación, y por la otra, que estas dos nociones deben plantearse en relación con cada investigación en particular.

La validez y la confiabilidad se encuentra en la comparación de los resultados de la propia entrevista con los obtenidos con otras técnicas, con la confrontación de los resultados de otras entrevistas, con el análisis de los mismos resultados por parte de otro(s) investigador(es), o bien proporcionando la lectura de éstos a los propios informantes para que sean ellos quienes validen los análisis ahí obtenidos.

Algunos consideran que la validez, y la confiabilidad de las entrevistas cualitativas está en la conjunción de tres criterios distintos: la legitimidad del investigador, el empleo apropiado de la técnica y la calidad del rapport establecido.

Las entrevistas se conformaran de:

La selección del diseño de entrevista y los informantes sobre los que habrá de aplicarse:

Se realizarán 2 ENTREVISTAS NO ESTRUCTURADAS: La primera entrevista se le realizará a una receptora que tenga tres años o más viendo el programa "Lo Que Callamos Las Mujeres".La segunda entrevista se realizará a algún productor de dicho programa.

Se opto por elegir entrevistas no estructurada a dichos sujetos porque estos poseen y conocen información valiosa para el entrevistador, dejándolos expresarse sobre el tema y así no limitar la información recibida la cual enriquecerá la investigación y a su vez encontrar el sentido del discurso de



cada uno de ellos. **(Ver anexo para encontrar la guía de temas de las entrevistas, anexo #4)**

Los Procesos de Sistematización se realizan una vez administrado el protocolo de la técnica en donde se estipula el instrumento del análisis pertinente. Con la obtención de los datos es necesario que sean sistematizados, es decir, hacer un proceso que consista en vaciar la información recabada en toda la investigación.

Aquí se intenta fundamentar y sistematizar la forma de proceder de la información recabada, se añaden y se eliminan aspectos según sean necesarios para presentar a continuación los datos siguientes. En este caso que se aplicó un grupo de discusión y dos entrevistas no estructuradas se propone un hacer un nivel de análisis el cual será dividido en cuatro categorías:

- 1) La primera categoría consistirá en la transcripción textual del grupo de discusión y las entrevistas no estructuradas.
- 2) La segunda es nombrada como “Categorización” en donde como su calificativo lo indica se realizaran tres categorizaciones, iniciando por la realización de guía de temas, seguido por la categorización textual del discurso y finalizando por la categorización teórica. Prosiguiendo de esta manera una lista de categorías la cual dará pie a nuestro tercer nivel de análisis.
- 3) La concentración de datos es nuestra tercera categoría de nivel de análisis donde se hace una tabla de especificaciones dividiéndola en dos, en la primera tabla encontraremos los siguientes categorías encontradas en cada una de las técnicas de investigación con las observaciones de cada una de ellas. En este cuadro se transcribe tal cual lo que dijeron cada una de los participantes en relación con dicha categoría obtenida.

<b>CATEGORIAS</b>	
<b>A) IDENTIFICACIÓN DEL PARTICIPANTE</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
<b>B) CONTEXTO SOCIOCULTURAL</b>	
<b>C) CONSUMO MEDIÁTICO TELEVISIVO</b>	

<b>D) CONCEPCIÓN DE MUJER</b>	
<b>E) MUJER vs. HOMBRE</b>	
<b>F) LUCHA POR LA BUSQUEDA DE LA IGUALDAD DE GENERO LA CUAL EMPIEZA POR LA FAMILIA</b>	
<b>G) CONDICION DE LA MUJER</b>	
<b>H) LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES Y SU PROCESO DE RECEPCIÓN A TRAVES DE LOS HABITOS</b>	
<b>I) LO BUENO DE L.Q.C.L.M SEGÚN SUS RECEPTORAS</b>	
<b>J) LO MALO DE L.Q.C.L.M SEGÚN SUS RECEPTORA</b>	
<b>K) POSICIONAMIENTO DE LAS FUNDACIONES/INTITUCIONES PARTICIPANTES</b>	
<b>L) CONSUMIDORA PROPOSITIVAS</b>	
<b>M) INTERES E INVOLUCRAMIENTO CON EL MEDIO</b>	
<b>N) APROPIACIÓN Y USO DEL PROGRAMA TELEVISIVO L.Q.C.L.M</b>	
<b>O) REPRODUCCIÓN SOCIOCULTURAL</b>	
<b>P) RECONOCIMIENTO DEL MENSAJE</b>	
<b>Q) MODOS DE APRENDIZAJE</b>	

El segundo cuadro que prosigue para lograr dicha sistematización consiste en hacer otra tabla de especificaciones pero con dos diferentes puntos es decir esta tabla se dividirá en: Categorizaciones, en una síntesis textual del participante y una interpretación del investigador ante dicha información quedando de la siguiente manera:

<b><u>CATEGORIAS</u></b>	<b><u>SINTESIS TEXTUAL</u></b>	<b><u>INTERPRETACIÓN</u></b>
--------------------------	--------------------------------	------------------------------

<b>A) IDENTIFICACIÓN DE LOS PARTICIPANTES</b>		
<b>B) CONTEXTO SOCIOCULTURAL</b>		
<b>C) CONSUMO MEDIÁTICO TELEVISIVO</b>		
<b>D) CONCEPCIÓN DE MUJER</b>		
<b>E) MUJER vs. HOMBRE</b>		
<b>F) LUCHA POR LA BUSQUEDA DE LA IGUALDAD DE GÉNERO LA CUAL EMPIEZA POR LA FAMILIA</b>		
<b>G) CONDICIÓN DE LA MUJER</b>		
<b>H) LO QUE LLAMAMOS LAS MUJERES Y SU PROCESO DE RECEPCIÓN A TRAVÉS DE LOS HÁBITOS</b>		
<b>I) LO BUENO DE L.Q.C.L.M SEGÚN SUS RECEPTORAS</b>		
<b>J) LO MALO DE L.Q.C.L.M SEGÚN SUS RECEPTORA</b>		
<b>K) POSICIONAMIENTO DE LAS FUNDACIONES/INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b>		
<b>L) CONSUMIDORAS PROPOSITIVAS</b>		
<b>M) INTERÉS E INVOLUCRAMIENTO CON EL MEDIO</b>		
<b>N) APROPIACIÓN Y USO DEL PROGRAMA TELEVISIVO L.Q.C.L.M</b>		
<b>O) REPRODUCCIÓN SOCIOCULTURAL</b>		
<b>P) RECONOCIMIENTO DEL MENSAJE</b>		
<b>Q) MODOS DE APRENDIZAJE</b>		

- 4) La Síntesis interpretativa sería nuestro cuarto nivel de análisis, en donde aquí haremos uso de nuestra teoría utilizada en la realización de la investigación junto con la información obtenida con nuestras técnicas. Es

importante mencionar que esta síntesis no se hace por categoría sino que es necesario hacer cruces con ella y con las técnicas elegidas.

### **3.4. ¿LISTOS PARA GRABAR?**

Presentación General:

En este apartado se hará la presentación de los resultados de la primera técnica (grupo de discusión) a partir de las principales categorías teóricas y los resultados de la segunda técnica (dos encuestas no estructuradas). Posteriormente se dará paso a la tercera y última presentación del apartado cuatro de interpelación el cruce de datos de las dos técnicas aplicadas a la investigación. **(Ver los anexos si se interesa verificar el cuadro, anexo #5)**

Es importante aclarar que algunos tópicos expuestos en la investigación surgieron durante la aplicación del grupo de discusión y las entrevistas.

### **IDENTIFICACIÓN DEL PARTICIPANTE**

Mujeres que oscilan entre la edad de 35 a 40 años que viven en La Unidad Habitacional El Rosario que consumen el programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres.

### **CONTEXTO SOCIOCULTURAL**

Todas ellas tienen diferentes actividades que les agrada hacer en sus tiempos libres pero lo que las hace tener algo en común es el gusto por ver la televisión y la radio en la mayoría de ellas.

### **CONSUMO MEDIÁTICO TELEVISIVO**

A todas ellas les gusta ver la televisión porque las distrae un poco y tienen otros valores agregados como es que las ilustren, las instruyan y las informen de una manera fácil, gustosa y de fácil acceso.

La mayoría de las participantes prefieren hacer el consumo televisivo después de todas sus actividades de casa es decir en la noche. Cinco de las seis participantes prefieren ver la televisión en su recámara y solo una en la sala. Los programas que son más de su agrado para estas féminas son los informativos y documentales. Todas ellas al preguntarle si conocían programas

dirigidos a la mujer respondieron que si nombrando en su mayoría tres de ellos: Mujer, Lo Que Callamos y Diálogos en Confianza todos ellos perteneciendo a cadenas televisivas diferentes.

### **CONCEPCIÓN DE DE MUJER**

Ser mujer implica un todo, es una gran responsabilidad agradable y difícil a la vez, hoy en día la mujer puede desarrollar todos los roles de la familia y de la sociedad ocupando lugares imaginables en otros tiempos. Por lo que con el paso del tiempo la concepción de la mujer se ha visto transformada.

### **MUJER vs. HOMBRE**

Se empieza a ver una igualdad hoy en día entre el hombre y la mujer pero aun falta mucho por hacer, porque a pesar de este avance aun sigue existiendo en varias partes del país una diferencia de género.

### **LUCHA POR LA BUSQUEDA DE LA IGUALDAD DE GÉNERO LA CUAL EMPIEZA POR LA FAMILIA**

Es necesario seguir con esa lucha por la búsqueda de la igualdad de genero y una como mujer lo debe de fomentar desde su familia con sus hijos pues es ahí en donde lo podremos radicar esa desigualdad, educando a nuestros hijos de la misma manera, dándoles los mismos derechos como las mismas obligaciones no importando su sexo.

### **CONDICIÓN DE LA MUJER**

La Mayoría de las mujeres participantes estuvieron de acuerdo que la mejor etapa de una mujer es cuando eres madre porque es ahí cuando tienes la oportunidad de engendrar a un ser, enseñarlo, educarlo y trasmitirle lo aprendido. E esto esta en sus manos del nuevo ser.

### **MUJER E INSTITUCIONES**

La familia es una de las instituciones que tiene mayor peso para la mujer mexicana ya que es la primera institución que el individuo conoce en su vida y dependiendo lo que aprenda en ella es como esta persona se comportará en un futuro. Las féminas tienen una opinión del gobierno poco agradable.

A las mujeres de hoy claro que les interesa la política ya que aquí encuentran también la oportunidad de ese cambio que tanto anhelan. Sobre la educación las mujeres participante opina que hay aun un rezago en esta materia a pero a la vez existe un adelanto a comparación de aquellos años en donde a las mujeres no se les dejaba estudiar. En el ámbito laboral hoy en día la mujer también participa ocupando puestos que oscilan desde la limpieza hasta puestos ejecutivos, gerenciales etcétera.

### **SEMEJANTES PERO DIFERENTES (MUJER CASOS DE LA VIDA REAL / L.Q.C.L.M)**

Ambos programas están dirigidos a la mujer pero lo que los hacia diferentes era que el programa “Lo Que Callamos las Mujeres” no solo te expone el problema o el caso sino que este tiene un plus que te da información para solucionar el tema visto ese día lo que no hace el programas televisivo “Mujer Casos de la Vida Real”

### **LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES Y SU PROCESO DE RECEPCIÓN A TRAVÉS DE LOS HABITOS**

La mayoría de las participantes ve con regularidad el programa. Todas ellas prefieren ver el programa en su casa y solo dos de ellas lo ven, una con su mamá cuando se encuentra en casa de ésta y la otra ve las repeticiones en su trabajo ya que éstas pasan a un horario más temprano y es cuando se encuentra laborando. Las televidentes del programa con frecuencia lo ven solas y una que otra lo llega a ver junto con sus hijos. Ninguna de las participantes llegó a nombrar que ve el programa con su marido. Todas los omitieron solamente una expreso que a su marido no le agradaban este tipo de programas. Las participantes del grupo de discusión son televidentes que tienen más de dos años de ver dicho programa. Las féminas externaron estar complacidas por el horario que maneja el programa (19:30 hrs.) ya que en ese horario, ellas ya concluyeron con sus tareas del hogar. El gusto preferente que tienen las participantes del grupo de discusión por este programa es por el tipo de información y temas que aborda el programa.

### **LO BUENO DE L.Q.C.L.M**

Lo que más les agrada del programa a las féminas es: Su información, sus locaciones, las entradas del programa, que el programa es fácil de entender, las tomas que se hacen en los programas, los actores, el ritmo que se maneja el programa ya que tiene un principio y un fin el mismo día (programa unitario). Las féminas vuelven a ver los programas en el horario de las repeticiones (17:30 hrs.) porque así reafirman la información adquirida o porque en ese momento están pasando por algo similar a la repetición y cuando pasó con anterioridad no estaban ante tal situación.

### **LO MALO DE L.Q.C.L.M**

Lo que no les llega a agradar a las participantes del programa es: Que hay muchos comerciales. La participación de actores en el programa que no proyectan nada para ellas, el mal manejo de algunos programas en donde se tiene una temática interesante pero la realización no es plena.,que cuando están en locaciones en un lugar público no los dejan participar del todo (Caso expuesto en particular por una participante)

### **POSICIONAMIENTO DE LAS FUNDACIONES/INTITUCIONES PARTICIPANTES**

Aquí las participantes muestran que realmente toman la información que les brinda el programa y la guardan con ellas ya que nombraron varias instituciones o fundaciones que laboran junto con el programa: Telsida, Cima, Fucam, Sector Salud, La fundación de trasplantes, AFI, Alcohólicos Anónimos, Monte Fénix, ALANON, APIS, La procuraduría entre otras.

### **CONSUMIDORAS PROPOSITIVAS**

Las participantes se mostraron propositivas para el mejoramiento del programa y externaron lo siguiente: Hacer una especie de directorio donde salgan las fundaciones más solicitadas y la del día. Que cuenten con más variedad de actores y que te brindaran un teléfono directo para comunicarte con los del programa.

### **INTERES E INVOLUCRAMIENTO CON EL MEDIO**

La opinión general que externaron las participantes sobre el programa fue positivo ya que lo consideran que ayuda mucho a la mujer por la información que le brinda abarcando todos los aspectos de su vida y al mismo tiempo las entretiene.

### **APROPIACIÓN Y USO DEL PROGRAMA TELEVISIVO L.Q.C.L.M**

Ante el programa las participantes consternaron que si se llegan a ver reflejadas en él, ya sea por que pasaron una temática que se asimilaba a su vida o que simplemente por el hecho de presentar esa temática ellas se podían poner en el lugar de la actriz y futurizaban ante tal situación.

El público televidente participante expresa que las temáticas que maneja el programa está muy relacionado o va de la mano con la situación real del país y claro con el contexto de la mujer.

### **REPRODUCCIÓN SOCIOCULTURAL**

Las féminas toman esta información que les da el programa para hacer y lograr una reproducción sociocultural con su contexto que la rodea, para si poder superarse y ser mejor cada día en todo el sentido amplio de la palabra mujer.

### **RECONOCIMIENTO DEL MENSAJE**

Llegan a reconocer el mensaje del programa, expresando que sí una como mujer quiere puede salir adelante con la información o el caso expuesto en el programa.

### **MODOS DE APRENDIZAJE**

Los modos de aprendizaje que refleja el programa son muy importantes para las televidentes ya que esta información según ellas les abren los ojos para poder ver más de su contexto y aprender de él.

### **3.5 ¡CORTE Y QUEDA!**

En este apartado se relacionarán los datos obtenidos de cada una de las técnicas aplicadas para la realización de la investigación y se enlazarán los datos obtenidos en la entrevistas. Esta relación servirá para ver la Apropiación y el Uso del programa televisivo como factor de reproducción sociocultural y a



su vez observar como y de que manera el programa produce esa apropiación que desea tener con sus televidentes.

Al empezar a hacer este análisis de cruce de datos de las dos técnicas es importante mencionar que las técnicas aplicadas (grupo de discusión y entrevistas no estructuradas) presentaron una cierta similitud en las distintas categorías que conforman cada una de las técnicas aplicadas.

Las personas que hicieron posible este análisis de consumo cultural televisivo son mujeres amas de casa que oscilan entre la edad de 30 a 45 años (edad en que por lo regular en nuestra sociedad mexicana la mujer ha pasado etapas importantes de su vida como hija, amiga, hermana, esposa, amante y madre) y que residen todas en la Unidad Habitacional El Rosario teniendo en común; entre otros factores que no atañen propiamente a esta investigación; el consumo del programa “Lo Que Callamos las Mujeres” tanto ellas así como las participantes del grupo de discusión y la consumidora entrevistada cumplen cabalmente con lo antes mencionado.

Nótese como las similitudes en las respuestas tanto del Grupo de Discusión como de la consumidora entrevistada y la Productora Ejecutiva del Programa “Lo que Callamos las Mujeres” arrojaron datos y sentires muy similares.

Las participantes de esta investigación (grupo de discusión y entrevista-fiel seguidora del programa) tienen diferentes actividades que les agrada hacer en sus pocos tiempos libres como amas de casa más el punto en común entre ellas es el gusto por ver la televisión.

En lo que se refiere al consumo mediático televisivo, se encontró que la productora Ejecutiva del programa “Lo Que Callamos las Mujeres” Eva Hernández la cual fue entrevistada, externo al respecto que para ella el consumo mediático de la televisión mexicana es muy positivo, ya que asegura que es y seguirá siendo pese a quien le pese la número uno en el mundo, ya que los programas en su mayoría que se producen en México tienen la misma calidad que los extranjeros y esto se logra por todos lo mexicanos que

participan en la elaboración y el consumo de estos programas gracias a su creatividad y recepción de estos.

Por lo que si observamos el reflejo de esta opinión del consumo mediático televisivo, podemos decir que la mayor parte de las consumidoras participantes de ambas técnicas, les agrada ver la televisión ya que dicen que aparte de distraerlas de su cotidianidad tienen valores agregados, como instrucción, información grata y de fácil acceso (No se esfuerzan en abrir u hojear un libro o aguantar una insoportable clase en una academia educativa). Las consumidoras prefieren realizar el consumo televisivo después de todas sus labores del hogar teniendo como preferencia el horario nocturno alrededor de las 19:00 Hrs. en adelante. Los lugares idóneos para su recepción se ubican en la recámara o la sala de su lar llevando a cabo este casi ritual con tranquilidad para disfrutar los programas que son de su agrado.

Los Programas que tienen mayor importancia para estas consumidoras son aquellos de corte informativo, documentales y de entretenimiento por lo que es interesante rescatar que no sólo el gusto de las mujeres en su consumo televisivo son las telenovelas o programas de revistas exclusivamente, como comúnmente se piensa, sino las féminas van más allá de lo superficial y se interesan también o quizás un poco más por programas que les retribuyan algo para mejorar su existir eso si siempre y cuando se les informe de una manera sencilla y gratuita. Otro punto en común en este universo, ya antes descrito, son los programas que conocen con las características antes mencionadas, lo cuales son tres: “Diálogos en Confianza” (Canal 11. Programa informativo...Según las consumidoras mas el horario matutino de transmisiones les impide verlo con facilidad; baste recordar como antes se mencionó el horario preferido por las consumidoras;) “Mujer, casos de la vida real” (Canal de las Estrellas. Este programa sólo y únicamente entretiene exponiendo casos de Mujeres; tal como su nombre lo indica;) y “Lo que Callamos las Mujeres” (Azteca Trece. Este programa sin embargo entretiene e informa con el plus de contar con un horario nocturno lo que facilita su consumo para la televidente).

En el rubro de concepción de mujer nuestras consumidoras y la Productora Ejecutiva del mismo coinciden en muchos puntos tales como lo son los siguientes:

Para la Sra. Eva Hernández “Ser Mujer es una responsabilidad sumamente grata” y para las consumidoras “Ser Mujer implica un todo, transformándose en un ser con una gran responsabilidad agradable y a la vez difícil, ya que actualmente la mujer puede desarrollar casi todos los roles inherentes al núcleo familiar, a la sociedad y en los ámbitos laborales ocupando cargos que en otras épocas eran inimaginables por lo que el rol de la mujer ha crecido y crece día con día a pasos agigantados acercándose paso a paso a la bien llamada igualdad de Género.

En el caso específico de la pseudo denominada “Guerra de los Sexos” u “Hombre contra Mujer” las consumidoras creen y afirman que aún cuando a través de los meses, años y décadas la igualdad entre ambos sexos (Igualdad por supuesto no en el sentido fisiológico o físico sino de oportunidades y desarrollo) se ha aproximado una de la otra aún existe una gran desigualdad por lo que la lucha permanente prosigue hasta erradicar el último bastión de una educación “machista” (Propia no solo de los países Latinoamericanos sino de la población masculina en el mundo entero) para lograr quebrantar ese peldaño en la igualdad que es quizás, solo quizás, el más importante la Igualdad Moral entre hombres y mujeres.

La lucha interna de las consumidoras por lograr esta igualdad se gesta desde la familia (El núcleo de la sociedad nos inculcaban desde la secundaria) reeducando no sólo al esposo sino a los críos y a todos los miembros que rodean la familia estipulando obligaciones y derechos por igual sin importar el sexo de algunos de los miembros permanentes de la misma, logrando con ello que al pasar de los años las mujeres que forman parte de este núcleo crezcan en una verdadera igualdad con los hombres y entonces, sólo entonces su aportación a la sociedad será mucho mayor.

La Productora Ejecutiva comenta que al pasar de los años la función y los cargos que ocupan actualmente las mujeres en el ámbito televisivo se han

incrementado considerablemente no únicamente en número sino también, y es lo más importante en cargos con toma de decisión a nivel directivo en las empresas del mismo ramo transformando a la mujer, que ahí se desarrolla profesionalmente, en un ser con mucho mayor seguridad, aplomo y fortaleza para obtener sus metas lo que en un principio de su carrera profesional era casi “un sueño guajiro”. La opinión generalizada de las consumidoras de su condición más representativa como mujer se visualiza a partir de la gestación de un hijo ya que al nacer éste las responsabilidades se multiplican y el desarrollo de las mismas por igual lo que las encamina a realizar diversas profesiones que van desde Doctora, Enfermera, Sicóloga, Maestra, Detective, Investigadora, Literata, Matemática, Física, Deportista, Futbolista, Chef, Costurera y un sin fin de profesiones que invariablemente van de la mano con la profesión más difícil y de la cual jamás, reitero jamás encontraremos una escuela que la enseñe: Ser Madre.

Sobre las instituciones las consumidoras a través de su marco de referencia nombran en primera instancia a la Familia, Núcleo de la Sociedad ya que desde el nacimiento esta institución es la primera que se les enseña y que aprendieron de sus padres y sus padres de sus abuelos y la cadena regresiva sigue hasta la primera generación. Toda vez que dependiendo de la educación recibida será el futuro comportamiento de sus retoños y desenvolvimiento y proceder en su adultez. La segunda instancia fue el Gobierno, del cual es por demás mencionar que su opinión sobre el mismo va de malo a pésimo denominándolo un mal necesario para la sociedad donde la demagogia y el retroceso siempre están presentes contrario al avance y a la innovación mas interesadas en “La Política” ya que la visualizan no solo como un trampolín para obtener mejoras y crecimientos sino para equilibrar la igualdad del genero. La tercera institución que representa para las consumidoras una punta de lanza es la Educación donde reconocen un gran rezago educativo particularmente en las escuelas oficiales desde el Kinder hasta las Universidades Públicas aún cuando la brecha educativa se amplió para el género al permitírseles estudiar hasta la facultad y no encasillar su mundo en las labores propias de una “casa bien llevada”. Y como ultima institución mencionaron el ámbito laboral en lo general, sin afán de critica les recuerdo sus marcos de referencia ya que el

ámbito laboral perse no es una Institución, donde no solo ven, escuchan o sienten saben que las mujeres ocupan puestos desde intendencia hasta “altos cargos” ufanándose y enorgulleciéndose que no existe una sola compañía en la que no trabaje una mujer.

Al irnos acercando a nuestro punto nodal de la investigación con las participantes de las técnicas aplicadas iniciamos un comparativo del programa “Lo que Callamos las Mujeres” con su competencia directa “Mujer Casos de La Vida Real” preguntándoles su sentir sobre estos programas en las que las repuestas de las televidentes y de la Productora Ejecutiva coincidieron en este punto: Ambos programas están dirigidos a la mujer pero la diferencia marcada entre ambos es que el programa “Lo Que Callamos las Mujeres” no sólo te expone el problema o el caso sino que este tiene un plus: Información para solucionar la problemática televisada ese día es decir “Lo Que Callamos Las Mujeres” y “Mujer Casos De la Vida Real” podrán tener un formato similar pero son muy diferentes en su resolución ya que el programa de “Lo Que Callamos” brinda una opción a la posible solución a un problema.

En este cruce de técnicas para la Productora Ejecutiva Eva Hernández la recepción de la apropiación y uso del programa “Lo que Callamos las Mujeres”, es decir porque les gusta y creen en la historia, se da principalmente por lo siguiente: “Tiene más de una década desde su estreno en la Televisión Nacional (600 Programas transmitidos hasta la fecha, más lo que se han acumulado) y en todos y cada uno de los programas siempre hay una solución real para la televidente”. La mayoría de las participantes ven el programa con regularidad. Todas ellas prefieren ver el programa en su casa y solo dos de ellas lo ven en distinto momento, una en casa de su mamá cuando la visita y la otra ve las repeticiones en su trabajo ya que éstas pasan a un horario más temprano y es cuando se encuentra laborando. (Datos complementarios y quizá un tanto ociosos para el entretenimiento único del lector) Las televidentes del programa con frecuencia lo ven solas y una que otra lo llega a ver junto con sus hijos. Un dato casi anecdótico y quizá de un estudio profundo (que en realidad en este análisis no nos atañe) es que ninguna de las participantes mencionó que ve el programa al lado de su marido (¿y la Igualdad de Género?).

Casi todas las omitieron con excepción de una que comentó que a su marido no le agradaba este tipo de programas.

Las participantes del grupo de discusión son televidentes que tienen más de dos años de ver dicho programa y la colaboradora de la entrevista tiene siete años de verlo. Por lo que las féminas externaron estar complacidas por el horario actual que maneja el programa (19:30 hrs.) ya que en ese horario, ellas ya concluyeron con sus tareas del hogar. El consumo de este programa es continuo ya que se transmite en dos horarios distintos diariamente (17:30 Hrs. y 19:30 Hrs.) El primer horario transmite repeticiones mientras que el horario estelar transmite programas de Estreno lo que da una doble ganancia para la televidente, por un lado reforzamiento y recordatorio de soluciones y por el otro un nuevo aprendizaje cada día. El gusto preferente que tienen las participantes del grupo de discusión por este programa es por el tipo de información y temas que aborda.

Como antecedente este programa fue creado por la inquietud de la Señora Elisa Salinas mujer sumamente dedicada a las necesidades de sus congéneres, Para La Productora Ejecutiva Eva Hernández lo que hace vigente este programa es la evolución constante que va teniendo junto a la mujer actual. Otro punto en donde las televidentes concuerdan con La Productora es que el buen gusto del programa se debe al inmejorable manejo de los temas, su información, sus locaciones, las entradas (“Un “Teaser” bien editado siempre me despierta la curiosidad por verlo”), que el programa es fácil de entender, las tomas que se hacen, los actores, el ritmo que se maneja y lo primordial que tiene el programa, cada capítulo tiene un principio y un fin el mismo día. (Programa unitario).

Así como todo en esta vida tiene su lado bueno también tiene su lado malo donde nuestras féminas externaron sus disgustos se debió a la enorme cantidad de comerciales, a la participación de malos actores que no proyectan nada, el mal manejo de algunos programas donde habiendo una temática interesante la realización es deficiente, que cuando están en locaciones en un lugar público no dejan participar a los curiosos. (Caso expuesto en particular

por una participante). (Dirían en el argot televisivo... “Quiere Extrear” o Diría un Director “Porque si nosotros no vamos a interrumpir en sus trabajos los curiosos tienen que venir a interrumpir en nuestro trabajo”)

Con respecto a lo que señala al posicionamiento de temas, fundaciones y/o instituciones participantes en el programa para sus consumidoras Eva Hernández la Productora Ejecutiva explica:

“Se lleva una selección cuidadosa para la elección de estas instituciones, hay un arduo trabajo de investigación sobre esa institución, asociación o agrupación de personas etcétera de que sean realmente honestas, serias y que estén ya constituidas o instituidas con bases firmes, con conocimientos fuertes con la capacidad para poder responder realmente al asesorar la problemática que se va atacar.”

Aquí las participantes muestran que realmente toman la información que les brinda el programa y la guardan con ellas ya que nombraron varias instituciones o fundaciones que laboran junto con el programa: Telsida, Fundación Cima, Fucam, Sector Salud, la fundación de transplantes, AFI, Alcohólicos Anónimos, Monte Fénix, ALANON, APIS, La Procuraduría entre otras.

En todo momento las participantes se mostraron propositivas para el mejoramiento del programa y sugirieron lo siguiente: Hacer un directorio donde salgan las fundaciones más solicitadas y la del día, que cuenten con más variedad de actores, que te brinden un teléfono directo para comunicarte con la producción del Programa.

También nos interesó saber si en las consumidoras existe un interés e involucramiento con su medio-contexto lo que se expresó de la siguiente manera para la Productora Ejecutiva este involucramiento en el programa se da ya que las temáticas que se manejan en el programa giran alrededor de la mujer porque definitivamente la mujer es uno de los ejes principales y muchas veces el único eje o la única cabeza de la familia y es ahí cuando se decide atacarlo, estudiarlo, percibirlo para poder darles el enfoque del color que ellos

lo están mirando para también presentárselos de una manera que se puedan reflejar y lo más importante encontrar una solución.

Por otra parte la opinión general que externaron las consumidoras sobre esto fue positiva porque consideran que el programa ayuda considerablemente a la mujer por la información que le brinda abriendo un abanico que incluye todos o casi todos los aspectos de su vida, todo esto teniendo una doble función y la cual es la principal para el programa que es el entretener. Este tipo de programas no solo le brindan ayuda a la mujer sino también a la sociedad en donde la fémina se encuentra inmersa.

Es importante señalar que el objetivo principal que tiene el programa de “Lo Que Callamos Las Mujeres” según lo afirmó la productora Ejecutiva es: “Que la mujer crezca, que encuentre una forma de solución a su problema que no se hunda en su problema sino que salgas a flote sin ser didácticos por su puesto porque la televisión también tiene otro punto y no es precisamente el didáctico sin embargo entreteniendo y vendiendo esperanzas también reeduca y entonces en esa fusión, en esa amalgama en donde encuentras todo en un solo programa”.

Así que se consigue afirmar esto con lo que legitiman las consumidoras al respecto, reflexionan que si se llegan a ver reflejadas en dicho programa, ya sea por que pasaron una temática que se asemejaba a su vida o que simplemente por el hecho de presentar esa temática ellas se podían poner en el lugar de la actriz y futurizaban ante tal situación, otra de las razones por que se apropian del programa y lo usan es porque a parte que les brinda la información, las entretiene y se ven reflejadas en algunos casos expuestos. Puntualizando que es “rico obtener información de una manera sencilla y cómoda”. Ya que pueden ver que todas las temáticas que maneja el programa son un claro reflejo de la vida real de la mujer y la sociedad mexicana. (Los temas de los programas siempre están al día).

Como se puede observar las consumidoras toman esta información que les da el programa para hacer una reproducción sociocultural con su contexto, para



así poder superarse y ser mejor cada día en todo el sentido amplio de la palabra mujer. La información que reciben estas consumidoras a través de su consumo televisivo que hacen ante dicho programa tratan de compartirla si el medio se los permite ya que piensan que si la comparten podremos ser mejores día con día tanto como mujer, individuos y sociedad, los temas que son presentados en este programa los pueden remitir a su vida ya que no se esta exento en esta vida a nada y son temas que están inmersos en la vida cotidiana de cada mujer. Se ha llegado a difundir tanto este programa gracias a sus consumidoras según lo explica la Productora Ejecutiva Eva Hernández que las asociaciones se llegan a acercar solas a la producción del programa, al igual que aquellas mujeres que se han reflejado en el programa y deseando exponer su caso para explayar su evidencia ya que todos los programas trasmitidos parten de un punto real de la vida de cualquier mujer.

Con casi una década al aire la Productora Ejecutiva afirma que el programa cumple con su objetivo y es así que sigue vigente en varias partes del mundo no sólo en el país. Los programas van vendiendo esperanza y entregando soluciones y nosotros recibiendo respuesta porque la misma gente te escribe por lo que las receptoras dicen que este modo de aprendizaje que les deja el programa les es de ayuda en su vida para solucionar algo que les aqueja o les preocupa, de una depende si toma la información o no, por lo que las consumidoras llegan a reconocer el mensaje del programa expresando que si una como mujer quiere puede salir adelante con la información o el caso expuesto en el programa.

Los modos de aprendizaje que refleja el programa son muy importantes para las televidentes ya que esta información les abre los ojos para poder ver más de su contexto y aprender de él. Para Eva Hernando Productora Ejecutiva de “Lo Que Callamos Las Mujeres” el aprendizaje que quiere compartir el programa y ella como mujer y como Productora Ejecutiva es que sigamos adelante, que nunca nos dejemos caer que siempre va haber una esperanza, y siempre para el programa el vender una esperanza es lo que va a enaltecer su trabajo.

Como último paso y después de una metodología adecuada, se continuó con la interpretación de los resultados, en los que se determinaría si la investigación trajo consigo resultados plausibles y relevantes, de qué manera son interpretados los mismos, para así saber si se cumple con el propósito principal el cual es el responder las preguntas de investigación anteriormente formuladas. Por lo que en el próximo capítulo se expondrá la información aquí presentada por tópicos.

La mujer más despreocupada siente una voz interna que le dice: "Sé bella si puedes, sé sabia si quieres, pero sobre todo trata de ser estimada: es necesario".

Beaumarchais

El secreto de no hacerse fastidioso consiste en saber cuando detenerse.

*Voltaire*

(1694-1778) Filósofo y escritor francés.

La pequeña pantalla es la barraca de feria donde el pueblo viene a ver las  
maravillas del mundo.

Kazimierz Brandys (1916-2000)

**“WRAP IT UP – (RAPER OP)  
Es todo para todos”**

**CAPÍTULO 4**

#### **4. WRAP IT UP – (RAPER OP)**

##### **Es todo para todos...**

En este presente capítulo encontramos las reinterpretaciones de las interpretaciones de los análisis metodológicos expuestos en el capítulo 3 retomando la teoría y lo contextual para poder llegar a profundizar en nuestro objeto de estudio.

#### **4.1 LAS HERRAMIENTAS**

Para realizar una investigación como la presente de una manera grata, es necesario el uso y el empleo de herramientas especializadas en la interpretación de los datos, sobre todo cuando los datos que se obtienen se presentan de una manera cualitativa.

Parafraseando al escritor Mauricio Beuchot, la Hermenéutica es la disciplina encargada de la interpretación de los discursos en cualquiera de sus formas: oral, escrito, etcétera; en donde el contexto sirve de complemento para obtener una interpretación más profunda y objetiva y no solamente analizar lo superficial. La Hermenéutica es un apoyo indispensable al querer otorgarle un significado a los raciocinios que día con día y momento a momento incorporamos a nuestras formas y costumbres de vida es decir en nuestro círculo social, en nuestro contexto, en nuestra supervivencia cotidiana y gracias a ella se presenta una innovación constante en nuestra cultura y en nuestra sociedad.

Es necesario tomar en cuenta el significado que el autor “Lo Que Callamos Las Mujeres” que en este caso específico es el programa televisivo así como el intérprete “Mujeres Televidentes” que se apropian de éste, quienes le otorgan al discurso que se pretende interpretar, ya que es a partir de ahí que se descifra el código significativo del mismo, sucede que sin el significado otorgado por los dos personajes anteriormente mencionados resultaría trivial hacer una interpretación, ya que el texto se encontraría incompleto para su estudio.

Tomando en cuenta a la Hermenéutica y el contexto del objeto de estudio, logrando hacer una interpretación adecuada de los datos recabados de las técnicas anteriormente aplicadas y con ello contestar las respuestas que corresponden a cada una de las preguntas de investigación planteadas en un inicio de esta investigación.

Dentro de la investigación, un factor que se pudo corroborar fue la existencia de la apropiación y uso del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” en sus televidentes y esto se refleja en la investigación con uno de los temas manejados en este proyecto “El Consumo Cultural”. Por lo que este programa es un conjunto de procesos socioculturales en donde la féminas pueden realizar a través de la recepción de la emisión televisiva la apropiación del programa, según el tema de su interés de cada mujer y a su vez el uso particular que cada una le da a la transmisión.

Parfraseando a Thompson, la televisión es una forma comunicativa que ayuda a sostener a la cultura de masas y de las técnicas de comunicación, la que mayor penetración alcanza en el individuo es la TELEVISIÓN, por lo que este programa televisivo es presentado con un flujo constante de palabras, imágenes, información e ideas que están relacionados entre si, que ocurren más allá del medio social inmediato de cada mujer televidente, por lo que estas figuras por así nombrarlas que aparecen en este programa televisivo se ven transformadas en puntos de referencia comunes para las telespectadoras que pueden compartir en algunas situaciones una experiencia y/o una memoria colectiva similar.

Cuando esto sucede se puede decir que las televidentes se apropian del programa, “hacen propiedad algo que es nuevo, ajeno o extraño en el andar de sus vidas diarias” (Thompson, 2004, p. 454-463) dicho de otra manera las televidentes reciben estos mensajes mediados del programa televisivo, hablan acerca de ellos con la gente que las rodea y a través de un proceso continuo de una elaboración discursiva sobre la información obtenida del programa, los mensajes que reciben y los datos duros expuestos en esta transmisión es

hasta este momento cuando se afirma que el tele auditorio se apropia del programa.

Como resultado las televidentes integran los capítulos televisados a sus vidas diarias porque toda consumidora cuando selecciona, compra y utiliza algún tema manejado en el programa, “está contribuyendo a la construcción de un universo intangible con los bienes que elige” (Canclini, 1993, p. 31 – 33), esto es además de que la televidente puede satisfacer a través de dicho programa necesidades o deseos, se apropia de los temas expuestos y no sólo se queda a ese nivel sino que los carga de significados particulares de su vida, jerarquizando sus actos y a su vez configurando sus sentidos.

Así pues estas mujeres participan diferencialmente en la reproducción sociocultural, la cual, la pueden lograr a su vez con la vivencia de cada mujer en particular, esto es que implica la participación compartida de la mujer con su contexto en procesos que pueden ocurrir como reposiciones cotidianas de situación vitales. “Al hacerlo las mujeres reproducen relaciones sociales, políticas, institucionales, espacios materiales y culturales de vida” (Lagarde, 2005, p.117) por lo que afirmamos que las mujeres contribuyen a la reproducción de modos de vida, concepción del mundo y de la cultura. Entendiendo a la reproducción sociocultural como los modos de vida, representados y explicados por concepciones particulares de cada mujer.

#### 4.2 INTERPRETACIÓN DE LAS PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.

La interpretación de las preguntas es imprescindible en una investigación de este tipo debido a que, en esta etapa en donde todos los datos que se obtuvieron de la técnicas aplicadas y del cruce de datos entre las mismas son tomadas en cuenta a través de un método cualitativo y así responder a las interrogantes que originaron dicha investigación, como también corroborar o desechar la hipótesis que fue planteada en un comienzo.

Después de haber aplicado las técnicas correspondientes a la investigación, que en este caso fue el grupo de discusión y entrevistas, se prosiguió con el

último de los pasos que es la interpretación de la pregunta general de investigación así como las preguntas particulares que derivaron de ésta.

Es importante mencionar que a esta interpretación le complementa la interpretación de los cuadros de análisis previamente realizadas (véase capítulo 3) donde se detallan tópico por tópico los resultados que se obtuvieron encada técnica aplicada así como el resultado del cruce de las técnicas del grupo de discusión y la entrevista.

Así, en este capítulo se precedió a interpretar de manera particular cada una de las preguntas de la investigación, desde las preguntas particulares hasta la pregunta general; ésta misma fue con relación al consumo de un medio de comunicación masiva y a la reproducción sociocultural que deriva del mismo por parte de las televidentes que hacen recepción del programa “Lo Que callamos las Mujeres”.

Por consiguiente, esto nos da un fundamento para realizar la reinterpretación de cada uno de los conceptos centrales de la investigación, generando una información complementaria en donde al final de ésta se podrá dar una respuesta interpretativa a la pregunta general de investigación.

### **1. TELEVISIÓN:**

¿Cuáles son los elementos que ocasionan que las mujeres de 35 a 45 años incorporen el programa televisivo “Lo Que Callamos las Mujeres” a su vida cotidiana?

La mujer es considerada plena por nuestra sociedad cuando esta tiene alrededor de los 35 a 45 años de edad, comúnmente en esta edad se encuentra realizada como hija - esposa y madre entre otros roles y un medio que sustenta estos parámetros de la mujer con relación a su edad es a televisión y parafraseando a Thompson la televisión se presenta con un flujo constante de palabras, imágenes, información e ideas que están relacionadas con los sucesos que ocurren más allá de nuestro medio social inmediato. Por lo que las figuras que aparecen en televisión se transforman en puntos de referencia comunes para los televidentes que tal vez nunca interactúen entre

sí pero que comparten, en virtud de su participación en una cultura mediatizada. De las técnicas de comunicación, la que mayor penetración alcanza es la televisión considerándola como una forma comunicativa que sostiene la cultura de masas.

Los Programas que tienen mayor importancia para estas consumidoras también son aquellos de corte informativo, documentales y de entretenimiento por lo que es interesante rescatar que no solo el gusto de las mujeres en su consumo televisivo son las telenovelas o programas de revistas exclusivamente, como comúnmente se piensa, sino las féminas van más allá de lo superficial y se interesan también o quizás un poco más por programas que les retribuyan algo para mejorar su existir y que mejor que se les informe de una manera sencilla y gratuita. Encontrándolo todo lo antes mencionado en un programa de género unitario televisivo nombrado “Lo que Callamos las Mujeres” (Azteca Trece), este programa entretiene e informa en un horario vespertino lo que facilita su consumo para las televidentes de dicho programa.

“Lo Que Callamos Las Mujeres” cuenta con una estructura de guión diferente a su competencia “Mujer Casos De La Vida Real” la diferencia dramática fundamental radica que en este unitario se orienta e informa sobre los Centros e Instituciones que se dedican a ayudar a resolver las problemáticas presentadas de la mujer. Este programa unitario televisivo maneja historias reales sobre la vida de la mujer actual y sobre su entorno social ya que los televidentes piden ver cosas que les aporten, que les den información nueva, es una función del medio.

Por lo que entre los elementos que ocasionan que las mujeres de 35 a 45 años incorporen el programa televisivo “Lo Que Callamos las Mujeres” a su vida cotidiana es que tienen el gusto en común de ver la televisión expresando que aparte de distraerlas de su cotidianidad tienen valores agregados, como instrucción, información grata y de fácil acceso (No se esfuerzan en abrir u hojear un libro o aguantar una insoportable clase en una academia educativa). Prefriendo realizar el consumo televisivo después de todas sus labores del hogar *“En la mañana estoy muy atareada con mis hijos cuando se van a la escuela con el desayuno y de más, después sigo con el quehacer de la casa y*



*la comida y no hay un espacio libre para ver la televisión en mi vida por las mañanas y en las tardes después de comer es cuando es cuando encuentro un espacio para encender la televisión” (Olivia, 45 años). Los lugares idóneos para la recepción televisiva del programa se ubican en la recámara o la sala de su casa.*

Otro de los elementos de este programa según estas féminas es que el programa “Lo Que Callamos las Mujeres” no solo te expone el problema o el caso sino que brinda información para solucionar la problemática televisada. *“Para mi el programa te expone el caso del día pero a diferencia del otros te dan una solución que esto es lo más importante para una como mujer saber que hay instituciones, fundaciones, etcétera que nos pueden ayudar que casi casi nos solucionan nuestro pesar, nos dicen a donde ir y nos hacen saber que nosotras también valemos y que a su vez tenemos que hacer valer nuestro derecho y que existen instituciones que nos hacen valer nuestros derechos” (Lizbeth, 36 años).*

## **2. APROPIACIÓN:**

¿Cuáles son los procesos de apropiación que generan las mujeres de 35 a 45 años a través del programa “Lo Que Callamos las Mujeres”?

Las televidentes hacen este proceso de apropiación televisiva ya que hacen de su propiedad dicho transmisión, para **Thompson** es el proceso de “hacer propiedad de uno” algo que es nuevo, ajeno, similar o extraño; esto debe entenderse en relación con los individuos particulares que en el curso de sus vidas diarias, reciben los mensajes mediados, hablan acerca de ellos con los demás, y que, a través de un proceso continuo de elaboración discursiva, los integran a sus vidas (Thompson, 2004, p. 454-463). Si las televidentes de los mensajes mediados intervienen en un esfuerzo permanente por comprender también participan en el proceso continuo por comprenderse y recomprenderse por medio de los mensajes que reciben. Este proceso de auto comprensión y de autoformación no es repentino, ni es un hecho que ocurra una sola vez; es un proceso gradual. Por lo que las televidentes afirman que si se llegan a ver reflejadas en él, ya sea por que pasaron una temática que se asimilaba a su

vida o que simplemente por el hecho de presentar esa temática, ellas se podían poner en el lugar de la actriz y futurizar ante tal situación. *“Alguna vez vi un programa donde trataban el tema de violación en ese momento cuando lo veía me sacudió y me hizo pensar en que hubiera pasado si mis hijas hubieran estado en ese lugar” (Margarita 45 años).*

Lo anteriormente expresado se afirma porque las féminas reconocen el mensaje del programa expresando que si una como mujer quiere, puede salir adelante con la información o el caso expuesto en el programa.

### 3. USOS:

¿Cuáles son los usos que le dan las mujeres de 35 a 45 años al programa “Lo Que Callamos las Mujeres?”

Las mujeres televidentes utilizan objetos materiales para establecer los sentidos y las prácticas que los preservan, es decir, cuanto más costosos sean esos bienes, más fuerte será la ritualización que fije los significados que se les asocian (en este caso estamos hablando de los programas de televisión). Como se pudo ver en el capítulo teórico García Canclini explica que todo consumidor, cuando selecciona, compra y utiliza, está contribuyendo a la construcción de un universo inteligible con los bienes que elige (Canclini, 1993, p. 31 – 33). Además de satisfacer necesidades o deseos, apropiarse y usar los objetos es cargarlos de significados, por lo que las televidentes expresan que las temáticas que maneja el programa están muy relacionadas con el contexto de la mujer y por tal semejanza es que lo llevan a sus vidas y lo usan reparando necesidades o deseos. *“De este programa yo obtuve la información para encontrar una solución a mi accidente y eso fue de la fundación de quemados la cual me orientó y me canalizó con uno de sus mejores cirujanos” (Lizbeth, 36 años).*

Por otra parte la opinión general que externaron las consumidoras sobre el uso que le dan a este programa fue positiva porque piensan que el programa ayuda considerablemente a la mujer con la información que le brinda abriendo un abanico que incluye todos o casi todos los aspectos de su vida, todo esto

teniendo una doble función y la cual es la principal para el programa que es el entretener. Concluyendo que este tipo de programas no solo le brindan ayuda a la mujer sino también a la sociedad en donde la fémina se encuentra inmersa.

Es importante señalar que el objetivo principal que tiene el programa de “Lo Que Callamos Las Mujeres” es: “Que la mujer crezca, que encuentre una forma de solución a su problema que no se hunda en su dificultad sino que salgas a flote sin ser didácticos por su puesto porque la televisión también tiene otro punto y no es precisamente el didáctico sin embargo entreteniendo y vendiendo esperanzas también se puede reeducar si el televidente lo desea.

¿Qué repercusiones tienen en lo sociocultural la apropiación y el uso del programa “Lo Que Callamos las Mujeres” en sus televidentes?

Por otra parte la opinión general que externaron las consumidoras sobre el uso que le dan a este programa fue positiva porque piensan que el programa ayuda considerablemente a la mujer con la información que le brinda abriendo un abanico que incluye todos o casi todos los aspectos de su vida, todo esto teniendo una doble función y la cual es la principal para el programa que es el entretener. Concluyendo que este tipo de programas no solo le brindan ayuda a la mujer sino también a la sociedad en donde la fémina se encuentra inmersa.

*“Nosotras como mujeres podemos tener ese cambio para bien de una y de todo individuo, desgraciadamente hoy en día hay mujeres que aún se dejan y no se atreven a decir sus sentimientos, no se valoran ojala que existan más programas de este tipo para que lleguen a todos los rincones del país, que una como mujer haga conciencia para que le ayude a otra persona a quitarse la venda de los ojos, para aportar algo para el mejoramiento de nuestra sociedad y no siga ese deterioro social que estamos viviendo, para eso tenemos el camino a la información” (Olivia, 45 años).*

*“Las temáticas que se manejan en el programa giran alrededor de la mujer porque definitivamente la mujer es uno de los ejes principales y muchas veces el único eje o la única cabeza de la familia y es ahí cuando se decide atacarlo, estudiarlo, percibirlo para poder darles el enfoque del color que ellos lo están*

*mirando para también presentárselos de una manera que se puedan reflejar y lo más importante encontrar una solución” (Eva Hernández Productora Ejecutiva del programa Lo Que Callamos las Mujeres).*

¿Qué factores favorecen o enriquecen a las televidentes que ven el programa “Lo Que Callamos las Mujeres”?

El factor que más enriquece a las televidentes del programa es el aprendizaje que la mujer adquiere a través de las temáticas expuestas, pues esta información les hace ver más de su contexto inmediato brindándoles información que les es útil para su vida. *“Es uno de los muchos casos que he tomado en cuenta del programa para solucionar algo de mi vida. De una depende si toma la información o no, las armas ahí están. Y como dice el programa “Una es dueña de su propio destino de una depende romper el silencio” y es verdad esta frase en todos los aspectos tanto en salud, con tu esposo, con tu jefe o tus hijos dependiendo la problemática hay solución para cada uno de estos” (Sharon, 40 años).*

*“Siempre va haber una enseñanza y una esperanza, siempre para el programa el vender una esperanza es lo que va a enaltecer el trabajo” (Eva Hernández Productora Ejecutiva del programa Lo Que Callamos las Mujeres).*

#### **4. MUJER:**

¿Qué significa ser mujer para la misma mujer televidente del programa?

Con respecto a la definición de **Mujer** (Ver Capítulo 1) **Marcela Lagarde** la define de la siguiente manera, la mujer es una creación histórica cuyo contenido es el conjunto de circunstancias, cualidades y características esenciales que definen a la mujer como ser (genérico). Por lo que se puede decir que la mujer es histórica ya que es diferente y cuenta con un conjunto de cualidades y características atribuidas a las féminas, es decir va desde sus formas de comportamiento, actitudes, capacidades intelectuales y físicas, hasta su lugar en las relaciones económicas y sociales y las opresión que la somete (2005, p. 77).

La naturaleza de la mujer está constituida por un conjunto de relaciones de producción, por las relaciones vitales que está incluida independientemente de su voluntad y de su conciencia y por las formas en las que participan en ellas en la producción social de su vida (Lagarde, 2005, p.79). Las mujeres como género comparten la misma condición genérica, pero difieren en cuanto a sus situaciones de vida y en los grados y niveles de la opresión.

Las mujeres se relacionan vitalmente en la desigualdad requieren de los otros, los hombres, los hijos, los parientes, la familia, la casa, los compañeros, las amigas, las autoridades, el trabajo, las instituciones, y los requieren para ser mujeres de acuerdo con el esquema dominante de feminidad por lo que esta dependencia vital de las mujeres con los otros se caracteriza por su sometimiento al poder masculino ante la sociedad.

Cada mujer constituye y tiene como contenido una síntesis de hechos sociales y culturales que influyen en ella y son únicos pero al mismo tiempo por semejanza permiten identificarla con otras mujeres por su situación similar. El siglo XX significó para las mujeres la oportunidad de integrarse a los ámbitos educativos, políticos, sociales de nuestra sociedad. Fue un siglo de lucha por el sufragio femenino, la igualdad de oportunidades, el respeto a los derechos humanos y a la dignidad de las mujeres. También la ciencia favoreció el desarrollo de las mujeres, los métodos anticonceptivos permitieron que éstas pudieran decidir sobre su fecundidad y así planear mejor su futuro. En este siglo se ve una mayor participación laboral ya que debido a la apertura política las mujeres llegaron a tener puestos ejecutivos en la administración pública. Lo anterior le dio una mayor independencia económica aunque no ideológica por continuar estando sometida a los modelos patriarcales.

Se abrió el mercado de trabajo para ellas; pero aún así siguieron viviendo en una cultura predominantemente machista. A pesar de los adelantos no se han dado de la misma manera para todas las mujeres, pues existen muchos tipos de mujeres por ejemplo las educadas y las analfabetas, las urbanas y las rurales, las que se dejan y las que no se dejan todos estos papeles de la mujer los podemos ver reflejados también el programa de "Lo Que Callamos Las

Mujeres”, en rubro de concepción de mujer las consumidoras ser Mujer implica un todo, transformándose en un ser con una gran responsabilidad agradable y a la vez difícil, ya que actualmente la mujer puede desarrollar casi todos los roles inherentes al núcleo familiar, a la sociedad y en los ámbitos laborales ocupando cargos que en otras épocas eran inimaginables por lo que el rol de la mujer ha crecido y crece día con día a pasos agigantados acercándose paso a paso a la bien llamada igualdad de *Genero* “*Supuestamente legalmente ya existe la igualdad entre el hombre y la mujer. Pero aún la igualdad real moral no se da*” (Lizbeth, 36 años).

La lucha interna de las consumidoras por lograr esta igualdad se gesta desde la familia (El núcleo de la sociedad nos inculcaban desde la secundaria) reeducando no solo al esposo sino a los críos y a todos los miembros que rodean la familia estipulando obligaciones y derechos por igual sin importar el sexo de algunos de los miembros permanentes de la misma, logrando con ello que al pasar de los años las mujeres que forman parte de este núcleo crezcan en una verdadera igualdad con los hombres y entonces, solo entonces su aportación a la sociedad será mucho mayor. La opinión generalizada de las consumidoras de su condición más representativa como mujer se visualiza a partir de la gestación de un hijo ya que al nacer este las responsabilidades se multiplican y el desarrollo de las mismas por igual lo que las encamina a realizar diversas profesiones que van desde Doctora, Enfermera, Sicóloga, Maestra, Detective, Investigadora, Literata, Matemática, Física, Deportista, Futbolista, Chef, Costurera y un sin fin de profesiones que invariablemente van de la mano con la profesión más difícil y de la cual jamás, reitero jamás encontraremos una escuela que la enseñe: Ser Madre. “*Cuando fui madre, ahí supe y me entere de todo lo que puede ser capaz de hacer como madre por mis hijos*” (Georgina 38 años).

Sobre las instituciones las consumidoras a través de su marco de referencia nombran en primera instancia a la Familia, Núcleo de la Sociedad ya que desde el nacimiento esta institución es la primera que se les enseña y que aprendieron de sus padres y sus padres de sus abuelos y la cadena regresiva sigue hasta la primera generación. Toda vez que dependiendo de la educación

recibida será el futuro comportamiento de sus retoños y desenvolvimiento y proceder en su adultez. *“Para mi como mujer la familia es muy importante por que ahí es donde puedo transmitir lo que deseo para bien de los demás, es ahí donde puedo hacer algo por mi gente, mi colonia, mi país, por las mujeres”* (Margarita, 45 años). La segunda instancia fue el Gobierno, del cual es por demás mencionar que su opinión sobre el mismo va de malo a pésimo denominándolo un mal necesario para la sociedad donde la demagogia y el retroceso siempre están presentes contrario al avance y a la innovación mas interesadas en “La Política” ya que la visualizan no solo como un trampolín para obtener mejoras y crecimientos sino para equilibrar la igualdad del genero. La tercera institución que representa para las consumidoras una punta de lanza es la Educación donde reconocen un gran rezago educativo particularmente en las escuelas oficiales desde el Kinder hasta las Universidades Públicas aún cuando la brecha educativa se amplio para el genero al permitirseles estudiar hasta la facultad y no encasillar su mundo en las labores propias de una “casa bien llevada”. Y como ultima institución mencionaron el ámbito laboral en lo general, sin afán de critica les recuerdo sus marcos de referencia ya que el ámbito laboral perse no es una Institución, donde no solo ven, escuchan o sienten saben que las mujeres ocupan puestos desde intendencia hasta “altos cargos” ufanándose y enorgulleciéndose que no existe una sola compañía en la que no trabaje una mujer *“Es las ganas de superarse uno como mujer ya que ahora hemos demostrado que en cualquier labor puedes desarrollarte”* (Blanca, 45 años).

## 5. REPRODUCCIÓN SOCIOCULTURAL:

¿Cómo se da la reproducción sociocultural de las televidentes del programa “Lo Que Callamos las Mujeres”?

Con respecto a lo que nos referimos sobre lo que significa **Reproducción Sociocultural** tomaremos en cuenta nuevamente como se vio en el capítulo 1 a **Marcela Lagarde**, esta autora dice que las mujeres participan diferencialmente en la reproducción global de la sociedad y de la cultura y lo logran con la reproducción de los particulares (implica la participación compartida de la mujer con su contexto) en procesos que ocurren como

reposición cotidiana de condiciones vitales. Al hacerlo las mujeres reproducen relaciones sociales y políticas, instituciones, espacios materiales y culturales de vida. Por lo que se puede afirmar que las mujeres contribuyen a la reproducción de modos de vida y de concepciones del mundo es decir, de la cultura (2005, p.117). Por lo que la reproducción sociocultural se entiende como los modos de vida representados y explicados por concepciones del mundo particular de cada mujer, como se pudo observar de igual manera las consumidoras toman la información que les da el programa para hacer y lograr una reproducción sociocultural con su contexto que la rodea, para si poder superarse y ser mejor cada día en todo el sentido amplio de la palabra mujer. La información que reciben estas consumidoras a través de su consumo televisivo que hacen ante dicho programa tratan de compartirla si el medio se los permite ya que piensan que si la comparten podremos ser mejores día con día tanto como mujer, individuos y sociedad, los temas que son presentados en este programa los pueden remitir a su vida ya que no se esta exento en esta existencia a nada y son temas que están inmersos en la vida cotidiana de cada mujer.

*“Siempre hay una solución y tenemos que expandir ese pensamiento día con día con nuestras conocidas, familiares, hijos, vecinos” (Yolanda, 43 años).*

*“Se ha llegado a difundir tanto este programa gracias a sus consumidoras que las asociaciones participantes se llegan a acercarse solas a la producción del programa, al igual que a las esas mujeres que se han reflejado en el programa y deseando exponer su caso para explayar su evidencia ya que todos los programas trasmitidos parten de un punto real de la vida de cualquier mujer” (Eva Hernández Productora Ejecutiva del programa Lo Que Callamos las Mujeres).*

Una vez contestadas las preguntas particulares se respondió la pregunta general de investigación:

**PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN:**

**¿Cuál es la apropiación y uso del programa “Lo Que Callamos Las Mujeres” como un factor de reproducción sociocultural de las mujeres televidentes?**



Las personas que hicieron posible este análisis de consumo cultural televisivo son mujeres amas de casa que oscilan entre la edad de 30 a 45 años (edad en que por lo regular en nuestra sociedad mexicana la mujer ha pasado etapas importantes de su vida como hija, amiga, hermana, esposa, amante y madre) y que residen todas en la Unidad Habitacional El Rosario teniendo en común; entre otros factores que no atañen propiamente a esta investigación; el consumo del programa “Lo Que Callamos las Mujeres”.

Las participantes de esta investigación tienen diferentes actividades que les agrada hacer en sus pocos tiempos libres como amas de casa, más el punto en común entre ellas es el gusto por ver la televisión. Sobre el consumo mediático televisivo, podemos decir que la mayor parte de las consumidoras participantes de ambas técnicas, les agrada ver la televisión ya que dicen que aparte de distraerlas de su cotidianidad tienen valores agregados, como instrucción, información grata y de fácil acceso (No se esfuerzan en abrir u hojear un libro o aguantar una insoportable clase en una academia educativa). Las consumidoras prefieren realizar el consumo televisivo después de todas sus labores del hogar teniendo como preferencia el horario nocturno alrededor de las 19:00 Hrs. en adelante. Los lugares idóneos para su recepción se ubican en la recámara o la sala de su lar llevando a cabo este casi ritual con tranquilidad para disfrutar los programas que son de agrado.

Los Programas que tienen mayor importancia para estas consumidoras son aquellos de corte informativo, documentales y de entretenimiento por lo que es interesante rescatar que no solo el gusto de las mujeres en su consumo televisivo son las telenovelas o programas de revistas exclusivamente, como comúnmente se piensa, sino las féminas van más allá de lo superficial y se interesan también o quizás un poco más por programas que les retribuyan algo para mejorar su existir.

En el rubro de concepción de mujer nuestras consumidoras expresan que ser Mujer implica un todo, transformándose en un ser con una gran responsabilidad agradable y a la vez difícil, ya que actualmente la mujer puede desarrollar casi todos los roles inherentes al núcleo familiar, a la sociedad y en los ámbitos

laborales ocupando cargos que en otras épocas eran inimaginables por lo que el rol de la mujer ha crecido y crece día con día a pasos agigantados. En el caso específico de la seudo denominada “Guerra de los Sexos” u “Hombre contra Mujer” las consumidoras creen y afirman que aún cuando a través de los meses, años y décadas la igualdad entre ambos sexos (Igualdad por supuesto no en el sentido fisiológico o físico sino de oportunidades y desarrollo) se ha aproximado una de la otra aún existe una gran desigualdad por lo que la lucha permanente prosigue hasta erradicar el último bastión de una educación “machista” (Propia no solo de los países Latinoamericanos sino de la población masculina en el mundo entero) para lograr quebrantar ese peldaño en la igualdad que es quizás, sólo quizás, el más importante la Igualdad moral entre hombres y mujeres.

La opinión generalizada de las consumidoras de su condición más representativa como mujer se visualiza a partir de la gestación de un hijo ya que al nacer éste las responsabilidades se multiplican y el desarrollo de las mismas por igual lo que las encamina a realizar diversas profesiones que van desde Doctora, Enfermera, Sicóloga, Maestra, Detective, Investigadora, Literata, Matemática, Física, Deportista, Futbolista, Chef, Costurera y un sin fin de profesiones que invariablemente van de la mano con la profesión más difícil y de la cual jamás, reitero jamás encontraremos una escuela que la enseñe: Ser Madre. Sobre las instituciones las consumidoras a través de su marco de referencia nombran en primera instancia a la Familia ya que educación recibida en la familia será el futuro comportamiento de sus retoños y desenvolvimiento y proceder en su adultez.

La segunda instancia fue el Gobierno, del cual es por demás mencionar que su opinión sobre el mismo va de malo a pésimo, denominándolo un mal necesario para la sociedad donde la demagogia y el retroceso siempre están presentes, contrario al avance y a la innovación, más interesadas en “La Política” ya que la visualizan no sólo como un trampolín para obtener mejoras y crecimientos sino para equilibrar la igualdad del género. La tercera institución que representa para las consumidoras una punta de lanza es la Educación donde reconocen un gran rezago educativo particularmente en las escuelas oficiales. Y como

ultima institución mencionaron el ámbito laboral en lo general, sin afán de crítica les recuerdo sus marcos de referencia ya que el ámbito laboral per se no es una Institución, donde no sólo ven, escuchan o sienten saben que las mujeres ocupan puestos desde intendencia hasta “altos cargos” ufánándose y enorgulleciéndose que no existe una sola compañía en la que no trabaje una mujer.

El gusto preferente que tienen las participantes por este programa es por el tipo de información y temas que aborda ya que con respecto a lo que señala la apropiación y el uso de temas, fundaciones y/o instituciones participantes en el programa, las participantes muestran que realmente toman la información que les brinda el programa y la guardan con ellas ya que nombraron varias instituciones o fundaciones que laboran junto con el programa: Telsida, Fundación Cima, Fucam, Sector Salud, la fundación de transplantes, AFI, Alcohólicos Anónimos, Monte Fénix, ALANON, APIS, La Procuraduría General de Justicia del D.F. y Estatales entre otras.

Por otra parte la opinión general que externaron las consumidoras sobre el uso que le dan al emisión televisiva fue positiva porque consideran que el programa ayuda considerablemente a la mujer por la información que le brinda abriendo un abanico que incluye todos o casi todos los aspectos de su vida, todo esto teniendo una doble función y la cual es la principal para el programa que es el entretener. Este tipo de programas no sólo le brindan ayuda a la mujer sino también a la sociedad en donde la fémina se encuentra inmersa.

Como se puede observar de igual manera las consumidoras toman esta información que les da el programa para hacer y lograr una reproducción sociocultural con su contexto que la rodea, para si poder superarse y ser mejor cada día en todo el sentido amplio de la palabra mujer. La información que reciben estas consumidoras a través de su consumo televisivo que hacen ante dicho programa tratan de compartirla si el medio se los permite ya que piensan que si la comparten podremos ser mejores día con día tanto como mujer, individuos y sociedad, los temas que son presentados en este programa los

pueden remitir a su vida ya que no se está exento en esta vida a nada y son temas que están inmersos en la vida cotidiana de cada mujer.

Después de una metodología adecuada, al igual que la interpretación de los datos obtenidos a través de ésta, es necesario formular conclusiones que determinen si en verdad la investigación realizada resulta relevante, veraz y sobre todo de utilidad y con ello determinar si ésta misma da pauta a una nueva serie de interrogantes y/o proyectos.

Un esfuerzo más, y lo que iba a ser un fracaso, se convierte en un éxito.

MURAT

# CONCLUSIONES

Es oportuno finalizar con algunas reflexiones acerca de la relación existente entre la cultura, comunicación y nuestro objeto de estudio. En el Capítulo 1 se realizó meticulosamente esta relación existente llegando a la siguiente conclusión: La cultura es un patrón de significados incorporados a la vida social

del individuo y sus formas simbólicas de interacción, entre estas formas simbólicas encontrando acciones, enunciado y hasta los mismos objetos que articulan a la sociedad. Por lo que se podría decir que la cultura es la misma sociedad que el individuo pertenece y en ese momento la cultura se definiría como acción ya que esta tiene que ver con movimientos sociales de cada individuo, época, momento, por lo que con el paso del tiempo la cultura se tiende a industrializar obteniendo productos en masa que hoy por hoy vivimos en nuestro contexto y lo podemos ver en el ámbito del entretenimiento la cual se enlaza actualmente con la cultura popular, lo popular pasa de un primer momento del folclor a lo urbano y eso es lo que ahora vende, esto brinda una serie de beneficios a una cierta parte de la sociedad utilizando para ello a los medios masivos en su favor Thompson, 2002, De Certau, 1999, Geertz, 1997).

Parafraseando a Duch el ser humano exige inacabables procesos de transmisión que permiten la conversión de la información en comunicación humana es decir lo humano consiste en una construcción simbólica y social de la realidad por lo que a este posibilita su instalación en su mundo cotidiano.

Por lo que la comunicación humana al mismo tiempo constituye y expresa al ser humano en su tiempo, espacio, sexo, condiciones psicológicas, intereses, temperamento, economía, política, memoria, imaginario colectivo etcétera, por lo que el aspecto central de la reflexión sobre la comunicación tendría que centrarse en la cuestión del ser humano comunicado o incomunicado así que la comunicación es el soporte de la cultura ya que ésta opera como un vínculo de significados y es por ello que la cultura se sostiene a través de la comunicación verbal o no verbal. Los medios de comunicación por lo regular trabajan con medios simbólicos pero establecen reglas de mercado para ello, ejemplo de ello es la televisión ya que cada día utiliza más y más símbolos globales ya que lo simbólico permite al individuo soñar o representarse en su contexto.

Duch plantea que la comunicación humana implica traducir, imitar e interpretar a otro, punto que se pretende situar en la investigación cuando se vea la apropiación de unos de los programas de “Lo Que Callamos Las Mujeres”, es

decir ver si la televidente traduce dicha información y si la interpreta para su representación sociocultural.

Según con la lógica de Duch el hombre se presenta y representa a través del teatro contextualizándola en el tema a investigar se pretende ver si la mujer televidente llega hacer lo mismo con dicho programa ya que hoy por hoy las series de televisión son representaciones del mundo social, (un ejemplo de ello y claro es el programa que se pretende analizar “Lo Que Callamos Las Mujeres” ya que todas las temáticas que maneja dicha transmisión están apegadas con relación a la sociedad) y así ver si es eficaz o no esta transmisión por el simple hecho que la televidente crea o no lo que consume.

La televisión es una forma comunicativa que ayuda a sostener a la cultura de masas y de las técnicas de comunicación, la que mayor penetración alcanza en el individuo es la TELEVISIÓN, por lo que este programa televisivo es presentado con un flujo constante de palabras, imágenes, información e ideas que están relacionados entre si, que ocurren más allá del medio social inmediato de cada mujer televidente, por lo que estas figuras por así nombrarla, que aparecen en este programa televisivo se ven transformadas en puntos de referencia comunes para las telespectadoras que pueden compartir en algunas situaciones una experiencia y/o una memoria colectiva similar.

Cuando esto sucede se puede decir que las televidentes se apropian del programa, “hacen propiedad algo que es nuevo, ajeno o extraño en el andar de sus vidas diarias” dicho de otra manera las televidentes reciben estos mensajes mediados del programa televisivo, hablan acerca de ellos con la gente que las rodea y a través de un proceso continuo de una elaboración discursiva sobre la información obtenida del programa, los mensajes que reciben y los datos duros expuestos en esta transmisión es hasta este momento cuando se afirma que el tele auditorio se apropia del programa.

Así pues estas mujeres participan diferencialmente en la reproducción sociocultural, la cual, la pueden lograr a su vez con la vivencia de cada mujer en particular, esto es que implica la participación compartida de la mujer con su



contexto en procesos que pueden ocurrir como reposiciones cotidianas de situación vitales. “Al hacerlo las mujeres reproducen relaciones sociales, políticas, institucionales, espacios materiales y culturales de vida” por lo que afirmamos que las mujeres contribuyen a la reproducción de modos de vida, concepción del mundo y de la cultura. Entendiendo a la reproducción sociocultural como los modos de vida, representados y explicados por concepciones particulares de cada mujer.

Los elementos que ocasionan que las mujeres de 35 a 45 años incorporen el programa televisivo “Lo Que Callamos las Mujeres” a su vida cotidiana es que tienen el gusto en común de ver la televisión expresando que aparte de distraerlas de su cotidianeidad tienen valores agregados, como instrucción, información grata y de fácil acceso (No se esfuerzan en abrir u hojear un libro o aguantar una insoportable clase en una academia educativa). Prefiriendo realizar el consumo televisivo después de todas sus labores del hogar “.Las televidentes hacen este proceso de apropiación televisiva ya que hacen de su propiedad dicho transmisión. Lo anteriormente expresado se afirma porque las féminas reconocen el mensaje del programa expresando que si una como mujer quiere, puede salir adelante con la información o el caso expuesto en el programa.

Las mujeres televidentes utilizan objetos materiales para establecer los sentidos y las prácticas que los preservan, es decir, cuanto más costosos sean esos bienes, más fuerte será la ritualización que fije los significados que se les asocian (en este caso estamos hablando de los programas de televisión). Además de satisfacer necesidades o deseos, apropiarse y usar los objetos es cargarlos de significados, por lo que las televidentes expresan que las temáticas que maneja el programa están muy relacionadas con el contexto de la mujer y por tal semejanza es que lo llevan a sus vidas y lo usan reparando necesidades o deseos.

Por otra parte la opinión general que externaron las consumidoras sobre el uso que le dan a este programa fue positiva porque piensan que el programa ayuda considerablemente a la mujer con la información que le brinda abriendo un

abánico que incluye todos o casi todos los aspectos de su vida, todo esto teniendo una doble función y la cual es la principal para el programa que es el entretener. Concluyendo que este tipo de programas no solo le brindan ayuda a la mujer sino también a la sociedad en donde la fémina se encuentra inmersa.

Por otra parte la opinión general que externaron las consumidoras sobre el uso que le dan a este programa fue positiva porque piensan que el programa ayuda considerablemente a la mujer con la información que le brinda abriendo un abánico que incluye todos o casi todos los aspectos de su vida, todo esto teniendo una doble función y la cual es la principal para el programa que es el entretener. Concluyendo que este tipo de programas no solo le brindan ayuda a la mujer sino también a la sociedad en donde la fémina se encuentra inmersa.

El factor que más enriquece a las televidentes del programa es el aprendizaje que la mujer adquiere a través de las temáticas expuestas, pues esta información les hace ver más de su contexto inmediato brindándoles información que les es útil para su vida. Cada mujer constituye y tiene como contenido una síntesis de hechos sociales y culturales que influyen en ella y son únicos pero al mismo tiempo por semejanza permiten identificarla con otras mujeres por su situación similar.

El siglo XX significó para las mujeres la oportunidad de integrarse a los ámbitos educativos, políticos, sociales de nuestra sociedad. Fue un siglo de lucha por el sufragio femenino, la igualdad de oportunidades, el respeto a los derechos humanos y a la dignidad de las mujeres. También la ciencia favoreció el desarrollo de las mujeres, los métodos anticonceptivos permitieron que éstas pudieran decidir sobre su fecundidad y así planear mejor su futuro. En este siglo se ve una mayor participación laboral ya que debido a la apertura política las mujeres llegaron a tener puestos ejecutivos en la administración pública. Lo anterior le dio una mayor independencia económica aunque no ideológica por continuar estando sometida a los modelos patriarcales.

A pesar de los adelantos no se han dado de la misma manera para todas las mujeres, pues existen muchos tipos de mujeres por ejemplo las educadas y las analfabetas, las urbanas y las rurales, las que se dejan y las que no se dejan

todos estos papeles de la mujer los podemos ver reflejados también el programa de “Lo Que Callamos Las Mujeres”, en rubro de concepción de mujer las consumidoras ser Mujer implica un todo, transformándose en un ser con una gran responsabilidad agradable y a la vez difícil, ya que actualmente la mujer puede desarrollar casi todos los roles inherentes al núcleo familiar, a la sociedad y en los ámbitos laborales ocupando cargos que en otras épocas eran inimaginables por lo que el rol de la mujer ha crecido y crece día con día.

Por lo que se puede afirmar que las mujeres contribuyen a la reproducción de modos de vida y de concepciones del mundo es decir, de la cultura. La información que reciben estas consumidoras a través de su consumo televisivo que hacen ante dicho programa tratan de compartirla si el medio se los permite ya que piensan que si la comparten podremos ser mejores día con día tanto como mujer, individuos y sociedad, los temas que son presentados en este programa los pueden remitir a su vida ya que no se esta exento en esta existencia a nada y son temas que están inmersos en la vida cotidiana de cada mujer.

En base a los resultados del grupo de discusión de nuestras televidentes, a la entrevista con la fiel seguidora (comúnmente llamada “Fan”) del Programa y a la entrevista realizada a la Productora Ejecutiva se concluye que esta investigación cubrió satisfactoriamente todas y cada una de las interrogantes expuestas a lo largo de esta Tesis, las cuales en estas últimas paginas sería terriblemente tedioso repetirles ya que aquel estudiante que llevo hasta estas letras no solo tiene mi mayor respeto sino admiración por su esfuerzo al leer esta investigación y no me permitiría redundar en información que haría de este ejemplar un tomo profundamente aburrido. (Común denominador de las Tesis tan largas aún contra los designios académicos de los expertos en la materia). Los análisis arrojan, en lo general y a veces en lo particular, respuestas sino idénticas unas de las otras si con una gran similitud y hegemónicas entre ellas lo que demuestra con claridad casi palpable y tangible (termino de difícil aceptación ante una teoría no científica mas perfectamente aplicable para esta labor de investigación) que el objetivo primario del programa “Lo que Callamos las Mujeres” (Sin que toquemos el tortuoso tema del Rating Televisivo que este,

este es canto de otro gallo) cumple cabalmente su función con sus tele espectadoras al no solo entretenerlas sino concientizarlas y guiarlas por los caminos de solución a sus problemas personales y únicos de cada una de las mujeres que ven este programa, ya que como en paginas anteriores (Omito en este comentario la redundancia en la que prometimos no caer pero aquí se toma como recordatorio únicamente) se subrayó la enorme diferencia con su competencia televisiva directa “Mujer, casos de la vida real” donde sólo se dramatizan guiones sin ofrecer solución a las dificultades.

Las mujeres televidentes que ven el programa “Lo Que Callamos Las Mujeres” se apropian de él cuando éstas sienten alguna empatía o se ven reflejadas con algunas de las situaciones presentadas en la emisión televisiva, situaciones como violación, injusticia laboral, desigualdad, discriminación, divorcio, acoso sexual, competencia laboral, enfermedades, celos e infidelidad, entre otros, que son un reflejo de la realidad que afectan a su entorno social y a ellas mismas, por lo que cuando la televidente lleva el programa a su vida deseando encontrar alguna solución similar con el simple hecho de consumir (mirar) dicha emisión televisiva y verse reflejadas en el tema expuesto, compartir la información transmitida con otra persona o solicitar informes de los centros de ayuda proporcionados por el programa para encontrar una solución viable y concreta a su problema es entonces cuando la televidente se apropia y usa la información obtenida para alcanzar una reproducción sociocultural por lo que la hipótesis queda demostrada fehacientemente.

En el complicado y extraño mundo de la Televisora del Ajusco en donde pocas y en muy contadas ocasiones se llevan a cabo estas investigaciones (Cabe mencionar que se suelen efectuar lo que se conoce como “Focus Group” en Mercadotecnia cuando el Programa ya se encuentra “Al Aire” y nunca o casi nunca en su etapa “de programa Piloto” y como dato absolutamente confidencial jamás se realizó una investigación similar del programa “Lo que Callamos las Mujeres” antes del inicio de sus transmisiones) y después de esta investigación realizada con un grupo de discusión sumamente reducido y local sería altamente gratificante que un equivalente se llevará a cabo a nivel nacional con un grupo de discusión representativo de todas las televidentes y

en donde estamos seguros que los datos que arrojarían serían de mucha ayuda, guía y apoyo para la producción, para la transmisión, la difusión y la programación adecuada del horario del programa “Lo que Callamos las Mujeres”.

Aprender sin reflexionar es malgastar la energía.

Confucio

# **BIBLIOGRAFÍA**

## **BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA:**

### **Bibliografía Tesis y Tesinas:**

- Ahumada (2006) *“La influencia de la Televisión en la imagen de la realidad social que construyen los televidentes”* Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Tesis.
- Díaz M. (2006) *“La emoción exaltada: Lo que se dice cuando callan las mujeres”*. Universidad Nacional Autónoma de México, FES Acatlán. Tesis.
- Lara Veronica. (2006) *“Consumo televisivo en los niños: estudio de caso en CD. Nezahualcoyotl, Estado de México”*. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Tesinas.
- Sandoval Rocío. (2006) *“El país de las Mujeres”*. Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Nacional Autónoma de México, FES Acatlán. Tesis.

### **Bibliografía Libros:**

- Augé, Marc (2001) *De lo imaginario a lo ficcional total* en Vergara, Abilio CONACULTA/ INAH, México.
- De Certau, Michel (1999), *La cultura en plural*. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires.
- De Certau, Michel (2000), *La invención de lo cotidiano. Artes de hacer*, Universidad Iberoamericana, México.
- Durand, Gilbert (1971), *La imaginación simbólica*, Amorrortu editores, Buenos Aires.
- Duch, Luis (2004), *Estaciones del laberinto. Ensayos de antropología*, Herder, Barcelona.
- García Canclini, Néstor (1993), *EL consumo cultural en México*, CNCA, México.
- Gertz, Clifford (1997), *“Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura”*, La interpretación de las culturas, Gedisa, Barcelona.
- Lagarde y de los Ríos Marcela (2005), *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*, UNAM.
- Thompson, John B. (1998), *Ideología y cultura moderna*, UAM Xochimilco, México.
- Efraín Pérez Espino. *El monopolio de televisión comercial en México*, México, 1977.

- Mario Ojeda, El surgimiento de una política exterior activa, México, 1986.
- R. Trejo Delabre (coord.), Televisa. El quinto poder, 2ª ed., Claves Latinoamericanas, México, 1987.
- Alejandro Olmos “Del canal 13 a Televisión Azteca”, en Miguel Ángel Sánchez de Armas. Ed. Revista Mexicana de Comunicación y espacio 98, México DF, 1998.
- MA. Sánchez de Armas (coord.), Apuntes para la historia de la Televisión Mexicana, Ed. Revista Mexicana de Comunicación y espacio 98, México DF, 1998.
- Grupo Salinas, “Un sueño que hace historia”, TV AZTECA-10 años 1993-2003, México, 2003.
- Azcapotzalco y su Historia, “Monografía Delegación Azcapotzalco”, México, 2003.
- Tuñón Pablo Julia (1987), Mujeres en México, una historia olvidada, Editorial: Planeta.
- Vela Peón Fortino, “Un acto metodológico básico de la investigación socia: la cualitativa.

### **Página Electrónica:**

#### Artículos:

- Covarrubias Karla, Uribe Ana, “Hacia una Nueva Cultura Televisiva: Análisis de los Públicos de la Telenovela Mirada de Mujer” en Razón y Palabra de los meses abril – junio de 1998, disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/>.
- Gómez Héctor, “(Re) Pensar la Comunicación y la Cultura, Consumos culturales juveniles en México” en Razón y Palabra del mes de octubre-noviembre del 2006, disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/>.
- [www.tvazteca.com/corporativo/cultura/recientes.html](http://www.tvazteca.com/corporativo/cultura/recientes.html) (consultada en mayo del 2007)
- [http://www.unam.mx/iisunam/Foren%20\(sic\)%20III/Bloquerimero/Canal%2040Cronologia.htm](http://www.unam.mx/iisunam/Foren%20(sic)%20III/Bloquerimero/Canal%2040Cronologia.htm) (consultada en mayo 2007).
- [www.infosol.com.mx/espacio/cont/aula/conces.htm](http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/aula/conces.htm) (consultada en mayo 2007)
- <http://www.todito.com/paginas/noticias/182535.html> (consultada en mayo del 2007)
- <http://www.eluniversal.com.mx/notas/318925.html> (consultada en mayo del 2007)
- <http://www.univision.com/content/content.jhtml?cid=131718> (consultada en mayo del 2007. (Mujer, casos de la vida real).



- [http://www.inegi.gob.mx/lib/olap/general\\_ver3/MDXQueryDatos.asp](http://www.inegi.gob.mx/lib/olap/general_ver3/MDXQueryDatos.asp) (consulta en junio del 2007, estadística de población femenina en el Valle de México)
- [http://www.inegi.gob.mx/lib/olap/general\\_ver3/MDXQueryDatos.asp?#Regreso&c=7249](http://www.inegi.gob.mx/lib/olap/general_ver3/MDXQueryDatos.asp?#Regreso&c=7249) (consulta en junio del 2007, estadística de población femenina del Valle de México)

## REVISTAS:

- Revista Mexicana de Comunicación, Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Mayo-Julio. 1996. Año VIII, No. 44, Suplemento bimestral. Bitácora, No. 26, Año V p. 5.
- Grados. Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Agosto-October. 1996. Año IX, No.45, Suplemento bimestral. Bitácora, No 27, Año VI, p. 6.
- Castro Rocha. Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Junio-Julio. 1999. Año IX, No. 49, Suplemento bimestral. Bitácora, No. 31, Año VI, p. 4.
- Arellano. Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Mayo-Junio. 1998. Año X No. 54. Suplemento bimestral, Bitácora, No. 36, Año VII, p. 4.
- Mejía Guerrero. Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México DF Fundación Manuel Buendía. Julio-Agosto. 1998. Año X., No. 55. Suplemento bimestral. Bitácora. No. 37. Año VII, p. 5.
- L. Cabello. Revista Mexicana de Comunicación Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Julio-Septiembre. 1999. Año XII. No. 59. Suplemento bimestral. Bitácora. No. 41. Año IX, p. 4.
- F. Pedrero. Revista Mexicana de Comunicación Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Marzo-Abril. 2000. Año XII. No. 62. Suplemento bimestral. Bitácora. No. 44. Año IX, p. 3-4.
- Revista Mexicana de Comunicación Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Julio-Agosto. 2000. Año XII. No. 64. Suplemento bimestral. Bitácora. No. 46. Año IX, p. 4.
- M. Pereyra. Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Septiembre-October. 2000. Año XIII. No. 65. Suplemento bimestral. Bitácora. No. 47. Año X, p. 4.
- Y. Cacho López. Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Septiembre-October. 2001. Año XIV. No. 71. Suplemento bimestral. Bitácora. No. 53. Año XI, p. 4.
- Franco Reyes. Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Noviembre-Diciembre. 2001. Año XIV. No. 72. Suplemento bimestral. Bitácora. No. 54. Año XI, p. 4.
- García. Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Marzo-Abril. 2002. Suplemento bimestral. Bitácora. No. 56.
- M. Osterroth. Revista Mexicana de Comunicación Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Marzo-Abril. 2002. Suplemento bimestral. Bitácora. No. 56.

- Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Marzo-Abril. 2002. Suplemento bimestral. Bitácora. No. 56.
- MO M. Osterroth. Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Marzo-Abril. 2002. Suplemento bimestral. Bitácora. No. 56.
- Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Julio-Agosto. 2002. Suplemento bimestral. Bitácora. No, 58.
- Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Marzo-Abril. 2003. Suplemento bimestral. Bitácora. No. 62.
- Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Julio-Agosto. 2003. Suplemento bimestral. Bitácora. No. 64.
- Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México DF Fundación Manuel Buendía. Septiembre- Octubre. 2003. Suplemento bimestral. Bitácora. No. 65.
- Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Febrero-Marzo. 2004. Suplemento bimestral. Bitácora. No. o7.
- Revista Mexicana de Comunicación Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Junio-Julio. 2004. Suplemento bimestral, Bitácora. No. 69.
- Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Diciembre 2004-Enero. 2005. Suplemento bimestral. Bitácora. No. 72.
- Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México DF. Fundación Manuel Buendía. Octubre- Noviembre. 2004. Suplemento bimestral. Bitácora. No. 71.
- Revista Mexicana de Comunicación. Bimestral. México D.F. Fundación Manuel Buendía. Abril-Mayo. 2005. Suplemento bimestral. Bitácora. No. 74.

No tenía miedo a las dificultades: lo que la asustaba era la obligación de tener que escoger un camino. Escoger un camino significaba abandonar otros.

*Paulo Coelho*  
(1948) Escritor brasileño.

# ANEXOS

**ANEXO 1:**  
**DATOS NACIONALES**

**Consulta de: Población fémina de 12 años y más por: Zona Metropolitana y municipio. Según edad quinquenal.**

Edad quinquenal	- Todas Edad quinquenal							
	+ De 12 a 14 años	+ De 15 a 19 años	+ De 20 a 24 años	+ De 25 a 29 años	+ De 30 a 34 años	+ De 35 a 39 años		
Zona metropolitana y mun	↑ ↓	↑ ↓	↑ ↓	↑ ↓	↑ ↓	↑ ↓	↑ ↓	
- Total	39,283,622	3,263,864	5,113,115	4,711,189	4,297,634	4,187,977	3,741,154	
+ Aguascalientes	305,734	25,402	39,848	37,225	33,899	34,383	30,703	
+ Tijuana	501,345	39,864	64,162	65,391	66,127	63,125	52,925	
+ Monclova-Frontera	112,268	8,965	13,856	12,586	11,861	12,002	11,252	
+ Piedras Negras	61,237	5,276	7,828	7,271	6,845	6,996	6,022	
+ Saltillo	270,233	21,533	33,033	32,727	32,283	31,501	27,696	
+ La Laguna	423,499	33,352	51,591	47,733	47,328	48,424	42,059	
+ Colima-Villa de Álvarez	91,032	6,371	11,581	11,062	9,617	9,563	8,843	
+ Tecomán	45,913	4,101	6,556	5,590	4,831	4,712	4,232	
+ Tuxtla Gutiérrez	227,760	17,018	30,044	31,886	28,278	25,339	22,824	
+ Chihuahua	297,819	22,076	35,587	33,627	30,303	32,245	30,712	
+ Juárez	452,175	35,728	55,258	55,099	55,854	56,572	48,279	
+ Valle de México	7,583,638	511,880	860,881	877,082	842,868	864,194	771,183	
+ Moroleón-Uriangato	40,766	2,977	4,975	4,504	4,403	4,428	3,927	
+ León	530,416	47,443	71,737	69,157	62,258	59,540	51,616	
+ San Francisco del Rincón	59,296	5,623	8,569	8,053	7,180	6,270	5,102	
+ Acapulco	301,269	24,503	39,538	36,752	32,318	30,856	27,967	
+ Pachuca	174,918	12,368	21,535	21,835	19,637	19,931	18,285	
+ Tulancingo	81,757	6,894	10,965	10,087	9,173	8,892	7,935	
+ Tula	72,136	5,821	9,037	8,596	8,446	8,183	7,307	
+ Guadalajara	1,545,562	117,528	195,545	194,935	173,093	169,563	148,439	
+ Ocotlán	50,103	4,432	6,887	6,126	5,402	5,168	4,478	
+ Puerto Vallarta	108,791	9,119	15,102	14,871	13,610	13,077	11,189	
+ Toluca	604,667	48,504	78,613	77,637	72,407	70,045	61,577	
+ Zamora-Jacona	89,359	7,565	12,400	10,820	9,596	9,204	8,250	
+ La Piedad	93,387	7,977	12,981	10,924	9,749	9,338	8,364	
+ Morelia	285,138	21,505	37,592	36,836	31,312	29,972	26,695	
+ Cuautla	141,397	11,824	18,297	16,734	14,951	14,675	13,146	
+ Cuernavaca	302,699	22,505	36,837	35,098	31,958	32,312	29,596	
+ Tepic	148,616	11,311	20,016	18,742	16,192	15,793	14,108	
+ Monterrey	1,398,508	96,634	161,497	167,745	162,494	165,013	144,001	
+ Oaxaca	204,012	13,866	25,645	28,046	24,491	21,956	19,415	
+ Puebla-Tlaxcala	818,276	60,089	99,455	105,316	95,446	92,104	80,633	

**Consulta de: Población fémina de 12 años y más por: Zona Metropolitana y municipio. Según edad quinquenal.**

Edad quinquenal	- Todas Edades						
	Edad quinquenal	+ De 12 a 14 años	+ De 15 a 19 años	+ De 20 a 24 años	+ De 25 a 29 años	+ De 30 a 34 años	+ De 35 a 39 años
Zona metropolitana y mun	↑ ↓ =	↑ ↓ =	↑ ↓ =	↑ ↓ =	↑ ↓ =	↑ ↓ =	↑ ↓ =
	183,073	9,811	17,156	18,182	18,040	19,390	18,083
Azcapotzalco							
Coyoacán	272,878	12,939	25,056	28,501	28,196	28,438	25,365
Cuajimalpa de Moreles	69,969	4,541	8,843	8,789	8,055	8,344	7,749
Gustavo A. Madero	499,526	29,302	50,416	52,808	50,019	52,842	49,372
Iztacalco	167,490	9,488	16,280	16,926	16,711	17,816	16,707
Iztapalapa La Magdalena	730,922	49,016	82,955	85,905	82,391	83,308	73,917
Contreras	94,907	5,948	10,366	10,648	10,302	10,826	9,750
Mila Alta	44,536	3,593	5,627	5,509	4,995	5,111	4,739
Álvaro Obregón	296,677	17,491	31,718	33,134	32,085	33,454	30,145
Tláhuac	135,417	10,129	16,105	15,911	15,103	16,415	14,972
Tlalpan	248,187	14,536	26,620	28,669	27,565	27,630	24,627
Xochimilco	157,515	10,558	18,327	18,586	17,382	17,512	16,187
Benito Juárez	162,702	5,542	11,349	13,438	15,772	16,713	15,055
Cuauhémoc	219,923	10,551	19,758	21,778	22,014	22,400	20,362
Miguel Hidalgo	153,075	6,635	13,413	14,991	15,412	16,380	14,743
Venustiano Carranza	187,940	10,243	18,249	18,822	18,062	19,069	17,698
Tizayuca	21,167	1,780	2,821	2,799	2,461	2,577	2,166
Acolman	27,786	2,123	3,345	3,317	3,451	3,506	2,970
Amecameca	18,667	1,527	2,325	2,337	2,217	2,007	1,814
	9,744	895	1,248	1,158	1,154	1,186	1,005

Apaxco  
([www.inegi.gob](http://www.inegi.gob))

# **ANEXO 2: TABLA DE ESPECIFICACIONES**



CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	INDICES	TOPICOS
<p>CONSUMO CULTURAL: “CONJUNTO DE PROCESOS DE APROPIACIÓN Y USO DE PRODUCTOS EN EL QUE EL VALOR SIMBOLICO PREVALECE SOBRE LOS VALORES DE USO Y CAMBIO.</p>	1.1 Apropiación	1.1.1 Contenido	<p>1.1.1.1 Tema</p> <p>1.1.1.2 Personajes</p> <p>1.1.1.3 Actores</p> <p>1.1.1.4 Lenguaje</p>	<p>1.1.1.1.1 Familia</p> <p>1.1.1.1.2 Sociedad</p> <p>1.1.1.1.3 Adicción</p> <p>1.1.1.1.4 Salud</p> <p>1.1.1.1.5 Inestabilidad</p> <p>1.1.1.1.6 enfermedades</p> <p>1.1.1.1.7 incapacidad</p> <p>1.1.1.1.8 Discapacidad</p> <p>1.1.1.1.9 Desorden alimenticio</p> <p>1.1.1.1.10 Rol laboral</p> <p>1.1.1.2.1 Víctima</p> <p>1.1.1.2.2 Víctimario</p> <p>1.1.1.2.3 Justiciero</p> <p>1.1.1.3.1 Reconocidos</p> <p>1.1.1.3.2 Desconocidos</p> <p>1.1.1.3.3 Guapo (a)</p> <p>1.1.1.3.4 Buen actor</p> <p>1.1.1.3.5 Mal actor</p> <p>1.1.1.3.6 Con carisma</p> <p>1.1.1.3.7 Sin carisma</p> <p>1.1.1.3.8 Moda</p> <p>1.1.1.4.1 Sencillo</p> <p>1.1.1.4.2 Claro</p> <p>1.1.1.4.3 Preciso</p> <p>1.1.1.4.4 Adecuado</p> <p>1.1.1.4.5 Correcto</p> <p>1.1.1.4.6 Fácil de entender</p> <p>1.1.1.4.7 Difícil de entender</p> <p>1.1.1.4.8 Revuelto</p> <p>1.1.1.4.9 Poco claro</p>
	1.2 Uso	1.2.1. Entretenimiento	<p>1.2.1.1 Identificación y/o reflejo</p> <p>1.2.2.1 Tiempo libre</p>	<p>1.2.1.1.1 Problemática expuesta</p> <p>1.2.1.1.2 Con el personaje</p> <p>1.2.1.1.3 Con la anécdota</p> <p>1.2.1.1.4 Con la situación</p> <p>1.2.1.1.5 Futurización / proyección.</p> <p>1.2.2.1.1 Después de la comida</p> <p>1.2.2.1.2 Durante los oficios del hogar</p> <p>1.2.2.1.3 Después del trabajo</p> <p>1.2.2.1.4 Después de las labores del hogar</p> <p>1.2.2.1.5 Durante la comida</p> <p>1.2.2.1.6 Durante la realización de las tareas de los hijos.</p>

			<p>1.2.3.1 Condiciones de recepción</p> <p>1.2.4.1 Lugar de recepción</p> <p>1.3.1.1 Días que lo ven</p>	<p>1.2.3.1.1 Familia 1.2.3.1.2 Esposo 1.2.3.1.3 Hijos 1.2.3.1.4 Padres 1.2.3.1.4 Hermanos 1.2.3.1.5 Amigos 1.2.3.1.6 Vecinos 1.2.3.1.7 Compañeros de trabajo.</p> <p>1.2.4.1.1 Sala 1.2.4.1.2 Comedor 1.2.4.1.3 Recamara 1.2.4.1.4 Cocina 1.2.4.1.5 En el Trabajo</p> <p>1.3.1.1.1 De lunes a Viernes 1.3.1.1.2 Terciado 1.3.1.1.3 Cada ve que puedo 1.3.1.1.4 Una vez por semana 1.3.1.1.5 Repeticiones.</p>
		1.3.1 Cotidianidad		
		1.4.1 Educativo	1.4.1.1 Anhelos	<p>1.4.1.1.1 Conocimiento 1.4.1.1.3 Logros 1.4.1.1.3 Superación 1.4.1.1.4 Preparación</p>
		1.4.1 Informativo	1.4.2.1 Temática	<p>1.4.2.1.1 Adopción 1.4.2.1.2 Apoyo Jurídico 1.4.2.1.3 Familias reconstruidas 1.4.2.1.4 Acoso sexual 1.4.2.1.5 Acoso laboral 1.4.2.1.6 Secuestro 1.4.2.1.7 Violencia familias 1.4.2.1.8 Economía 1.4.2.1.9 Historias de amor 1.4.2.1.10 Emigrantes 1.4.2.1.11 Desarrollo social 1.4.2.1.12 Desarrollo laboral 1.4.2.1.13 Pareja 1.4.2.1.14 Educación</p>
			1.4.2.2 Instituciones o Fundaciones	<p>1.4.2.2.1 Instituciones privadas 1.4.2.2.2 Instituciones gubernamentales 1.4.2.2.3 Asociaciones privadas 1.4.2.2.4 Asociaciones gubernamentales</p>

		1.1.5.1 Compañía	1.1.5.1.1 De fondo 1.1.5.1.2 Espacio de ocio	1.4.2.2.5 Centros de ayuda 1.4.2.2.6 Fundaciones... 1.1.5.1.2 Soledad
--	--	------------------	-------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------

**ANEXO 3: GUÍA DE  
TEMAS DEL GRUPO DE  
DISCUSIÓN:**

## GUÍA DE TEMAS

---

### ESTUDIO SOBRE LA APROPIACIÓN Y USO DEL PROGRAMA TELEVISIVO “LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES” COMO REPRODUCCIÓN SOCIOCULTURAL.

#### INTRODUCCIÓN

Moderador: Les doy las gracias por estar aquí, por brindarnos su valioso tiempo...

OBJETIVO DEL ESTUDIO: Analizar la apropiación y el uso del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” como reproducción sociocultural.

#### REGLAS BÁSICAS DE LA DISCUSIÓN Y FUNCIONAMIENTO DEL GRUPO:

1. Se vale hablar de todo
2. No solo se dirijan al moderador cuando dialoguen
3. No se vale acaparar
4. Solo el moderador es el quien hace las preguntas
5. Se viene a dialogar y vamos hacerlo. Se tiene una serie de temas que se desea explorar con este grupo.
6. Favor de apagar sus celulares durante esta sesión.

GRACIAS...

Presentación de los participantes, nombre, actividad:

SUJETO 1:

SUJETO 2:

SUJETO 3:

SUJETO 4:

SUJETO 5:

SUJETO 6:

SUJETO 7:

#### PRIMER TEMA: CONTEXTO SOCIAL

Gustos personales

Qué les gusta hacer en su tiempo libre, cómo y en qué se entretienen, que les gusta ver...

Hablen sobre de la televisión

Moderador.- ¿Qué hacen para divertirse, para entretenerse?, ¿Qué ven? ¿Qué les gusta de la televisión? ¿Qué hacen?

## SEGUNDO TEMA: CONSUMO TELEVISIVO

Hablen de cuando ven la televisión

Conversen acerca de con quién ven la televisión

En dónde ven la televisión

¿Por qué?

Hablen sobre la opinión que tienen de la televisión

Platiquemos de los programas televisivos que están dirigidos a la mujer.

## TERCER TEMA: MUJER

Hablen sobre como viven y se ven ustedes mujeres hoy por hoy (hija, madre, esposa. etcétera)

Se habla constantemente de la casa chica, que opinan sobre este rol de la mujer.

Reproducción. Las mujeres están cambiando con el paso del tiempo. Si, No, ¿por que?

Dialoguen sobre si las mujeres, hoy por hoy están adoptando diferentes roles ante la sociedad.

## CUARTO TEMA: “LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES”

Percepción de la apropiación y uso del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” como reproducción sociocultural.

Ahora conversen del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres”

- ¿Cuándo ven el programa?
- ¿En dónde ven el programa?
- ¿Con quién ven el programa?
- ¿Desde cuándo ven el programa?
- ¿Cuántas transmisiones a la semana ven?
- ¿Por qué y para qué ven el programa?
- 

Ahora conversen de qué las motiva a ver el programa

- Por el tema
- Por los personajes
- Por los actores
- Por entretenimiento
- Por la información (instituciones, asociaciones, centros de ayuda)

Platiquemos de cuándo ustedes ven el programa ¿se podrían o se ven reflejadas con algún caso expuesto en dicha transmisión?

Comentemos si nos ha servido las situaciones y la información presentada en el programa.

Hablen sobre si alguna vez han comentado un caso expuesto en el programa con un conocido”,

- ¿Lo han llevado a su vida cotidiana?

#### QUINTO TEMA: EVALUACIÓN DEL PROGRAMA

Técnica proyectiva (de 5 a 10 minutos máximo)

Dialoguen sobre si ustedes ven alguna similitud del programa “Lo Que Callamos Las Mujeres” con la vida real de la mujer mexicana.

Hablen sobre las temáticas que maneja el programa

- Les gusta
- Les disgusta
- Proponen algún tema en específico

Dialoguen sobre los actores que actúan en el programa

- Les gustan
- Les disgustan
- Proponen algo

Conversen sobre las actuaciones de los actores

- Les gustan (son creíbles las actuaciones)
- Les disgustan (exageran mucho, no saben actuar, no se les cree)
- Proponen algo

Conversen sobre el tipo de tomas, el ritmo de los programas que se manejan el programa

- Les gusta (buen ritmo, tomas agradables, las tomas apoyan a los diálogos y las expresiones)

- Les disgusta (no apoyan a las expresiones, ritmo lento, aburrido)
- Proponen algo.

Hablen sobre la musicalización del programa

- Les gusta (esta de acorde con la trama del temática)
- Les desagrada (no tiene que ver con lo expuesto en el programa)
- Proponen algo

Platiquen de lo que más les agrada del programa “Lo Que Callamos Las Mujeres”

Comenten que es lo que menos les gusta del programa “Lo Que Callamos Las Mujeres”

Piensen que la censura limita el realismo, consideran que el programa “LQCLM” tiene un corte moralista, es decir que no está apegado a la realidad en el lenguaje, expresión corporal desnudes, violencia que se maneja en la vida real de la mujer mexicana.

Les gustaría proponer algo para mejorar el programa “Lo Que Callamos Las Mujeres”

- Reflexiones

Algo más que quieran decir antes ya de apagar los micrófonos

Para cerrar, despedirnos y agradecerles. Algo que quisiera agregar sobre el programa. Bueno o malo.

## **CIERRE**

Despedida

Agradecimientos.



**ANEXO 4: GUÍA DE  
TEMAS DE LAS  
ENTREVISTAS:**

## **GUÍA DE TEMAS DE LA PRIMER ENTREVISTA**

### **RECEPTORA DEL PROGRAMA**

ESTUDIO SOBRE LA APROPIACIÓN Y EL USO DEL PROGRAMA  
TELEVISIVO “LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES” COMO REPRODUCCIÓN  
SOCIOCULTURA.

INICIO:

ENTREVISTADOR: El propósito de esta entrevista es obtener información sobre...

OBJETIVO DEL ESTUDIO: Analizar la apropiación y el uso del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” como reproducción sociocultural.

PRESENTACIÓN DEL ENTREVISTADO:

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Escolaridad: \_\_\_\_\_

Estado Civil: \_\_\_\_\_

Tiempo de ver el programa: \_\_\_\_\_

PRIMER TEMA: Gustos personales

1. ¿Qué es lo que le gusta hacer en su tiempo libre?
2. ¿Qué es lo que hace para entretenerse?
3. ¿Ve la televisión?
4. ¿Qué es lo que le gusta de la televisión?

SEGUNDO TEMA: CONSUMO TELEVISIVO:

1. ¿Cuándo ve televisión?
2. ¿Qué días ve la televisión?
3. ¿Cuántas horas aproximadamente ve televisión?
4. ¿A que hora ve la televisión?
5. ¿Con quién ve la televisión?
6. ¿En donde ve televisión?
7. ¿Qué es lo que le gusta ver en la televisión?
8. ¿Qué opinión tiene sobre la televisión?
9. ¿Conoce algunos programas televisivos que estén dirigidos a la mujer?  
Nómbrelos.

TERCER TEMA: MUJER

1. ¿Qué significa para usted ser mujer?

2. ¿Qué momento creen que la mujer mexicana este viviendo actualmente?  
Creen que ha cambiado desde unos años su situación...
3. ¿Cree que existe la igualdad entre el hombre y la mujer?
4. ¿Cuáles fueron sus etapas más importantes como mujer?

CLIMAX:

#### CUARTO TEMA: “LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES”

Percepción de la apropiación y uso del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” como reproducción sociocultural.

Ahora hablemos del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres”

1. ¿Cuándo ven el programa?
2. ¿En dónde ven el programa?
3. ¿Con quién ven el programa?
4. ¿Desde cuándo ven el programa?
5. ¿Cuántas transmisiones a la semana ven?
6. ¿Por qué y para qué ven el programa?
7. ¿Qué es lo que la motiva ver el programa?
8. ¿Se podrían o se ven reflejadas con algún caso expuesto en dicha transmisión?
9. ¿Le ha servido de algo las situaciones y la información presentada en el programa?
10. ¿Alguna vez ha comentado un caso o alguna información expuesta en el programa con algún conocido?

#### QUINTO TEMA: EVALUACIÓN DEL PROGRAMA

1. ¿Ven alguna similitud del programa “Lo Que Callamos Las Mujeres” con la vida real de la mujer mexicana?
2. ¿Recuerda de algunas temáticas que maneja el programa?
3. ¿Qué opinión tiene sobre los actores que actúan en el programa?
4. ¿Qué opinión tiene sobre las actuaciones de los actores?
5. ¿Qué opina sobre el tipo de tomas, el ritmo de los programas que se manejan el programa?

Les gusta (buen ritmo, tomas agradables, las tomas apoyan a los diálogos y las expresiones)

Les disgusta (no apoyan a las expresiones, ritmo lento, aburrido)

Proponen algo.

6. ¿Qué opinión tiene sobre la musicalización del programa?

Les gusta (esta de acorde con la trama del temática)

Les desagrada (no tiene que ver con lo expuesto en el programa)

Proponen algo

7. ¿Qué es lo que más le agrada del programa “Lo Que Callamos Las Mujeres”?

8. ¿Qué es lo que menos le gusta del programa “Lo Que Callamos Las Mujeres”?

9. ¿Piensa que la censura limita el realismo, consideran que el programa “LQCLM” tiene un corte moralista, es decir que no está apegado a la realidad en el lenguaje, expresión corporal desnudes, violencia que se maneja en la vida real de la mujer mexicana?

**FIN:**

10. ¿Le gustaría proponer algo para mejorar el programa “Lo Que Callamos Las Mujeres”?

11. ¿Algo que quisiera agregar sobre el programa, bueno o malo?

## **GUIA DE TEMAS DE LA SEGUNDA ENTREVISTA**

### **PRODUCTORA EJECUTIVA DEL PROGRAMA L.Q.C.L.M**

#### ESTUDIO SOBRE LA APROPIACIÓN Y EL USO DEL PROGRAMA TELEVISIVO “LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES” COMO REPRODUCCIÓN SOCIOCULTURA

##### **INICIO:**

ENTREVISTADOR: Nos encontramos con la productora ejecutiva Eva Hernández de los programas televisivos “Lo Que Callamos Las Mujeres”, “La vida es una Canción” y de la telenovela “Se busca un Hombre”.

La información obtenida en esta entrevista Eva será utilizada con un fin académico la cual formara parte de la tesis llamada “Apropiación y uso de programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” como reproducción sociocultural.

OBJETIVO DEL ESTUDIO: Analizar la apropiación y el uso del programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” como reproducción sociocultural.

##### PRESENTACIÓN DEL ENTREVISTADO:

Nombre: \_\_\_\_\_

Cargo en la producción \_\_\_\_\_

Tiempo de laborar en esta producción \_\_\_\_\_

1. ¿Cómo, cuándo y en dónde Eva inicia su carrera en la televisión?
  - Mencionar que cargos ocupo en sus inicio
2. ¿Qué tanto cambio tu vida trabajar en la realización de programas televisivos?
3. ¿Cuándo y cómo llegas a Televisión Azteca?
  - Mencionar cargos que ocupo
4. ¿Cuándo te incorporas aproximadamente a la producción de “Lo Que Callamos Las Mujeres” y con que cargo?
5. ¿Cuál fue la razón que tuvo mayor peso para incorporarte a esta producción?
6. ¿Y antes de esto quién llevaba la producción del programa?

7. ¿Por qué se deciden centralizar la producción en un solo equipo y no dejarla como en sus inicios en donde se alternaban muchos productores?
8. ¿Quién decide este cambio?
9. ¿En su primer etapa del programa cuanta gente aproximadamente conformaba el equipo de “Lo Que Callamos Las Mujeres”
10. ¿Y hoy cuanta gente conforma esta producción?
11. Cuéntame, para ti ¿que significa ser mujer y tener este cargo en la producción?
12. Durante el desarrollo de tu profesión en ¿el rol de la mujer ha cambiado?

**Hablando de mujeres ahora enfoquémonos en el programa “LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES” EXCLUSIVAMENTE.**

13. ¿Cuántos años tiene de existir el programa “Lo Que Callamos Las Mujeres”
14. ¿Cuántas horas se han hecho de “Lo Que Callamos Las Mujeres en su existencia?
15. ¿Por qué se crea “Lo Que Callamos Las Mujeres”
16. ¿Cuál es la diferencia que tu vez entre “Lo Que callamos las Mujeres” y su competencia directa “Mujer casos de la Vida real”?
17. Desde tu perspectiva como productora ¿qué es lo que hace que el programa siga vigente?
18. ¿En base a que o en que se eligen los programas?
19. ¿Cómo han logrado la vinculación con las instituciones y fundaciones participantes en el programa?
20. ¿Los programas siempre parten de un punto real?
21. ¿Existe una forma en la producción de medir el impacto cultural-educativo con sus televidentes?  
-¿Cómo se logra eso?
22. ¿Cuál es el objetivo que tiene el programa “Lo Que Callamos las Mujeres”
23. ¿Crees que a lo largo de estos 7 años de transmisión, el programa logra y cumple con su o sus objetivos?
24. Tú crees que ¿Las mujeres rompen el silencio con este programa?
25. ¿Me darías tu opinión acerca de la televisión mexicana?

26. ¿Tu opinión sobre el papel de la mujer mexicana que juega hoy en día ante esta sociedad?

27. ¿Algo que quieras añadir al respecto?

Gracias por la entrevista y brindarme este tiempo.

**ANEXO 5:**  
**PRESENTACIÓN DE**  
**LOS RESULTADOS DE**  
**LAS TÉCNICAS**  
**(Disco compacto)**



**GRUPO DE DISCUSIÓN**  
**PRIMER NIVEL: CATEGORIZACIÓN**

CATEGORIAS	
A) IDENTIFICACIÓN DE LOS PARTICIPANTES	OBSERVACIONES
<p>S 1. (1) Bueno mi nombre es Lizbeth</p> <p>Sujeto 2. (2) Mi nombre es Margarita</p> <p>Sujeto 3. (3) Yo me llamo Sharon</p> <p>Sujeto 4. (4) Yo me llamo Blanca</p> <p>Sujeto 5. (5) Yo soy Yolanda</p> <p>Sujeto 6. (6) Me llamo Georgina</p> <p>Sujeto 7. (7) Yo soy Sandra</p>	<p>(Las participantes se notan un poco nerviosas pero se ve su disposición para poder iniciar del dialogo)</p>
B) CONTEXTO SOCIOCULTURAL	
<p><b><u>(A la pregunta de ¿que les gusta hacer?)</u></b></p> <p>Sujeto 2: (8) A mi me gusta hacer aerobics, me gusta practicar la natación, pasear, viajar, ver televisión.</p> <p>Sujeto 4: (9) Yo coso... fieltro, me gusta mucho y me relaja hago de todo, es lo que más me gusta hacer, ver televisión y escuchar radio.</p> <p>Sujeto 5: (10) Yo bordo en listón me gustan las excusiones, amo el baile y escucho radio y veo televisión.</p> <p>Sujeto 6: (11) A mí me gusta cocinar eso si es lo mió y también pasear.</p> <p>Sujeto 7: (12) A mí me gusta escuchar música salir a caminar y ver un poco de televisión.</p> <p>Sujeto 3: (13) Pues a mi también me gusta escuchar mucho música, bailar un poco y ver televisión.</p> <p>Sujeto 1:(14) A mi me agrada hacer ejercicio, practico la elíptica diario una hora, leer y trabajar.</p>	<p>(En un inicio ninguna de las participantes se atrevía a decir que entre sus distracciones les agradaba ver televisión. Se tuvo que inducir un poco más la platica para poder lograr una mayor compenetración y nivel de confianza)</p>
C) CONSUMO MEDIATICO TELEVISIVO	
<p><b><u>(A la pregunta del ¿porque prefieren la televisión?)</u></b></p> <p>Sujeto 2: (15) Pues a mi me distrae un poco de mi vida personal, me gustan ver una que otra telenovela, los programas que dejen alguna información, las noticias.</p> <p>Sujeto 1: (16) La televisión aparte de todo esto también te ilustra como son imágenes se te quedan las cosas más concretas en el cerebro y con el radio no pasa eso.</p> <p>Sujeto 2: (17) Te instruye sobre todo con los programas</p>	

informativos.

Sujeto 7: (18) Aunque dicen que la tele es un poquito más de compañía a veces pues también requiere un grado de atención y como no veo mucha tele procuro verla con programas que me dejen un poco más de información.

**(A la pregunta de ¿tienen algún horario para ver la televisión?)**

Sujeto 1: (19) Por ejemplo yo solo la veo en la noche, después de que acabas de hacer todas tus labores y que acabas con programas que tienen más interés y mayor información para uno como adulto.

Sujeto 2: (20) Yo la veo en las mañanas muy poco y más tiempo en la noche igual cuando me desocupo de todo me gusta verla.

Sujeto 7:(21) A mi me agrada verla en la noche, después de las 7pm que me tranquilice un poco de todo lo que hice en el día ya prendo la tele y la veo hasta que me duermo no se como unas dos horas o más.

**(A la pregunta en ¿donde les gusta ver la televisión?)**

Sujeto 2: En mi recamara

Sujeto 1: En la recamara

Sujeto 3: En la recamara

Sujeto 7: No en la recamara no, dicen que no es bueno así que es mejor en la sala.

**(A la pregunta de ¿qué tipo de programas televisivos son más de su agrado?)**

Sujeto 1: Informativo

Sujeto 2: Si, informativo

Sujeto 4: Documentales

Sujeto 5: También las telenovelas

**(A la pregunta de ¿conocen algún programa televisivo dirigido a la mujer aparte de las telenovelas?)**

Sujeto 1,2,3,4,5,6: Si

Sujeto 1, 2, 4, 6: Mujer y Lo Que Callamos

Sujeto 4: Hay uno en el canal 11 creo “Diálogos en Confianza”, el problema de este es que esta en un horario muy conflictivo para nosotras las mujeres, por la mañana se nos dificulta más las cosas para ver tele.

**D) CONCEPCIÓN DE MUJER**

**(A la pregunta de ¿qué significa para ustedes ser mujer?)**

(RISAS DE TODAS LAS PARTICIPANTES AL ESCUCHAR LA RESPUESTA DEL SUJETO NUMERO 7)

<p>Sujeto 1: Una gran responsabilidad, una gran carrera porque te desenvuelves como hija, esposa, novia, madre, padre, como profesionista, como psicóloga, como administradora o sea que ser mujer es ser un todo.</p> <p>Sujeto 2: Eres maestro, de limpieza, es una responsabilidad muy grande pero muy bonita, la mujer es más fuerte que un hombre por esto. La mujer puede ser papá y mamá.</p> <p>Sujeto 4: la mujer no conoce cual es el sexo débil.</p> <p>Sujeto 3: Yo también creo que la mujer es un todo y claro que es más fuerte ella que el hombre, desde un principio cuando eres mamá cargas con ellos 9 meses en tu vientre “eso si es aguante”, los cuida, ella es siempre la que esta con ellos, los guía, los prepara para el futuro, los orienta ya que los hombres no tienen tanta responsabilidad en la casa yo creo que aun la responsabilidad de los hombre es el dinero en la casa. Ya que uno como mujer esta en la casa, ve a los niños, va hacer las compras, hacer los pagos y demás y el hombre raramente hace eso y simplemente no lo hace.</p> <p>Sujeto 7: Parece que hoy en estos tiempos el paquete de la mujer es completo, no solo es el ama de casa me parece muy rico mucho más interesante lo que hacemos hoy, no digo que limpiar y cocinar sea denigrante para nada pero ahora después de llegar del trabajo atiendes a tu marido, a tus hijos, administras el dinero de la casa y para la mujer la familia es lo más importante tiene cierto poder para uno como mujer.</p> <p><b><u>A la pregunta de ¿creen que a cambiado desde unos años la percepción de la mujer en México?</u></b></p> <p>Sujeto 2: Mucho Sujeto 5: Bastante Sujeto 3: Si</p>	<p>(En esta categoría los rostros de las participantes reflejan satisfacción, y todas ellas quieren expresar su sentir.</p> <p>La conversación empieza a fluir de una manera más sencilla y sincera).</p>
<b>E) HOMBRE vs. MUJER</b>	
<p><b><u>A la pregunta de ¿existe una igualdad entre el hombre y la mujer?</u></b></p> <p>Sujeto 1: Supuestamente legalmente ya existe la Igualdad entre el hombre y la mujer. Pero aún la igualdad real moral no se da, la mujer si se puede ir a la par con el hombre en cuanto al trabajo, responsabilidades y más, pero... engaña tu al hombre y veras que no es bien visto en la sociedad como se lo solapan al hombre dicen a porque el es hombre el puede tu como mujer no.</p> <p>Sujeto 7: Desgraciadamente la misma mujer fue quien puso esos obstáculos desgraciadamente es más machista que el mismo hombre, es difícil que exista una igualdad</p>	

pura. Pues como dice Lizbeth con el ejemplo de la infidelidad, nosotras como mujeres decimos “Ah ya viste a esa loca anda engañando a sus hijos y bla, bla, bla, que todas ya sabemos y somos las primera que nos ponemos el yugo, con nuestro hijo lo hacemos consiente o inconscientemente le pedimos a la niña oye atiende a tu hermano a tu papá y ahí estamos reproduciendo nuestros pasados, empezamos por eso no somos las primeras machistas y educamos a los machistas.

Sujeto 4: Pero esto es por la educación que nos dieron ¿no?, porque en mi familia esto pasaba, mis hermanos no ellos por ser hombres no podían hacer nada de los labores de la casa y yo ahora con mis hijos no lo permito aquí todo es parejo nada que uno porque es hombre y las otras mujeres.

Sujeto 6: Fíjense que yo soy la única mujer entre cuatro hermanos y mi mamá igual, nunca los dejo hacer nada y yo si, tenia que hacer todo, la mujer tenia que cuidar a los más chicos y hoy como es posible que mis hermanos ya están casados y con las esposas son... No pueden hacer nada todo lo piden de mala gana no quieren ayudar a las labores del hogar y mi esposo es la otra cara de la moneda, me ayuda a planchar a cocinar, a levantar la mesa a cuidar a nuestros hijos y eso tratamos de enseñarle a mi hijo que no sea machista nada de nada que tienda su cama que me ayude a recoger sus juguetes al parejo que su hermana, es ahí por donde uno debe de empezar.

Sujeto 4: Hay empresas en donde no toleran que las mujeres se superen y no las dejan llegar a más por el simple hecho de ser mujer y eso le paso a mi hija.

Sujeto 7: Eso si aun pasa pero eso si quien les limpia los baños, quien toma los recados.

Sujeto 5: A ese nivel si las aceptan pero ya más arriba no y piensa el típico hombre macho que va a perder su trabajo o no se.

Sujeto 7: Pero no podemos olvidar que hoy ya hay muchas mujeres ejecutivas

Sujeto 1: Ya podemos ocupar lugares importantes ante la sociedad.

Las participantes empiezan a tomar confianza y se refieren a ellas por sus nombres (Como lo dijo: Blanca, Lizbeth, Margarita etcétera).

**F) CONDICION DE LA MUJER**

**A la pregunta de ¿Cuál fue la etapa más importante de su vida como mujer?**

Sujeto 6: Cuando fui madre, ahí supe y me entere de todo lo que puede ser capaz de hacer como madre por mis hijos.

Sujeto 3: Me entere de todo lo que puede ser capaz de hacer como madre por mis hijos.

Que es lo que realmente quería de mi vida.

Sujeto 5 me entere de todo lo que puede ser capaz de

hacer como madre por mis hijos.  
Y eso se reflejo en mi adolescencia y ahora que soy adulto.

Sujeto 2: Para mi fue cuando me case y fui madre ahí es cuando uno me convertí en mamá, maestra, enfermera y encontré todos los paquetes incluidos que era ser mujer y madre a la vez y es muy difícil pero es una carrera muy bonita.

### **G) MUJER E INSTITUCIONES**

#### **A la pregunta de ¿qué significa la familia para ellas?**

Sujeto 1: Primero antes que nada es la base de la sociedad, es lo más importante porque es el núcleo en donde se va a crecer, reproducir y porque no se puede cambiar a nuestro país para bien, ya que lo que tu tienes en tu familia lo reflejas afuera.

Sujeto 3: Es muy importante desde como uno la va formando, es nuestra primer instancia para educarnos, aprendemos y conocemos y algo muy importante para que esto suceda debe de haber un entendimiento en común unión.

Sujeto 6: Hay cosas que en tu familia pasaron y ahora que una ya formo una familia no las quieres repetir y permitir que suceda y tratas de cambiarlo para bien de los tuyos y de los que siguen

Sujeto 2: Para mi como mujer la familia es muy importante por que ahí es donde puedo transmitir lo que deseo para bien de los demás, es ahí donde puedo hacer algo por mi gente, mi colonia, mi país, por las mujeres, porque si se educar enseñar y aprender a mi familia seremos y aremos mejores personas cada día tanto como mujeres, hermanas, esposas, mamás, jefas, etcéteras es decir seremos mejor humanos. Y todo esto se empieza desde la familia.

#### **A la pregunta de ¿que opinión tienen acerca del gobierno?**

Sujeto 4: Muy malo

Sujeto 3: No nos sirve para nada

Sujeto 7: Es un mal necesario

Sujeto 5: Dicen que hacen mucho y la verdad es casi nada.

#### **A la pregunta de ¿que si las mujeres les interesa la política?**

Sujeto 2: Antes nos hacían a un lado no nos dejaban participar, opinar pero ahora si ya podemos opinar sobre ello y claro con buenos argumentos.

Sujeto 3: Ahora ya hay más apertura en ello porque queremos un cambio para nosotras lo necesitábamos y aun lo seguimos necesitando y es por eso que vemos a mujeres en la política porque ellas están abriendo y sustentando ese cambio y de nosotras depende que siga.

**A la pregunta de ¿que opinión tienen acerca de la educación que hay en México?**

Sujeto 7: Pues tenemos un buen rezago porque como buen país tercermundista nos falta un buen gobierno y por lo tanto una buena educación pues entonces nos falta mucho.

Sujeto 1: Nos falta mucho pero yo creo que si vamos avanzando porque antes a la mujer se le tenía prohibido estudiar mucho menos llegar en la universidad ahora ya tenemos muchas mujeres universitarias que deseamos todas superarnos sin que nada nos detenga y esto es muy importante porque así empiezas a luchar por tus derechos.

**A la pregunta de ¿Qué opinión tienen sobre el papel que tiene la mujer en el ámbito laboral?**

Sujeto 4: es las ganas de superarse uno como mujer ¿no? Ya que ahora hemos demostrado que en cualquier labor puedes desarrollarte.

Sujeto 7: Ahora ya no hay una sola empresa que no tenga a una mujer laborando para ellos o hasta ocupando un alto puesto.

Sujeto 7: Pero no podemos olvidar que hoy ya hay muchas mujeres ejecutivas

Sujeto 1: Ya podemos ocupar lugares importantes ante la sociedad.

**H)“SEMEJANTES PERO DIFERENTES”  
LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES vs. MUJER  
CASOS DE LA VIDA REAL**

**A la pregunta de ¿Qué opinan sobre el programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” y “Mujer Casos de La Vida Real”**

Sujeto 1: Mira para mi son dos programas que te pueden informar los dos tratan en su tema central la mujer, la gran diferencia que veo entre un programa y otro es que en Mujer Casos de la Vida real te trabajan los casos de mujeres simplemente y el programa Lo Que Callamos las Mujeres te dan el caso pero a diferencia del otro de dan una solución que esto es lo más importante para una como mujer saber que hay instituciones, fundaciones, etcétera que nos pueden ayudar que casi casi nos solucionan nuestro pesar, nos dicen a donde ir y nos hacen saber que nosotras también valemos y que a su vez tenemos que hacer valer nuestro derecho y que existen instituciones que

(En esta categoría las participantes reflejan una mayor capacidad de dialogo apoyándose con la expresión de su cara, gestos de conformidad o

<p>nos hacen valer nuestros derechos.</p> <p>Sujeto 3: Bueno Mujer es un programa viejo en donde solo como lo decía Lizbeth se enfoca a entretenernos y a darte su bendición donde dice la Señora Silvia Pinal “esperamos que fulanita de tal solucione su problema” o sea ve con Dios y arréglatelas como puedas y en cambio Lo Que Callamos se enfoca a los problemas que rodea a la mujer nos da soluciones a nosotras para poder superarnos y salir adelante y no dejar que este mundo y los hombres nos sigan haciendo a un lado cuando les conviene.</p> <p>Sujeto 2: Yo prefiero Lo Que Callamos que Mujer porque los casos se ven más reales.</p> <p>Sujeto 5: Claro pero no me dejen mentir que en Mujer tienen actores más reconocidos que en lo Que Callamos y a veces porque no una se hecha su taco de ojo con los actores.</p> <p>Sujeto 1: En Lo Que Callamos te hace reaccionar y piensas esto le sucede a mi prima, hermana, a mi vecina, a mi madre y le puedes brindar una solución que viste el programa ¿no?</p>	<p>inconformidad).</p> <p>En esta hora del grupo de discusión ya han cambiado su postura de sentarse. Se notan más relajadas.</p>
<p align="center"><b>I) LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES Y SU PROCESO DE RECEPCIÓN A TRAVÉS DE LOS HABITOS</b></p>	
<p><b><u>A la pregunta de ¿con qué frecuencia ven el programa?</u></b></p> <p>Sujeto 3: Todos los días de Lunes a Viernes</p> <p>Sujeto 4: Si yo también lo veo todos los días y hasta sus repeticiones</p> <p>Sujeto 1: Regularmente</p> <p>Sujeto 7: Aproximadamente dos veces a la semana si puedo más lo hago</p> <p>Sujeto 2: Cada vez que tengo tiempo</p> <p>Sujeto 5: Seguido</p> <p>Sujeto 6: Con frecuencia lo veo de 3 a 4 programas aproximadamente a la semana.</p> <p><b><u>A la pregunta de ¿en dónde ven el programa?</u></b></p> <p>Sujeto 7: En mi casa</p> <p>Sujeto 1: En casa de mi mamá o en mi casa</p> <p>Sujeto 3: En casa</p> <p>Sujeto 6: En mi casa</p> <p>Sujeto 2: En casa</p> <p>Sujeto 4: En mi casa</p> <p>Sujeto 5: En mi casa por lo regular y las repeticiones de vez en cuando en el trabajo cuando me lo permite el trabajo ¡claro!</p> <p><b><u>A la pregunta de ¿con quién ven el programa?</u></b></p>	

Sujeto 2: A veces sola o con una de mis hijas  
Sujeto 1: Yo también  
Sujeto 4: Sola o con mis hijos  
Sujeto 7: Sola por que a mi marido ese tipo de programas no le gustan no es porque este en contra de ello pero no es de su preferencia

**A la pregunta de ¿desde cuando ven el programa?**

Sujeto 2: Hace como 2 años  
Sujeto 5: Desde el 2000  
Sujeto 7: Vario tiempo  
Sujeto 1: Como 4 años, pero ya es un programa “ruco”  
Sujeto 4: Como 6 o 7 años. Aproximadamente, es por eso que a veces sacan programas repetidos, lo pasaban a las 2 luego a las 4 que por lo regular son programas repetidos, luego a las 5 y ahora a las 7:30.

**A la pregunta de ¿el horario actual del programa?**

Sujeto 1: Si el horario de ahora es el mejor  
Sujeto 2: Pues si porque ya es un horario en donde ya saliste de la cocina del trabajo  
Sujeto 3: El horario esta muy bien por el cambio pero aparte de ellos también ha tenido un cambio en las temáticas que ahora manejan  
Sujeto 7: Es un buen horario porque también ya terminaste de hacer la tarea con los niños  
Sujeto 4: Por que el de las cinco de la tarde todos son repetidos aun así cuando puedo los veo pero el que no me pierdo es el de las 7:30 p.m.

**A la pregunta de ¿El Por qué del gusto preferente por este programa?**

Sujeto 1: Información  
Sujeto 4: Tema e información  
Sujeto 2: información  
Sujeto 3: Temas y claro la información que nos brinda  
Sujeto 6: Información

**J) LO BUENO DE L.Q.C.L.M SEGÚN SUS RECEPTORAS**

**A la pregunta de ¿Qué es lo que les agrada del programa?**

Sujeto 1: Sus escenografías (Locaciones), como lo dice Yola nos damos cuenta que graban el lugares reales y no hechizos aparte de la información recibida eh.  
Sujeto 4: Los artistas te hacen que te sumerjas a la historia bueno algunos.



Sujeto 3: Hay algunos actores que hacen muy real el tema, lo tratan muy bien no te lo pintan de color rosa, lo tratan tan cual es en algunas ocasiones como dice Blanca.

Sujeto 4: Hay una niña bueno jovencita que se llama Michel Garfias o algo así ha que como actúa de violada hace muy bien su trabajo se la crees, te transmite, lo sientes, se lo compras.

Sujeto 4: A mi me agradan las entradas del programa ya que te das una idea de que va a tratar el tema del día

Sujeto 1: Es un programa fácil de ver, de entender y eso es lo bueno porque a veces hay programas muy lentos que te aburren que dices que flojera y le cambias de canal, aquí se van a lo concreto. Es dinámico.

Sujeto 7: Y con la entrada una tiene la posibilidad de saber si lo vez completo o no, me gusta no le cambio, no me gusta pues adiós y se acabo te dan esa posibilidad de elegir.

Sujeto 1: Entonces las tomas tienen mucho que ver para la realización del programa ¿no? ya que con una buena información y una buena imagen el programa es completo. Te lo dan desmenuzadito.

Sujeto 1: A mi se los vuelvo a repetir son los temas

Sujeto 3: El ritmo de la transmisión que tienen un principio y un fin el mismo día.

Sujeto 7: Los temas, las locaciones, las tomas

Sujeto 5: Todo, tiene una dinámica muy buena tanto actores, los temas,

Sujeto 3: los actores tienen mucho que ver son los que te lo hacen más real o hasta a veces falso dependiendo como los dirijan o actúen, porque de esto también depende si te dan ganas de verlo o no depende de cómo te lo presenten.

Sujeto 1: cambiando un poco de tema a mi las imágenes que sacan de sus locaciones me parecen bellísimas también me llaman mucho la atención me atrapan. Te lo hacen más real.

### **A la pregunta de ¿Por qué ven las repeticiones del programa?**

Sujeto 4: Por que me gustan, porque a veces digo ese no lo vi, cuando pasó esto, no le puse mucha atención, a que hora pasó esto y refuerza la información obtenida

Sujeto 1: Pero esto pasa porqué te llama la atención si vez un programa que no te guste yo creo que tenemos la opción de cambiarle y decir que flojera, pero como aquí manejan temas importantes es por lo que uno los vuelve a ver y nunca esta por demás.

Sujeto 5: Si eso si cada vez que uno vuelve a ver los programas siempre le encuentras cosas nuevas

Sujeto 4: Pero el de las 7: 30 para mi es el mejor.

**K) LO MALO DE L.Q.C.L.M SEGÚN SUS**



<p>Sujeto 6: ALANON, Predamex  Sujeto 3: UNICEF  Sujeto 5: DIF  Sujeto 7: ADIVAC, APIS, TELSIDA, FUCAM</p>	
<b>M) CONSUMIDORAS PROPOSITIVAS</b>	
<p><b><u>A la pregunta de ¿Proponen algo para mejorar el programa?</u></b></p> <p>Sujeto 1: Lo que yo propongo es que cuando termine el programa no solo te pongan la institución a la que puedes ir, sino que hagan como una especie de directorio donde salgan las fundaciones más solicitadas y la del día ¿no?, es como yo te digo ayer no vi el programa que hablaba de quemaduras que era el que a mi me interesa y hoy si lo veo entonces ese como directorio podría hacerse por semana o por mes, y así tendríamos la información no solo la del día de hoy si no las pasadas.</p> <p>Sujeto 5: Que cuenten con más variedad de actores</p> <p>Sujeto 4: Que te brindaran un teléfono directo para comunicarte con los del programa y estos a su vez te brindaran la información solicitada de cualquier fundación que ayudara a tu petición.</p> <p>Sujeto 2: El horario es excelente ni tan noche ni tan temprano se nos ajusta muy bien a nosotras que también somos amas de casa.</p>	
<b>N) INTERES E INVOLUCRAMIENTO CON EL MEDIO</b>	
<p><b><u>A la pregunta de ¿Opinión general del programa?</u></b></p> <p>Sujeto 1: Que es un programa bueno que me ayudo al menos a mi a conseguir una buena información por mi accidente que tuve, a encontrar soluciones y gracias por este programa.</p> <p>Sujeto 3: Es un buen programa porque como mujer me veo reflejada en el en algunos casos que me hacen reflexionar y me hacen ver las cosas de mejor manera encontrándole una solución y no estancándome</p> <p>Sujeto 7: la información que maneja el programa te da la pauta para seguir con un comportamiento o cambiarlo para modificar tu vida o darle un giro distinto y sobre todo que el programa te facilita un poco la tarea de ser mujer.</p> <p>Sujeto 2: Aparte de todo esto nos hace ver nuestros derechos de una manera clara como mujer y como mujer pensábamos que no teníamos voz y voto y el programa te invita a que no te quedes callada, habla, pide apoyo.</p> <p>Sujeto 6: no se hasta donde pasa el programa pero seria bueno que pasara en todos lados del país hasta en los pueblos más recónditos porque si hay injusticia para la mujer en la ciudad como a de ser en los pueblos.</p> <p>Sujeto 2: Que sigan haciendo programas nuevos para que no los repitan tanto.</p>	

**O) APROPIACIÓN Y USO DEL PROGRAMA  
TELEVISIVO L.Q.C.L.M**

**A la pregunta de ¿Se llegan a ver reflejadas en el programa?**

Sujeto 1: Si, pues yo tuve un accidente hace un año y cuando paso el tema de mi accidente que fueron quemaduras te involucras de nuevo con el tema y sabes lo que la persona quiere darte a explicar lo que se siente lo reviví por completo, y lo mejor fue que de este programa yo saque la información de la fundación para quemados y esa fundación me oriento ya que trataba con puros bebes pero como adulto me canalizo con unos de sus mejores cirujanos. Esto fue algo que cuando uno ve el programa piensas a mi nunca me va a pasar y tu crees que nunca te va a pasar un accidente así y lo ves súper lejos y que padre fue tener una fundación que salio de la televisión del programa de “Lo Que Callamos Las Mujeres”, salio me refiero a que yo lo vi ahí y que me presto ayuda en cuento orientación para conseguir los mejores medico en cuanto a quemaduras.

Sujeto 2: Si, por ejemplo cuando alguna vez vi un programa donde trataban el tema de violación en ese momento cuando lo veía me sacudió y me hizo pensar en que hubiera pasado si mis hijas hubieran estado en ese lugar y luego luego hable con mi hija la que tiene hijos y le dije cuida a los niños por que mira vi un programa y le conté lo que sucedió, porque si te hacen reflexionar esos temas y así como ese hay más como el tema de los psicólogos que son muy importantes en nuestra vida cuando los necesitamos y que decimos para que uno ve a un psicólogo es para locos y cuando uno ve el programa con esos temas te hacen reflexionar y te dan ganas de ver a una persona así especializada por su buen anejo del tema, y te sirve mucho por que yo la verdad después de ver estos temas en el programa me decidí a tomar terapia y me he sentido muy bien yo si se lo recomendaría a gente que tiene algún problema. En el programa sacan fundaciones e instituciones donde uno puede acudir y no cobran tan cara o simplemente no cobran, puedes sacar teléfonos, direcciones y te da la posibilidad de cambiar ya no es porque no lo sabia o no tengo de una depende si quiere cambiar o no su vida. Por eso es muy bueno el programa.

**A la pregunta de ¿Creen que el programa refleje la situación real del país con la mujer y su contexto?**

Sujeto 2: Si

Sujeto 5: Si

Sujeto 3: Claro uno de ellos es el aborto, ahora niñas, chavas, adultas aborta y realmente no tienen una clara conciencia de lo que les puede pasar si lo hacen de manera

(Aquí las participantes al no sentirse expuestas tan directamente empiezan a dar su punto de vista en donde varias aceptan con palabras, gestos u opinión la apropiación y el uso que le dan cada una al programa)

clandestina al igual que la violencia muchas la aparentan pero la realidad es que viven una violencia en casa, trabajo, familiares.

Sujeto 1: Si hay una similitud de todo lo que nos presenta el programa con nuestra vida desde la educación, la familia, la depresión, la bipolaridad, el acoso sexual en el trabajo, la falta de dinero entre muchos.

Sujeto 2: La infidelidad, el abandono de padres a hijos

Sujeto 4: Enfermedades también ¿no? Como el tabaquismo, el alcoholismo, la drogadicción el sobrepeso todo eso pasa en nuestro país al igual que los discapacitados con el maltrato que les dan las personas que los rodean.

Sujeto 3: De hecho el programa te da a conocer muchas enfermedades que estaban ahí pero no se sabían, te ponen alerta diciéndote como se presenta esta enfermedad y que acudas a revisarte con un especialista.

Sujeto 4: Si porque dices creo que me duele esto o eso me esta sucediendo a mi me paso o a Juanita, Perenganita o Chuchita

Sujeto 1: Si es verdad y así podemos saber que tipo de enfermedad nos aqueja si es una osteoporosis o una artritis degenerativa o yo que se.

Sujeto 4: Unas son enfermedades comunes pero hay otras que son medio raras que te presentan el programa

Sujeto 5: Como ahora la del papiloma humano

Sujeto 7: El Cáncer hoy es muy común al igual que el cáncer de mamá en nuestro país y todos estos son manejados en el programa

Sujeto 5: Yo pensaba que esto del cáncer solo le pasaban a las personas mayores y no es así a cualquiera le toca hay mucho cáncer en el país.

Sujeto 1: Afortunadamente el programa te brinda información de fundaciones que dan apoyo a esto y que aparte económicamente no se pasan de listos.

Sujeto 4: Si es cierto porque cualquier enfermedad es una rentita y que algunas son muy caras y quien no tiene la posibilidad económica se muere pero gracias a estas instituciones no siempre es así.

Sujeto 1: Pues es lo que pasa en muchos hogares mexicanos, la violencia contra la mujer, en este video podemos ver las palabras que emplea el marido cuando habla con su mujer la minimiza y aun pasa.

Sujeto 4: pero eso es de uno puedes dejarlo seguir adelante con un trabajo lavando platos de chacha de lo que sea con tal que no te sigan haciendo daño.

(Todas las participantes concuerdan afirmativamente a esta pregunta tanto con palabras y gestos de aceptación)

<p>Sujeto 5: Pues que el dinero cambia a las personas y tiene que suceder algo trascendente para que uno reflexione y es demasiado tarde.</p>	
<p><b>P) REPRODUCCIÓN SOCIOCULTURAL</b></p>	
<p><b><u>Después de utilizar la técnica proyectiva del programa y pedirles su opinión acerca de ello</u></b></p>	
<p>Sujeto 3: Por que nosotras lo permitimos si un hombre te dice tu eres inútil y lo aceptas ahí esta el error ahora ya estamos cambiando gracias a esto, no nos queremos dejar, es cosa de que tú te lo creas, de que no eres inútil y puedes y tienes derecho a cambiar y ser mejor.</p> <p>Sujeto 4: Hay muchas niñas y señoras que a pesar de no tener recurso económicos o educación se defienden y yo creo que es gracias a que este tipo de programas les abren los ojos no, y de ellas dependen o no cambiar.</p> <p>Sujeto 4: Por eso lo digo y lo vuelvo a decir tu puedes salir adelante como mujer con o sin un hombre a lado siempre hay una oportunidad y más si tienes a un hijo que sacar adelante.</p> <p>Sujeto 5: Yo creo que con este video se muestra que no somos el sexo débil y para enfrentar verdaderos problemas ahí siempre estamos enfrentándolos no importando como.</p> <p>Sujeto 3: Siempre dejan a una con la bronca, con los hijos, con las responsabilidades y nosotras vemos como le hacemos y salimos.</p> <p>Sujeto 2: Hasta en la misma Ciudad pasa esto por ejemplo entras a trabajar a un lado y no esta tan fea y que te dicen quieres el trabajo sal conmigo y si no, no pierdas el tiempo. Y eso para mí como mujer es muy difícil, ya que yo estuve trabajando el Politécnico y el Subdirector de ahí y me dijo quiero que salgas a cenar conmigo porque me gustas desde que entraste quería que me acostara con el y si no me dijo cínicamente que renunciara y como sabia que tenia tres hijas y que era viuda pensó que podía salirse con la suya pero no fue así me vi en la necesidad de renunciar. Y en este aspecto sigue habiendo muchos abusos en el ámbito laboral, del hombre hacia la mujer. Por que ven que la mujer necesita el trabajo quieren abusar de la mujer para dárselo.</p> <p>Sujeto 3: Pues volvemos a ese pensamiento machista no que la mayoría de estos temas se refleja como eres mujer no tienes derecho a... pero eso es mentira siempre hay una solución y tenemos que expandir ese pensamiento día con día con nuestras conocidas, familiares, hijos, vecinos ¿no?</p>	<p>(Se puede ver que mediante las técnicas proyectadas en el grupo de discusión y los diálogos que las participantes aportan la reproducción sociocultural esta presente en cada una de ellas ya que la mayoría. Opinaba que con programas de estos de una dependía la solución que le diera a su problema. El punto medular era superarse y no estancarse. )</p>
<p><b>Q) MODOS DE APRENDIZAJE</b></p>	
<p><b><u>Después de utilizar la técnica proyectiva del programa y pedirles su opinión acerca de ello</u></b></p>	
<p>Sujeto 4: Y que es un tema que también esta pasando, es</p>	

real ya que los de provincia se van al otro lado a buscar suerte dejando a su familia a expensas de que. Que pasa en uno de los pueblitos de Michoacán hay puras mujeres no hay hombres porque se van buscando dinero para salir adelante al otro lado.

Sujeto 3: Algo que es súper fuerte es como se ve la necesidad de la mujer de ir con alguien más para que te pueda dar dinero para sacar adelante a tu hijo, es más que nada una necesidad que a veces la misma sociedad te lleva a ello por ser mujer. Y lo buscas por otro lado con tal de sacar a tu hijo. ¿Quién no haría esto y más por un hijo?

Sujeto 2: Eso si tiene razón Sharon vas a trabajar y por la misma necesidad se quieren pasar con una.

Sujeto 6: Bueno pero hay mujeres que se les hace más fácil un acostón que trabajar como yo les digo puedes decir te hago rápido tu quehacer, te lavo los trastes, la ropa y listo

Sujeto 4: pero en provincia casi no se puede hacer eso o en zonas rurales donde no hay dinero y no puedes ir con la vecina y decirle te hago tu quehacer para que me pagues no se puede no hay esa oportunidad.

**GRUPO DE DISCUSIÓN**  
**SEGUNDO NIVEL**

<b><u>CATEGORIAS</u></b>	<b><u>SINTESIS TEXTUAL</u></b>	<b><u>INTERPRETACIÓN</u></b>
<b>A) IDENTIFICACIÓN DE LOS PARTICIPANTES</b>	Lizbeth, Margarita, Sharon, Blanca, Yolanda, Georgina, Sandra.	Mujeres que oscilan entre la edad de 35 a 40 años que viven en la Unidad habitacional el Rosario que consumen el programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres.
<b>B) CONTEXTO SOCIOCULTURAL</b>	<b><u>(A la pregunta de ¿que les gusta hacer?)</u></b> Hacer ejercicio, viajar y ver televisión. Cocer fieltro, ver televisión y escuchar radio. Bordar con listón, bailar, escuchar la radio y ver la televisión. Cocinar, y viajar. Escuchar música, salir a caminar y ver un poco de	Todas ellas tienen diferentes actividades que les agrada hacer en sus tiempos libres pero lo que las hace tener algo en común es el gusto por ver la televisión y la radio en la mayoría de ellas.

	<p>televisión. Escuchar música, bailar y ver televisión. Hacer ejercicio, leer y trabajar.</p>	
<p><b>C)CONSUMO MEDIATICO TELEVISIVO</b></p>	<p><b><u>(A la pregunta del ¿porque prefieren la televisión?)</u></b> Me distrae un poco de mi vida personal. Te ilustra, como son imágenes se te quedan las cosas más concretas en el cerebro. Te instruye sobre todo con los programas informativos. Por que con algunos programas te dejan más claro cierta información. <b><u>A la pregunta de ¿tienen algún horario para ver la televisión?)</u></b> La veo en la noche, después de que acabas de hacer todas tus labores. Yo la veo en las mañanas muy poco y más tiempo en la noche. A mi me agrada verla en la noche, después de las 7pm que me tranquilice un poco de todo lo que hice en el día ya prendo la tele y la veo hasta que me duermo. <b><u>(A la pregunta en ¿donde les gusta ver la televisión?)</u></b> En mi recamara En la recamara En la recamara En la sala. <b><u>(A la pregunta de ¿qué tipo de programas televisivos son más de su agrado?)</u></b> Informativo Si, informativo Documentales</p>	<p>A todas ellas les gusta ver la televisión porque aparte de que las distrae un poco tienen otras ganancias como es que las ilustren, las instruyan y las informe de una manera fácil y gustosa y de fácil acceso.</p> <p>La mayoría de las participantes prefieren hacer el consumo televisivo después de todas sus actividades de casa es decir en la noche.</p> <p>Cinco de las seis participantes prefieren ver la televisión en su recamara y solo uno en la sala.</p> <p>Los programas que son más de su agrado para estas féminas son los informativos y documentales.</p>



	<p>También las telenovelas  <u>(A la pregunta de ¿conocen algún programa televisivo dirigido a la mujer aparte de las telenovelas?)</u>  Si  Mujer y Lo Que Callamos “Diálogos en Confianza”, el problema de este es que esta en un horario muy conflictivo para nosotras las mujeres, por la mañana se nos dificulta más para ver la tele.</p>	<p>Todas ellas al preguntarle si conocían programas dirigidos a la mujer respondieron que si nombrando en su mayoría tres de ellos: Mujer, Lo Que Callamos y Diálogos en Confianza todos ellos perteneciendo a cadenas televisivas diferentes.</p>
<p><b>D) CONCEPCIÓN DE MUJER</b></p>	<p><u>(A la pregunta de ¿qué significa para ustedes ser mujer?)</u>  Una gran responsabilidad, una gran carrera porque te desenvuelves como hija, esposa, novia, madre, padre, como profesionista, como psicóloga, como administradora.  Es una responsabilidad muy grande pero muy bonita, la mujer puede ser papá y mamá.  La mujer es un todo.  En estos tiempos el paquete de la mujer es completo, no solo es el ama de casa, ahora después de llegar del trabajo atiendes a tu marido, a tus hijos, administras el dinero de la casa y para la mujer la familia es lo más importante tiene cierto poder para uno como mujer.  <u>A la pregunta de ¿creen que a cambiado desde unos años la percepción de la mujer en México?</u>  Mucho  Bastante</p>	<p>Ser mujer implica un todo, es una gran responsabilidad agradable y difícil a la vez, hoy en día la mujer puede desarrollar todos los roles de la familia y de la sociedad ocupando lugares imaginables en otros tiempos. Por lo que con el paso del tiempo la concepción de la mujer se ha visto transformada.</p>

	Si	
<p><b>E) MUJER vs. HOMBRE</b></p>	<p><b><u>A la pregunta de ¿existe una igualdad entre el hombre y la mujer?</u></b></p> <p>Supuestamente  Legalmente ya existe la Igualdad entre el hombre y la mujer. Pero aún la igualdad real moral no se da, la mujer si se puede ir a la par con el hombre en cuanto al trabajo, responsabilidades y más, pero... engaña tú al hombre y veras que no es bien visto en la sociedad.</p> <p>Desgraciadamente la misma mujer fue quien puso esos obstáculos desgraciadamente es más machista que el mismo hombre, es difícil que exista una igualdad pura, somos las primera que nos ponemos el yugo, con nuestro hijo lo hacemos consiente o inconscientemente le pedimos a la niña oye atiende a tu hermano a tu papá y ahí estamos reproduciendo nuestros pasados.</p> <p>Esto es por la educación que nos dieron ¿no?, porque en mi familia esto pasaba, mis hermanos no ellos por ser hombres no podían hacer nada de los labores de la casa y yo ahora con mis hijos no lo permito.</p> <p>Mi mamá igual, nunca los dejo hacer nada y yo si, tenia que hacer todo, la mujer tenia que cuidar a los más chicos.</p> <p>Hay empresas en donde no toleran que las mujeres se superen y no las dejan</p>	<p>Se empieza a ver una igualdad hoy en día entre el hombre y la mujer pero aun falta mucho por hacer, porque a pesar de este avance aun sigue existiendo en varias partes del país una diferencia de género.</p>

	<p>llegar a más por el simple hecho de ser mujer. Pero eso si quien les limpia los baños, quien toma los recados.</p>	
<p><b>F)CONDICION DE LA MUJER</b></p>	<p><b><u>A la pregunta de ¿Cuál fue la etapa más importante de su vida como mujer?</u></b>          Cuando fui madre, me entere de todo lo que puede ser capaz de hacer como madre por mis hijos. Me entere de todo lo que puede ser capaz de hacer como madre por mis hijos. Me entere de todo lo que puede ser capaz de hacer como madre por mis hijos. Para mi fue cuando me case y fui madre ahí es cuando uno me convertí en mamá, maestra, enfermera y encontré todos los paquetes incluidos que era ser mujer.</p>	<p>La Mayoría de las mujeres participantes estuvieron de acuerdo que la mejor etapa de una mujer es cuando eres madre porque es ahí cuando tienes la oportunidad de engendrar a un ser, enseñarlo, educarlo y trasmitirle lo aprendido. E esto esta en sus manos del nuevo ser.</p>
<p><b>G)MUJER E INSTITUCIONES</b></p>	<p><b><u>A la pregunta de ¿qué significa la familia para ellas?</u></b>          Es la base de la sociedad, es lo más importante porque es el núcleo en donde se va a crecer, reproducir y porque no se puede cambiar a nuestro país para bien, ya que lo que tú tienes en tu familia lo reflejas afuera. Es muy importante desde como uno la va formando, es nuestra primer instancia para educarnos. Hay cosas que en tu familia pasaron y ahora que una ya formo una familia no las quieres repetir y permitir que suceda para bien de los tuyos.</p>	<p>La familia es una de las instituciones que tiene mayor peso para la mujer mexicana ya que es la primera institución que el individuo conoce en su vida y dependiendo lo que aprenda en ella es como esta persona se comportará en un futuro.</p>

La familia es muy importante por que ahí es donde puedo transmitir lo que deseo para bien de los demás, es ahí donde puedo hacer algo por mi gente, mi colonia, mi país, por las mujeres, porque si se educar enseñar y aprender a mi familia seremos y aremos mejores personas cada día tanto como mujeres, hermanas, esposas, mamas, jefas, etcéteras es decir seremos mejor humanos. Y todo esto se empieza desde la familia.

**A la pregunta de ¿que opinión tienen acerca del gobierno?**

Muy malo

No nos sirve para nada

Es un mal necesario

Dicen que hacen mucho y la verdad es casi nada.

**A la pregunta de ¿que si las mujeres les interesa la política?**

Ya podemos opinar sobre ello y claro con buenos argumentos.

Ahora ya hay más apertura en ello porque queremos un cambio para nosotras lo necesitábamos y aun lo seguimos necesitando y es por eso que vemos a mujeres en la política porque ellas están abriendo y sustentando ese cambio y de nosotras depende que siga.

**A la pregunta de ¿que opinión tienen acerca de la educación que hay en México?**

Tenemos un buen rezago porque como buen país tercermundista nos falta

Las féminas tienen una opinión del gobierno poco agradable.

A las mujeres de hoy claro que les interesa la política ya que aquí encuentran también la oportunidad de ese cambio que tanto anhelan.

	<p>un buen gobierno. : Nos falta mucho pero yo creo que si vamos avanzando porque antes a la mujer se le tenia prohibido estudiar. <b><u>A la pregunta de ¿Qué opinión tienen sobre el papel que tiene la mujer en el ámbito laboral?</u></b> Es las ganas de superarse uno como mujer ya que ahora hemos demostrado que en cualquier labor puedes desarrollarte. No hay una sola empresa que no tenga a una mujer laborando para ellos. No podemos olvidar que hoy ya hay muchas mujeres ejecutivas. Ya podemos ocupar lugares importantes ante la sociedad.</p>	<p>Sobre la educación las mujeres participante opina que hay aun un rezago en esta materia apero a la vez existe un adelanto a comparación de aquellos años en donde a las mujeres no se les dejaba estudiar.</p> <p>En el ámbito laboral hoy en día la mujer también participa ocupando puestos que oscilan desde la limpieza hasta puestos ejecutivos, gerenciales etcétera.</p>
<p><b>H)“ SEMEJANTES PERO DIFERENTES</b></p>	<p><b><u>A la pregunta de ¿Qué opinan sobre el programa televisivo “Lo Que Callamos Las Mujeres” y “Mujer Casos de La Vida Real”</u></b> Te pueden informar los dos tratan en su tema central la mujer, la gran diferencia que veo entre un programa y otro es que en Mujer Casos de la Vida real te trabajan los casos de mujeres simplemente y el programa Lo Que Callamos las Mujeres te dan el caso pero a diferencia del otro de dan una solución que esto es lo más importante para una como mujer. Bueno Mujer es un programa viejo se enfoca a entretenernos y a darte</p>	<p>La opinión global que surgió ante la pregunta de esta categoría fue que ambos programas estaban dirigidos a la mujer pero lo que los hacia diferentes era que el programa “Lo Que Callamos las Mujeres” no solo te expone el problema o el caso sino que este tiene un plus el cual es que te da información para solucionar el tema visto ese día lo que no hace el programas televisivo “Mujer Casos de la Vida</p>

	<p>su bendición donde dice la Señora Silvia Pinal “esperamos que fulanita de tal solución su problema” o sea ve con Dios y arréglatelas como puedas y en cambio Lo Que Callamos se enfoca a los problemas que rodea a la mujer nos da soluciones a nosotras para poder superarnos y salir adelante.</p> <p>Yo prefiero Lo Que Callamos que Mujer porque los casos se ven más reales.</p> <p>En Lo Que Callamos te hace reaccionar y piensas esto le sucede a mi prima, hermana, a mi vecina, a mi madre y le puedes brindar una solución que viste el programa.</p>	<p>Real”</p>
<p><b>D) LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES Y SU PROCESO DE RECEPCIÓN A TRAVÉS DE LOS HABITOS</b></p>	<p><b><u>A la pregunta de ¿con qué frecuencia ven el programa?</u></b></p> <p>Todos los días. Lo veo todos los días y hasta sus repeticiones. Regularmente. Aproximadamente dos veces a la semana si puedo más lo hago. Cada vez que tengo tiempo. Seguido. Con frecuencia lo veo de 3 a 4 programas aproximadamente a la semana.</p> <p><b><u>A la pregunta de ¿en dónde ven el programa?</u></b></p> <p>En mi casa En casa de mi mamá o en mi casa En casa En mi casa En casa En mi casa</p>	<p>La mayoría de las participantes ve con regularidad el programa.</p> <p>Todas ellas prefieren ver el programa en su casa y solo dos de ellas lo ven, una con su mamá cuando se encuentra en casa de esta y la otra ve las repeticiones en su trabajo ya que estas pasan a un horario más temprano y</p>

	<p>En mi casa por lo regular y las repeticiones de vez en cuando en el trabajo cuando me lo permite el trabajo ¡claro!</p> <p><b><u>A la pregunta de ¿con quién ven el programa?</u></b>  A veces sola o con una de mis hijas  Yo también  Sola o con mis hijos  Sola por que a mi marido ese tipo de programas no le gustan no es porque este en contra de ello pero no es de su preferencia.</p> <p><b><u>A la pregunta de ¿desde cuando ven el programa?</u></b>  Hace como 2 años  Desde el 2000  Vario tiempo  Como 4 años, pero ya es un programa “ruco”  Como 6 o 7 años.</p> <p><b><u>A la pregunta de ¿el horario actual del programa?</u></b>  El horario de ahora es el mejor.  Es un horario en donde ya saliste de la cocina del trabajo.  El horario esta muy bien.  Es un buen horario porque también ya terminaste de hacer la tarea con los niños.</p> <p><b><u>A la pregunta de ¿El Por qué del gusto preferente por este programa?</u></b>  Información  Tema e información  Información  Temas y claro la información que nos brinda  Información.</p>	<p>es cuando se encuentra laborando.</p> <p>Las televidentes del programa con frecuencia lo ven solas y una que otra lo llega a ver junto con sus hijos. Ninguna de las participantes llevo a nombrar que ve el programa con su marido. Todas los omitieron solamente una expreso que a su marido no le agradaban este tipo de programas.</p> <p>Las participantes del grupo de discusión son televidentes que tienen más de dos años de ver dicho programa.</p> <p>Las féminas externaron estar complacidas por el horario que maneja el programa (7:30 de la noche) ya que en ese horario, ellas ya concluyeron con sus tareas del hogar.</p> <p>El gusto preferente que tienen las participantes del grupo de discusión por este programa es por el tipo de información y temas que aborda el programa.</p>
	<p><b><u>A la pregunta de ¿Qué es lo que les agrada del</u></b></p>	

**J) LO BUENO DE L.Q.C.L.M  
SEGÚN SUS RECEPTORAS**

**programa?**

Sus escenografías  
(Locaciones).

Los artistas te hacen que te sumerjas a la historia bueno algunos.

Hay algunos actores que hacen muy real el tema.

A mi me agradan las entradas del programa ya que te das una idea de que va a tratar el tema del día.

Es un programa fácil de ver, de entender.

Y con la entrada una tiene la posibilidad de saber si lo vez completo o no.

Entonces las tomas tienen mucho que ver para la realización del programa, ya que con una buena información y una buena imagen el programa es completo. Te lo dan desmenuzadito.

El ritmo de la transmisión que tienen un principio y un fin el mismo día.

Los actores tienen mucho que ver son los que te lo hace más real o hasta a veces falso dependiendo como los dirijan o actúen, porque de esto también depende si te dan ganas de verlo o no depende de cómo te lo presenten.

Las imágenes que sacan de sus locaciones me parecen bellísimas también me llaman mucho la atención me atrapan. Te lo hacen más real.

**A la pregunta de ¿Por qué ven las repeticiones del programa?**

Porque a veces digo ese no lo vi, cuando pasó esto, no le puse mucha atención.

Lo que más les agrada del programa a las féminas es:

1. Su información
2. Sus Locaciones
3. Las entradas del programa
4. Que el programa es fácil de entender.
5. Las tomas que se hacen en los programas
6. Los actores
7. El ritmo que se maneja el programa ya que tiene un principio y un fin el mismo día (programa unitario).



	<p>Esto pasa porqué te llama la atención, aquí manejan temas importantes es por lo que uno los vuelve a ver y nunca esta por demás.</p> <p>Cada vez que uno vuelve a ver los programas siempre le encuentras cosas nuevas.</p>	<p>Las féminas vuelven a ver los programas en el horario de las repeticiones (5:30) porque así reafirman la información adquirida o porque en ese momento están pasando por algo similar a la repetición y cuando paso con anterioridad no estaban ante tal situación.</p>
<p><b>K) LO MALO DE L.Q.C.L.M SEGÚN SUS RECEPTORA</b></p>	<p><b><u>A la pregunta de ¿Qué es lo que no les agrada del programa?</u></b></p> <p>Los comerciales</p> <p>También así como hay buenos actores en Azteca hay algunos que te preguntas de donde lo sacaron, apoco sabe actuar, quién le dijo semejante mentira, los deberían de poner a estudiar más. Eso es su trabajo ¿no?, lo deberían de cuidar.</p> <p>Lo que a mi no me gusta es cuando vinieron a la clínica, no me gusto que disfrazaran el programa que no pusieran personal de la clínica.</p> <p>No se de que dependa porque a veces hay programas con una temática muy buena pero los actores o no se si los Directores lo hacen cansado y otros que son muy buenos y se te va la hora muy rápido.</p>	<p>Lo que no les llega agradar a las participantes del programa es:</p> <p>Que hay muchos comerciales</p> <p>La participación de actores en el programa que no proyectan nada para ellas.</p> <p>El mal manejo de algunos programas en donde se tiene una temática interesante pero la realización no es plena.</p> <p>Que cuando están en locaciones en un lugar publico no los dejan participar del todo (Caso expuesto en particular por una participante)</p>
	<p><b><u>A la pregunta de ¿Que fundaciones o centro de ayuda recuerdan que brindan apoyo en el programa “Lo Que Callamos las Mujeres”?</u></b></p> <p>Telsida, Cima, Fucam, Sector Salud, La fundación</p>	<p>Aquí las participantes mostrar que realmente toman la información que les brinda el programa y la guardan con ellas ya que nombraron varias instituciones o</p>

<p><b>L) POSICIONAMIENTO DE LAS FUNDACIONES/INTITUCIONES PARTICIPANTES</b></p>	<p>de trasplantes, AFI, Alcohólicos Anónimos, Monte Fénix, ALANON, APIS, La procuraduría, APIS, ALANON, Predamex, UNICEF, DIF, ADIVAC, APIS, TELSIDA, FUCAM.</p>	<p>fundaciones que laboran junto con el programa: Telsida, Cima, Fucam, Sector Salud, La fundación de trasplantes, AFI, Alcohólicos Anónimos, Monte Fénix, ALANON, APIS, La procuraduría entre otras.</p>
<p><b>M) CONSUMIDORAS PROPOSITIVAS</b></p>	<p><b><u>A la pregunta de ¿Proponen algo para mejorar el programa?</u></b>          Propongo es que cuando termine el programa no solo te pongan la institución a la que puedes ir, sino que hagan como una especie de directorio donde salgan las fundaciones más solicitadas y la del día. Que cuenten con más variedad de actores. Que te brindaran un teléfono directo para comunicarte con los del programa.</p>	<p>Las participantes se mostraron propositivas para el mejoramiento del programa y externaron lo siguiente: Hacer como una especie de directorio donde salgan las fundaciones más solicitadas y la del día. Que cuenten con más variedad de actores. Que te brindaran un teléfono directo para comunicarte con los del programa.</p>
<p><b>N) INTERES E INVOLUCRAMIENTO CON EL MEDIO</b></p>	<p><b><u>A la pregunta de ¿Opinión general del programa?</u></b>          Es un programa bueno que me ayudo al menos a mi a conseguir una buena información por mi accidente que tuve. Es un buen programa porque como mujer me veo reflejada en el en algunos casos que me hacen reflexionar y me hacen ver las cosas de mejor manera encontrándole una solución y no estancándome. La información que maneja el programa te da la pauta para seguir con un comportamiento o cambiarlo para modificar</p>	<p>La opinión general que externaron las participantes sobre el programa fue positivo ya que lo consideran que ayuda mucho a la mujer por la información que le brinda abarcando todos los aspectos de su vida y al mismo tiempo las entretiene.</p>

	<p>tu vida.  El programa te invita a que no te quedes callada, habla, pide apoyo.  Seria bueno que pasara en todos lados del país hasta en los pueblos más recónditos porque si hay injusticia para la mujer en la ciudad como a de ser en los pueblos.</p>	
<p><b>O) APROPIACIÓN Y USO DEL PROGRAMA TELEVISIVO L.Q.C.L.M</b></p>	<p><b><u>A la pregunta de ¿Se llegan a ver reflejadas en el programa?</u></b>  Si, pues yo tuve un accidente hace un año y cuando paso el tema de mi accidente que fueron quemaduras te involucras de nuevo con el tema y sabes lo que la persona quiere darte a explicar lo que se siente lo reviví por completo, y lo mejor fue que de este programa yo saque la información de la fundación para quemados y esa fundación me oriento ya que trataba con puros bebés pero como adulto me canalizo con unos de sus mejores cirujanos.  Si, por ejemplo cuando alguna vez vi un programa donde trataban el tema de violación en ese momento cuando lo veía me sacudió y me hizo pensar en que hubiera pasado si mis hijas hubieran estado en ese lugar y luego luego hable con mi hija la que tiene hijos y le dije cuida a los niños por que mira vi un programa y le conté lo que sucedió, porque si te hacen reflexionar esos temas y así como ese hay más.</p>	<p>Ante el programa las participantes del grupo consternaron que si se llegan a ver reflejadas en el, ya sea por que pasaron una temática que se asimilaba a su vida o que simplemente por el hecho de presentar esa temática ellas se podían poner en el lugar de la actriz y futurizaban ante tal situación.</p>

	<p><b><u>A la pregunta de ¿Creen que el programa refleje la situación real del país con la mujer y su contexto?</u></b></p> <p>Claro uno de ellos es el aborto, ahora niñas, chavas, adultas aborta y realmente no tienen una clara conciencia de lo que les puede pasar.</p> <p>Si hay una similitud de todo lo que nos presenta el programa con nuestra vida desde la educación, la familia, la depresión, la bipolaridad, el acoso sexual en el trabajo, la falta de dinero entre muchos.</p> <p>La infidelidad, el abandono de padres a hijos, enfermedades también. Si porque dices creo que me duele esto o eso me está sucediendo a mí me pasó o a Juanita, Perenganita o Chuchita</p> <p>Pues es lo que pasa en muchos hogares mexicanos, la violencia contra la mujer.</p>	<p>El público televidente participante expresa que las temáticas que maneja el programa están muy relacionadas o van de la mano con la situación real del país y claro con el contexto de la mujer.</p>
<p><b>P) REPRODUCCIÓN SOCIOCULTURAL</b></p>	<p>Ahora ya estamos cambiando gracias a esto, no nos queremos dejar, es cosa de que tú te lo creas, de que no eres inútil y puedes y tienes derecho a cambiar y ser mejor. Hay muchas niñas y señoras que a pesar de no tener recurso económico o educación se defienden y yo creo que es gracias a que este tipo de programas les abren los ojos no, y de ellas dependen o no cambiar. Tú puedes salir adelante como mujer con o sin un hombre a lado</p>	<p>Las féminas toman esta información que les da el programa para hacer y lograr una reproducción sociocultural con su contexto que la rodea, para sí poder superarse y ser mejor cada día en todo el sentido amplio de la palabra mujer.</p>

	<p>siempre hay una oportunidad y más si tienes a un hijo que sacar adelante. Siempre hay una solución y tenemos que expandir ese pensamiento día con día con nuestras conocidas, familiares, hijos, vecinos.</p>	
<b>Q) MODOS DE APRENDIZAJE</b>	<p>Los de provincia se van al otro lado a buscar suerte dejando a su familia a expensas de que. Que pasa en uno de los pueblitos de Michoacán hay puras mujeres no hay hombres porque se van buscando dinero para salir adelante al otro lado.</p> <p>Algo que es súper fuerte es como se ve la necesidad de la mujer de ir con alguien más para que te pueda dar dinero para sacar adelante a tu hijo, es más que nada una necesidad que a veces la misma sociedad te lleva a ello por ser mujer. Y lo buscas por otro lado con tal de sacar a tu hijo. ¿Quién no haría esto y más por un hijo? por la misma necesidad se quieren pasar con una.</p>	<p>Los modos de aprendizaje que refleja el programa son muy importantes para las televidentes ya que esta información según ellas les abren los ojos para poder ver más de su contexto y aprender de él.</p>

**ENTREVISTA TELEVIDENTE**  
**PRIMER NIVEL: CATEGORIZACIÓN**

CATEGORIAS	
A) IDENTIFICACIÓN DEL PARTICIPANTE	OBSERVACIONES
<p><b>A la presentación del entrevistado:</b> Nombre: Olivia Esparza Edad: 45 años Escolaridad: Preparatoria Estado Civil: Casada Tiempo de ver el programa: 7 años</p>	

Ocupación: Ama de casa	
<b>B) CONTEXTO SOCIOCULTURAL</b>	
<p><b><u>(A la pregunta de ¿que le gusta hacer más en su tiempo libre?)</u></b></p> <p>Señora Olivia: Pues no tengo tiempo libre, lo puede creer siempre estoy ocupada haciendo algo.</p> <p>Señora Olivia: Haaa... ya entiendo, pues como me agrada y me destreza un poco hacer figuras con fieltro y también leo.</p> <p><b><u>(A la pregunta de ¿cuáles son sus lecturas preferidas?)</u></b></p> <p>Señora Olivia: Son las novelas y mi favorita fue y seguirá siendo eso yo creo “El amor en tiempos de Cólera” de Gabriel Gracia Márquez, todas sus novelas que he leído de ese señor me dejan un buen sabor de boca y otras novelas que leo son de corte similar.</p> <p><b><u>A la pregunta de con respecto a las figura de fieltro</u></b></p> <p>Señora Olivia: Pues solo hago figuras para la temporada navideña, hace poco tiempo se puso esto de moda y de ahí lo tome y como te digo como casi no tengo tiempo libre desde que inicia el año me pongo a ver algunas revistas para ver lo que quiero hacer y así me la paso casi los 11 meses cosiendo en tiempos libres para tenerlos listos para navidad ya llevo varios añitos así.</p> <p><b><u>A la pregunta de ¿Estas figuras de fieltro las vende?</u></b></p> <p>Señora Olivia: No para nada las hago para mi casa y para regalar. Y lo mejor que hago según las personas que me rodean son las carpetas en forma de noche buena, hace dos años regale unas y me pedían que las vendiera pero no acepté porque no tengo tiempo para ello, lo hago por gusto.</p>	<p>Responde la pregunta acompañada con una risa sarcástica.</p>
<b>C) CONSUMO MEDIÁTICO TELEVISIVO</b>	
<p><b><u>A la pregunta de: ¿usted es de las personas que ve televisión?</u></b></p> <p>Si, claro, habrá alguna persona que no vea para nada la televisión o que no la conozca.</p> <p><b><u>A la pregunta de: ¿Para que ve la televisión?</u></b></p> <p>Señora Olivia: Para entretenerme, informarme, distraerme cuando se puede.</p> <p><b><u>A la pregunta de: ¿Cuáles son los programas que más le agradan ver en la televisión?</u></b></p> <p>Señora Olivia: Las noticias, programas informativos, “Lo Que Callamos Las Mujeres” y una que otra novela.</p> <p><b><u>A la pregunta de: ¿A que hora del día prende usted la</u></b></p>	

**televisión, en la mañana, en la tarde, en la noche?**

Señora Olivia: No la veo todo el día, exclusivamente en la tarde y noche.

**A la pregunta de: ¿Por qué esta razón de prender su televisión a esta hora y no antes?**

Señora Olivia: Bueno porque en la mañana estoy muy atareada con mis hijos cuando se van a la escuela con el desayuno, después sigo con el quehacer de la casa y la comida y no hay un espacio libre para ver la televisión en mi vida por las mañanas y en las tardes después de comer es cuando se enciende la televisión.

**A la pregunta de: ¿Tiene días en específico para ver la televisión?**

Señora Olivia: No, diario la veo es un integrante más en la familia

**A la pregunta de: ¿Por qué la considera a la tele así, como un integrante más en su familia?**

Señora Olivia: Si, porque la televisión es parte de nosotros, no puede estar apagada si estamos nosotros aquí en casa, todos la vemos en la familia.

**A la pregunta de: ¿Cuántas horas a la semana usted ve la televisión?**

Señora Olivia: Como una 20 horas aproximadamente a veces más a veces menos todo depende de lo que tenga que hacer.

**A la pregunta de: ¿Usted me dice que ve la tele en la tarde aproximadamente a que hora la prende?**

Señora Olivia: Después de las 3 p.m. es la hora que empiezo a ver las noticias.

**A la pregunta de: ¿Y a que hora apaga la televisión?**

Señora Olivia: Como a las 11 p.m. aproximadamente

**A la pregunta de: ¿Ve con alguien la televisión o la ve sola?**

Señora Olivia: Por lo regular la veo con mis hijos es muy raro que la vea sola o con mi esposo.

**A la pregunta de: ¿Y usted y sus hijos la ven en un lugar específico o cada quien el su cuarto?**

Señora Olivia: La vemos en la sala juntos

<p><b><u>A la pregunta de: ¿Cómo se ponen de acuerdo para ver lo que cada quien desea ver?</u></b>          Señora Olivia: A veces nos ponemos de acuerdo y por lo regular tenemos gustos similares hay otras veces que estoy viendo las noticias y si hay football mi hijo llega y le cambia. Todo depende de lo que halla en la televisión.</p> <p><b><u>A la pregunta de: ¿qué opinión tiene sobre de lo que ve en la televisión?</u></b>          Señora Olivia: Bueno sobre la información que brindan las noticias para mí son buenas ya que me informan sobre lo que esta sucediendo a mis alrededores, con respecto a los programas informativos y opinión es buena ya que su nombre lo dice me informan, y sobre las telenovelas es para pasar un reto me entretienen porque no decirlo.</p>	
<b>D) CONCEPCIÓN DE MUJER</b>	
<p><b><u>A la pregunta de: ¿Qué significa ser para usted una mujer?</u></b>          Señora Olivia: ¡Hay!... Pues es mucho, ser mujer es ser muchísimo me explico, es ser hija, novia, esposa, madre y de todo esto lo mejor es cuando una llega a ser mamá.</p> <p><b><u>A la pregunta de: ¿Qué significa para usted ser madre?</u></b>          Señora Olivia: Fue, es lo más bonito que nos puede ocurrir a nosotras las mujeres pero no por ser bonito deja de ser muy pero muy difícil.</p> <p>Señora Olivia: Pues porque una como mamá debe de ser de todo un poco dependiendo de las etapas de tus hijos, desde una simple niñera, amiga, doctora corazón, jugador de football, maestra, etcétera para así poder educar a tu hijo y convivir con él, el mayor tiempo que se pueda. Y créeme que no es fácil ser todo esto en algunas ocasiones. Pero por un hijo sacas las fuerzas y lo haces o lo tratas de hacer.</p> <p><b><u>A la pregunta de: Entrevistador: ¿Cuántos hijos tiene?</u></b>          Señora Olivia: Son tres dos mujeres y un varón, la mayor tiene 25 el varón es el de en medio tiene 21 y la pequeña tiene 18 años.</p> <p><b><u>A la pregunta de: ¿Qué momento cree que la mujer mexicana este viviendo actualmente?</u></b>          Señora Olivia: Pues es un momento bueno a favor, a ido cambiando con el paso del tiempo ¿no? Ya el papel de la mujer en la sociedad se esta trasformando desde hace un tiempo para acá.</p> <p>Señora Olivia: Por que hoy estamos buscando ser,</p>	<p>Hace un gesto de plenitud, mira hacia el techo y habla con una tranquilidad.</p> <p>Señala los retratos que carga con ella.</p>



queremos ser mejor que antes, ahora la mujer se viste de otra manera, piensa de otra manera, queremos ser alguien en esta vida y se esta logrando por el simple hecho de cuantas mujeres hoy podemos ver en la televisión y en nuestro alrededor exitosas ahora ya no solo son los hombres.

**E) MUJER vs. HOMBRE**

**A la pregunta de: ¿Cuénteme como fue su vida como hija en su familia, quienes constituían su familia?**

Señora Olivia: Fuimos siete hermanos cinco son hombres y dos somos mujeres, mi papa y mi mama en total fuimos una familia grande, nueve personas compartíamos el mismo techo, pero el sexo masculino gobernaba en casa.

Señora Olivia: me refiero a la gran diferencia que existía en mi casa entre los hombres y las mujeres es decir: por el simple hecho de que ellos nacieron hombres tenían mayores privilegios en casa mi papa lo marco mucho desde un principio y mi mamá sólo lo obedecía nunca dijo nada.

Señora Olivia: Pues ellos se sentaban a comer primero que nosotras, ellos no hacían el quehacer de la casa y nosotras teníamos que obedecerlos.

Señora Olivia: Pues como te lo decía era mi papá el quien ponía sus órdenes primero eras los hijos y si alcanzaban después las hijas.

**A la pregunta de: ¿Esta diferencia o desigualdad que marcaba su papá entre los hermanos le incomodaba a usted en ese momento?**

Señora Olivia: Claro desde muy pequeña hacia coraje entripado pero en esas épocas no se podía externar lo que te molestaba y mucho menos enfrentarte con las decisiones de tus padres lo mejor era callar.

Señora Olivia: Mi mamá nunca dijo nada, solo se quedaba callada y nos decid que nos aguantaremos que era nuestro padre.

**A la pregunta de: ¿Usted si externo su inconformidad de esa desigualdad con su mamá?**

Señora Olivia: Una sola vez pero nos regaño a mi hermana y a mi, nos castigo y nunca cambio nada al respecto. Este tipo de circunstancias eran muy difíciles e injustas no como ahora que uno puede opinar en la familia, expresarse y no importa que seas mujer u hombre eso es lo que actualmente sucede en esta casa. Ahora los hijos nos dicen a uno lo que sienten que esta mal.

**A la pregunta de: ¿Entonces ese cambio en donde la mujer es tomada en cuenta lo vivió hasta que se caso?**

Aquí inicia la conversación con un sentimiento de melancolía que con el paso de conversación deja ver su molestia por sus actitudes que toma y su forma de hablar sube la voz.

Señora Olivia: Pues desgraciadamente si, hasta que me casé pude decir y decidir y decidí cambiar esos pensamientos tan machistas en mi familia, educar a mis hijo de igual manera no importando su sexo y que nunca se asimilara con lo que yo pase en mi familia.

**A la pregunta de: ¿Y hoy en día usted cree que existe la igualdad entre la mujer y el hombre?**

Señora Olivia: Pues ahora esta la situación más pareja entre los hombres y las mujeres, pero hablar de la palabra igualdad en toda la extensión de la palabra pues no, aun nos falta mucho por hacer.

Señora Olivia: Pues aun existe el pensamiento machista en este país tanto en la ciudad y aun más en los pueblos, aun podemos ver a mujeres en la ciudad con estudios y toda la cosa pero se dejan humillar por su marido y en los pueblos si de diga yo tengo una conocida que a pesar de que estamos en el 2007 sus papas la quieren casar con un “viejo” de su pueblo dizque adinerado como la vez es ahí cuando te digo que aun nos falta mucho por hacer. Otro ejemplo que esta más cerca de mi fue el de mi hija estaba trabajando para una empresa de viajes cuando llego la hora de subir de puesto ella lo solicito, tenia toda la experiencia cubría con los requisitos y su jefe le dijo que no estaba apta para ello que necesitaban a un hombre para que fuera el reflejo de dicha empresa y mira como son las cosas se lo dieron a un chamaco que tenia 4 meses en estar ahí trabajando y no a mi hija con 3 años y medio de pertenecer a ese empresa. Por eso te digo que nos hace falta mucho por hacer para nosotras y para que exista esa igualdad en todas partes.

**A la pregunta de: ¿su marido no hacia ninguna diferencia en la educación entre sus hijos con el niño y las niñas?**

Señora Olivia: Pues ahí si hubo un poco de conflicto, por que a él le disgustaba que el niño hiciera algo de la casa, que el era hombre me decía y se empezó a dar algunas confrontaciones con su manera de pensar y la mía, y es ahí cuando yo le decía imagínate si se llega a casar y le toca una mujer que sea floja que no sepa hacer nada, mejor que el sepa hacer sus cosas, que sepa tender la cama, lavar trastes no por eso va a dejar de ser hombre.

Señora Olivia: Pues desgraciadamente los pensamientos de mi esposo si son en algunas ocasiones diferentes a los míos, son pensamientos machistas y esto viene desde su casa, aun cuando nos casamos como era el hijo más chico le hacían todo, sus hermanas están a disposición de lo que digan sus hermanos y sus esposos y esto es hasta la fecha.

**A la pregunta de: ¿En la casa de la familia de su**

**esposo se sigue reproduciendo este patrón de desigualdad?**

Señora Olivia: Pues desgraciadamente si aunque mis cuñadas trabajen y aporten dinero en su casa existe que hay preferencia o privilegios por así decirlo para los hombres, por que ahí ellos no pueden hacer labores de casa esta mal visto.

**F) LUCHA POR LA BUSQUEDA DE LA IGUALDAD DE GENERO LA CUAL EMPIEZA POR LA FAMILIA**

**A la pregunta de: ¿Cómo fue la forma en que los educó a cada uno de ellos?**

Señora Olivia: Pues traté de educarlos de la misma manera con las mismas obligaciones y derechos en casa. Que en cuestión del varón fue un poco más difícil para mi porque su papá me lo consentía o mejor dicho lo maleducaba por el hecho de ser hombre y no le agradaba que lo pusiera hacer cosas de la casa, pero a pesar de ello logre que mi hijo se adaptara y lo aceptara pero fue difícil.

**A la pregunta de: ¿Cuándo usted ve que en su casa tiene a sus tres hijos, nunca le paso por la mente que se podría repetir la misma historia de su vida ahora con sus hijos?**

Señora Olivia: No, siempre tuve en claro que no quería que en mi casa existiera esa desigualdad por ser hombre tener más derechos y por se mujer servirle al hombre, los tres fueron de pequeños unos niños muy tranquilos y fue fácil educarles, a pesar de que trabajaba cuando nació la mayor.

**A la pregunta de: ¿Cuándo nace su hija la mayor usted no deja de trabajar?**

Señora Olivia: Me embarazo de Samantha y decido tomarme un tiempo, la crecí hasta los tres años y vuelvo a tomar mi vida laboral, a los cuatro años después me embarazó de Javier y a pesar de que mi mamá me los cuidaba me daba pendiente ya de dejar a dos criaturas después a los 3 años y medio nace la otra y ahí es cuando decido entregarme por completo a mis hijos y dejar de laborar.

**A la pregunta de: ¿Cuando usted decide regresar a la vida laboral pero después de ser mamá no tuvo ningún conflicto al respecto con su esposo por esta decisión?**

Señora Olivia: Pues no llegamos a este acuerdo para que saliéramos adelante con los gastos de la casa y darles

mejor vida a nuestros hijos, yo aquí te puedo decir que hace 25 años de esto y ya en mi vida había un cambio de pensar ya hubiese querido yo ver que mi papá dejara a mi mamá trabajar para darnos una mejor vida a sus hijos.

Señora Olivia: Mi esposo no puso ningún pero a pesar que en su familia su mamá también se dedicaba solo a la familia, pero yo creo que estaba consiente que no podíamos salir adelante en un principio solo con su trabajo.

**A la pregunta de: ¿De donde le sale la idea de trabajar y no seguir el patrón de su mamá de ser ama de casa totalmente?**

Señora Olivia: Pues eso es muy fácil en primera no me gustaba que los hombres mandaran en casa por el simple hecho que trabajaban y traían dinero a la casa para comer y no tomaban en cuenta que las labores de casa también es un trabajo ahí empezaba una desigualdad, en segundo lugar yo me sentía apta para trabajar y no sólo para cuidar de una casa, yo trabaje mucho antes de casarme y en tercera decidí seguir trabajando para darle una mejor vida a mis hijos porque cada año que pasa la vida era más cara.

**A la pregunta de: ¿Al ver su hijo que su papá no lo deja hacer cosas de la casa y usted si, que reacción toma?**

Señora Olivia: Pues fíjate que el estuvo acuerdo con mis ideas porque el me ayuda en la casa, tiende la cama, se sabe hacer unos huevos solo etcétera el hacer sus cosas cuando no estoy en casa no se atiende.

**G)CONDICION DE LA MUJER**

**A la pregunta de: ¿Cuáles fueron las etapas de su vida que más la marcaron como mujer?**

Señora Olivia: Pues definitivamente el haberme casado y ser mamá. Si el ser esposa y madre.

Señora Olivia: Pues porque son, ¿cómo te lo diré? El haberme casado cambio mi vida porque ya no vivía con mis papas, ahora vivía en pareja ahora ya no estaba atada a lo que ellos decían y mandaban y cuando me case tuve más voz y voto. Deje de ser hija y pase a ser esposa y podía opinar, decir y no solo callar. Pensaba ahora hago tal cosa y no me van a regañar voy a ser responsable de mis actos cosa que es difícil no lo voy a negar pero es mil veces mejor al estar callada. En la tapa de esposa me empecé a ser responsable si decía si era porque yo así lo sentía y si decía no era igual.

Señora Olivia: ¡Hay! El se mamá es una experiencia inigualable muy bonita, el saber que en tu cuerpo traes a

un ser humano y eres capaz de mantenerlo dentro de ti 9 meses para su desarrollo y brindarle la vida es algo inigualable, verlos crecer, enseñarles, verlos desarrollarse es una creación de uno y dependen de uno para poder sobre existir en sus primeras etapas de la vida.  
Señora Olivia: Mi primer hijo fue mujer, después un varón y cerré con otra mujer.

## H) LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES Y SU PROCESO DE RECEPCIÓN A TRAVES DE LOS HABITOS

### **A la pregunta de: ¿Por qué se decide ver el programa desde hace 7 años, que la motivo para dejar el canal ahí y no en otro?**

Señora Olivia: Pues mira fue algo tan chistoso, yo no sabia nada del programa y estaba cambiándole de canales para ver si algo me interesaba cuando llegue al canal 13 y estaba pasando los cortes del programa, al ver los cortes lo que me atrapo para verlo fue el nombre de ese programa y es ahí cuando decidí verlo para saber de que se trataba, ese mismo día lo vi y me agrado, y no pude eso si dejar de compararlo con en de “Mujer Casos de la Vida Real programa que en esa época lo veía, con el paso del tiempo poco a poco me fue atrapando más y más, ya que me agradaban las problemáticas que manejaban y este programa me daba un plus que el otro no me daba el cual me brindaba información para resolver algún problema similar que yo tuviera, y es ahí cuando decido quedarme completamente con el programa de “Lo Que Callamos las Mujeres”, me sentí realmente tomada en cuenta por el programa ya que me brindaba información.

### **A la pregunta de: ¿a que hora ve el programa?**

Señora Olivia: Pues lo veo en sus dos horarios a las 5pm que son repeticiones cortadas eso si, no siempre las sacan completas como la primera vez y a las 7:30 de la noche que esos si son programas nuevos.

### **A la pregunta de: ¿Y en dónde ve el programa?**

Señora Olivia: Aquí en la casa en la sala, a pesar de que tengo televisión en mi cuarto me agrada verlo en la sala porque ahí puedo compartir la información que me brinda este programa con alguien que este cerca de mi.

### **A la pregunta de: ¿Con quién ve el programa regularmente?**

Señora Olivia: Por lo regular con mi hija la más pequeña porque es quien se encuentra en casa en esos horarios.

### **A la pregunta de: ¿Cuánto tiempo tiene que ve el**

Se deja llevar por la plática, hay una mayor fluidez en esta etapa de la entrevista, no se inhibe al contestar las preguntas.

<p><b><u>programa aproximadamente?</u></b>          Señora Olivia: Pues según yo desde el 2000, ya son 7 años de transmisión eso si interrumpida que lo veo.</p> <p><b><u>A la pregunta de ¿Aproximadamente cuantas transmisiones del programa “Lo Que Callamos las Mujeres” ve a la semana en el horario de las 7:30 y el de las 5:00 p.m.?</u></b>          Señora Olivia: El del horario de las 7:30 tratado de verlos diario de Lunes a Viernes y el de las 5:00 que son las repeticiones son a veces no es del diario pero las veo como 3 capítulos por semana, pero los de la noche si son diario excepto que pase algo muy importante y no pueda verlo.</p>	
<b>I) LO BUENO DE L.Q.C.L.M SEGÚN SUS RECEPTORAS</b>	
<p><b><u>A la pregunta de: ¿Qué es lo que la hace seguir viendo el programa tan constantemente?</u></b>          Señora Olivia: Por el manejo de las temáticas que exponen y la información que nos brindan. Los programas son muy buenos.</p> <p><b><u>A la pregunta de: ¿Qué es lo que tratan los programas que se le hace de interés?</u></b>          Señora Olivia: Pues mira pasan programas de algunas enfermedades que ni siquiera sabemos que existen y son tan raras y gracias a este programa te informas de su existencia y de sus posibles curas, y cuando me puedo ver reflejada en la historia es cuando tomo conciencia de ello y se que hay alguna solución. No sólo me entretiene sino me informa.</p> <p><b><u>A la pregunta: ¿Y en donde encuentra esa información en el programa?</u></b>          Señora Olivia: Pues cuando termina el programa te pasan los créditos y ahí te ponen las instituciones que te pueden ayudar para dicho tema que se toco en el programa eso es lo que hace al programa excelente para mí.          Señora Olivia: Aunque muchos de los actores no son muy conocidos me agrada su forma de actuar, se los crees, me gusta su desarrollo en el programa, lo hacen entendible en la mayoría de los casos.</p>	
<b>J) LO MALO DE L.Q.C.L.M SEGÚN SUS RECEPTORA</b>	
Tiene Muchos comerciales Algunas veces cortan las repeticiones de las 5 p.m.	Le cuesta trabajo mencionar lo que le desagrada del programa.
<b>K) POSICIONAMIENTO DE LAS FUNDACIONES/INTITUCIONES PARTICIPANTES</b>	

<p><b><u>A la pregunta de: ¿Se acuerda de los nombres de algunas instituciones que han salido en el programa?</u></b></p> <p>Señora Olivia: Hijole de todas no, pero si se que hay instituciones de ayuda para el cáncer, el sida, la adopción, apoyo jurídico, secuestro, AFI, PGR, FUCAM, PRENDAMEX, APIS, Instituciones de apoyo para la mujer, son algunos que me acuerdo.</p>	
<p><b>L)CONSUMIDORA PROPOSITIVAS</b></p>	
<p><b>A la pregunta de:</b></p> <p><b><u>A la pregunta de: ¿A usted le gustaría proponer algo para mejorar el programa?</u></b></p> <p>Señora Olivia: Pues en lo general me agrada el programa en todos sus aspectos, lo único que propondría sería que no corten los programas repetidos y no pongan tantos comerciales.</p>	
<p><b>M) INTERES E INVOLUCRAMIENTO CON EL MEDIO</b></p>	
<p>Señora Olivia: Nosotras como mujeres podemos tener ese cambio para bien de una y de todos y que desgraciadamente hoy en día hay mujeres que aún se dejan y no se atreven a decir sus sentimientos, no se valoran y que existan más programas de este tipo para que lleguen a todos los rincones del país y que esto no siga pasando, que una como mujer haga conciencia y le ayude a la otra a quitarse la venda de los ojos, para eso tenemos el camino a la información.</p>	<p>Aquí es cuando la señora Olivia hace una reflexión suspira y comenta.</p>
<p><b>N) APROPIACIÓN Y USO DEL PROGRAMA TELEVISIVO L.Q.C.L.M</b></p>	
<p><b><u>A la pregunta de: ¿Hay otra razón por lo que ve el programa “Lo Que Callamos Las Mujeres”?</u></b></p> <p>Señora Olivia: Si claro, y es que también me entretiene y a la misma vez en algunas ocasiones me refleja mi realidad y es cuando digo creo aquí ahí estoy yo. Por eso algunas veces cuando veo el programa veo reflejada la realidad en el.</p> <p>Señora Olivia: El día de mañana sintonizaré nuevamente el programa por el simple hecho que quizás pasen alguna información que me enriquezca en mi vida personal y sea de ayuda para hoy o el día de mañana. Es rico obtener información fácilmente, por eso es también que veo este programa.</p>	
<p><b><u>A la pregunta de: ¿Existe una similitud entre el</u></b></p>	

**programa y la vida real de la mujer mexicana?**

Señora Olivia: Bastante son programas que están actualizados y a la vanguardia uno de ellos fue cuándo hablaron el papiloma humano la enfermedad que esta de moda, o cuando hablan de las niñas de provincia de cómo sus papas las venden aun sigue pasando claro ejemplo te di, del acoso sexual que puede vivir una como mujer en su trabajo realmente pasa. Manejan temas que son de la mujer mexicana y pasan en la sociedad mexicana hoy por hoy.

**A la pregunta de: ¿Qué temáticas son las que más recuerda del programa?**

Señora Olivia: Pues de las violadas, De alcohólicos, de drogadicción, del cáncer y más.

**O) REPRODUCCIÓN SOCIOCULTURAL**

**A la pregunta de: ¿La información que tiene del programa la comparte con sus conocidos o solo la toma para usted?**

Señora Olivia: Pues si le tengo confianza a mi conocido claro que la comparto y le digo que existe dicha opción yo creo que ese es el fin no solo quedarte con la información que te da el programa sino compartirlo con la gente que lo necesita no solo con las mujeres sino con todo aquel que le sea de ayuda. Por ejemplo tuvo una amiga que tubo cáncer y le comente del programa que había salido algún día y le pase los datos de la fundación la cual fue la de FUCAM, fuimos a la institución porque yo la acompañe desgraciadamente ya había dejado pasar mucho tiempo y no pudieron hacer mucho por ella, pero la ayudaron en lo que se pudo ya que su cáncer era muy avanzado desgraciadamente. Otra caso fue el de mi sobrinito de diagnosticaron cáncer y ahí cuando me entere le dije a mi hermano que fuera a la Asociación mexicana de ayuda a niños con cáncer (AMANC) y afortunadamente lo de el fue a tiempo y hoy parece que ya esta bien, esta información al igual que la de mi amiga lo saque de los programas que pasan el “Lo Que Callamos Las Mujeres”. Así que como puedes ver claro que uso la información obtenida y también la comparto para que seamos mejores cada día, como mujeres, individuos y sociedad.

**A la pregunta de: ¿Los diferentes temas que ve en el programa los llega a reemitir a su vida o sólo la entretienen?**

Señora Oliva: desgraciadamente si los llevo a mi vida porque no estamos exentos a nada de esto son temas que están inmersos en nuestra vida rea. Y llego a pensar y si mis hijos están pasando por esto, si les llegara a pasar y es ahí cuando no solo me preocupo si no me ocupo, que Dios



<p>no quiera pasara, saber que hacer o como empezar.</p> <p><b><u>A la pregunta de: ¿Usted reproduce la información obtenida en el programa?</u></b></p> <p>Señora Olivia: ah por el simple hecho de ser mujer y no quiero que se repita lo que ya te había dicho de la desigualdad de genero que se vivía en mi casa, eso de reproducir lo entiendo como si lo transmitiera con mis amigas, hermana, familiares, hijas e hijo, claro que lo hago porque quiero algo mejor para mi vida y la de los demás. Además la mujer como mamá es el centro de la familia y la familia es el núcleo de la sociedad y si nosotros como mujeres empezamos un cambio para bien de nosotras y de todos los que nos rodean en nuestra familia, nuestra familia y las demás familias seremos más responsables y haremos una mejor sociedad eso pienso yo al respecto con el programa y su fin y el mío.</p>	
<b>P) RECONOCIMIENTO DEL MENSAJE</b>	
<p style="text-align: center;"><b>A la pregunta de:</b></p> <p><b><u>A la pregunta de: ¿El mensaje que tiene el programa sobre “romper el silencio” realmente puede suceder con las mujeres mexicanas?</u></b></p> <p>Señora Olivia: Claro, si una quiere si, como te digo a una le dan las opciones y de una depende si lo hace o no.</p>	
<b>Q) MODOS DE APRENDIZAJE</b>	
<p><b><u>A la pregunta de ¿La información le es de ayuda para usted?</u></b></p> <p>Señora Olivia: Claro esos son unos de los muchos casos que he tomado en cuenta del programa para solucionar algo de mi vida. De una depende si toma la información o no, las armas ahí están. Y como dice el programa “Una es dueña de su propio destino de una depende romper el silencio” y es verdad esta frase en todos los aspectos tanto en salud, con tu esposo, con tu jefe o tus hijos dependiendo la problemática hay solución para cada uno de estos. De una depende, innovar o morir diría mi hijo. Y en este programa encuentro algunas soluciones.</p>	

**SEGUNDO NIVEL**

<b><u>CATEGORIAS</u></b>	<b><u>SINTESIS TEXTUAL</u></b>	<b><u>INTERPRETACIÓN</u></b>
<b>A) IDENTIFICACIÓN DEL</b>	<p><b>A la presentación del entrevistado:</b> Olivia Esparza, 45 años Escarlaridad: Preparatoria</p>	<p>Mujer televidente seguidora del programa desde hace 7 años con 45 años de edad, casa con</p>

<p><b>PARTICIPANTE</b></p>	<p>Estado Civil: Casada Tiempo de ver el programa: 7 años Ocupación: Ama de casa</p>	<p>estudios de preparatoria que vive en la Unidad Habitacional El Rosario.</p>
<p><b>B)CONTEXTO SOCIOCULTURAL</b></p>	<p><b><u>¿Qué le gusta hacer más en su tiempo libre?</u></b> Coso me agrada y me destreza un poco hacer figuras con fieltro y también leo. <b><u>¿Cuáles son sus lecturas preferidas?</u></b> Las novelas y mi favorita fue y seguirá siendo eso yo creo “El amor en tiempos de Cólera” de Gabriel Gracia Márquez.</p>	<p>Sus tiempos libres los dedica a cocer fieltro, leer y ver televisión.</p>
<p><b>C)CONSUMO MEDIATICO TELEVISIVO</b></p>	<p><b><u>¿Usted es de las personas que ve televisión?</u></b> Si, claro, habrá alguna persona que no vea para nada la televisión o que no la conozca. <b><u>¿Por qué o para que ve la televisión?</u></b> Señora Olivia: Para entretenerme, informarme, distraerme cuando se puede. <b><u>¿Cuáles son los programas que más le agradan ver en la televisión?</u></b> Señora Olivia: Las noticias, programas informativos, “Lo Que Callamos Las Mujeres” y una que otra novela. <b><u>¿A que hora del día prende usted la televisión, en la mañana, en la tarde, en la noche?</u></b> Señora Olivia: No la veo todo el día, exclusivamente en la tarde y noche. <b><u>¿Por qué esta razón de prender su televisión a esta hora y no antes?</u></b> Señora Olivia: Bueno</p>	<p>Es una persona que con regularidad hace un consumo televisivo ya que este consumo tiene varias funciones, la entretiene, la informa y la distrae. Los programas que consume con mayor frecuencia son las noticias, programas informativos y telenovelas. La hora en que consume la televisión es en la tarde noche, ya que por las mañanas se encuentra ocupada con las labores del hogar. Doña Olivia considera a la televisión como un integrante más</p>

	<p>porque en la mañana estoy muy atareada</p> <p><b><u>¿Tiene días en específico para ver la televisión?</u></b></p> <p>Señora Olivia: No, diario la veo es un integrante más en la familia, porque la televisión es parte de nosotros, no puede estar apagada si estamos nosotros aquí en casa, todos la vemos en la familia.</p> <p><b><u>¿Ve con alguien la televisión o la ve sola?</u></b></p> <p>Señora Olivia: Por lo regular la veo con mis hijos. La vemos en la sala juntos.</p> <p><b><u>¿Qué opinión tiene sobre de lo que ve en la televisión?</u></b></p> <p>Señora Olivia: Bueno sobre la información que brindan las noticias para mí son buenas ya que me informan sobre lo que esta sucediendo a mis alrededores, con respecto a los programas informativos y opinión es buena ya que su nombre lo dice me informan. Es fácil y gratuita.</p>	<p>de la familia ya que todos los días hace un consumo televisivo en su hogar. La opinión que tiene sobre la televisión es a favor ya que dice que la informa de una manera fácil y gratuita.</p>
<p><b>D) CONCEPCIÓN DE MUJER</b></p>	<p><b><u>¿Qué significa ser para usted una mujer?</u></b> ser mujer es ser muchísimo, es ser hija, novia, esposa, madre y de todo esto lo mejor es cuando una llega a ser mamá. Como mamá debe de ser de todo un poco dependiendo de las etapas de tus hijos, desde una simple niñera, amiga, doctora corazón, jugador de football, maestra, etcétera para así poder educar a tu hijo y convivir con él, el mayor tiempo</p>	<p>Para la entrevistada se mujer tiene una gama de significados es decir por sus diferentes roles que la mujer desempeña en la sociedad como: hija, novia, esposa y madre, pero el rol que sobresale ante todos los expuestos y el más importante para ella es el de ser madre ya que explica que es aquí cuando la mujer de de ser y saber un poco de</p>

	<p>que se pueda.</p> <p><b><u>¿Qué momento cree que la mujer mexicana este viviendo actualmente?</u></b></p> <p>Señora Olivia: Pues es un momento bueno a favor, a ido cambiando con el paso del tiempo. Por que hoy estamos buscando ser, queremos ser mejor que antes, ahora la mujer se viste de otra manera, piensa de otra manera, queremos ser alguien en esta vida.</p>	<p>todas las profesiones para poder educar a sus hijos de la mejor manera. Por lo que piensa que hoy en día la mujer mexicana esta viviendo un buen momento a favor de ella (su genero) pues la concepción de la mujer se ha ido trasformando a favor de ella y se puede ver reflejado un poco más hoy por hoy.</p>
<p><b>E) MUJER vs. HOMBRE</b></p>	<p><b><u>¿Hoy en día usted cree que existe la igualdad entre la mujer y el hombre?</u></b></p> <p>Señora Olivia: Pues ahora esta la situación más pareja entre los hombres y las mujeres, pero hablar de la palabra igualdad en toda la extensión de la palabra pues no, aun nos falta mucho por hacer. Aún existe el pensamiento machista en este país tanto en la ciudad y aun más en los pueblos, aun podemos ver a mujeres en la ciudad con estudios y toda la cosa pero se dejan humillar por su marido y en los pueblos.</p> <p><b><u>¿Su marido no hacia ninguna diferencia en la educación entre sus hijos con el niño y las niñas?</u></b></p> <p>Señora Olivia: Pues ahí si hubo un poco de conflicto, por que a él le disgustaba que el niño hiciera algo de la casa, que el era hombre me decía y se empezó a dar algunas confrontaciones con su manera de pensar y la mía. Pues desgraciadamente los</p>	<p>Al hablar sobre si existe una igualdad de genero entre la mujer y el hombre, la entrevistada expreso que hoy en día esta igualdad se refleja un poco más, pero aun hace falta mucho que hacer ya que esta latente el pensamiento machista en nuestra sociedad (familia, amigos, trabajo, escuela, etcétera) mexicana en la ciudad y aun más en sus alrededores.</p>

	<p>pensamientos de mi esposo si son en algunas ocasiones diferentes a los míos, son pensamientos machistas y esto viene desde su casa.</p> <p><b><u>A la pregunta de: ¿En la casa de la familia de su esposo se sigue reproduciendo este patrón de desigualdad?</u></b></p> <p>Señora Olivia desafortunadamente si aunque mis cuñadas trabajen y aporten dinero en su casa existe que hay preferencia o privilegios por así decirlo para los hombres.</p>	
<p><b>F) LUCHA POR LA BUSQUEDA DE LA IGUALDAD DE GENERO LA CUAL EMPIEZA POR LA FAMILIA</b></p>	<p><b><u>¿Cómo fue la forma en que los educó a cada uno de ellos?</u></b></p> <p>Señora Olivia: Traté de educarlos de la misma manera con las mismas obligaciones y derechos en casa.</p> <p><b><u>¿Al ver su hijo que su papá no lo deja hacer cosas de la casa y usted si, que reacción toma?</u></b></p> <p>Señora Olivia: Pues fíjate que el estuvo acuerdo con mis ideas porque el me ayuda en la casa, tiende la cama, se sabe hacer unos huevos solo etcétera el hacer sus cosas cuando no estoy en casa no se atiene.</p>	<p>La entrevistada reflejo en su platica que es necesario seguir con esa lucha por la búsqueda de la igualdad de genero y una como mujer lo debe de fomentar desde su familia con sus hijos pues es ahí en donde lo podremos radicar esa desigualdad, educando a nuestros hijos de la misma manera, dándoles los mismos derechos como las mismas obligaciones no importando su genero.</p>
	<p><b><u>¿Cuáles fueron las etapas de su vida que más la marcaron como mujer?</u></b></p> <p>Señora Olivia: Pues definitivamente el haberme casado y ser mamá. Si el ser esposa y madre, son, ¿cómo te lo diré? El haberme casado</p>	<p>La etapa de la vida de la entrevistas que más fue relevante hasta hoy en su condición como mujer fue ser esposa y aún más madre ya que cuando fue</p>

<p style="text-align: center;"><b>G) CONDICION DE LA MUJER</b></p>	<p>cambio mi vida porque ya no vivía con mis papas, ahora vivía en pareja ahora ya no estaba atada a lo que ellos decían y mandaban y cuando me case tuve más voz y voto. Deje de ser hija y pase a ser esposa y podía opinar, decir y no solo callar. El se mamá es una experiencia inigualable muy bonita, el saber que en tu cuerpo traes a un ser humano y eres capaz de mantenerlo dentro de ti 9 meses para su desarrollo y brindarle la vida es algo inigualable, verlos crecer, enseñarles, verlos desarrollarse es una creación de uno y dependen de uno para poder sobre existir en sus primeras etapas de la vida.</p>	<p>esposa se empezó a ser más responsable de ella y cuando fue madre empezó la tarea ardua de cuidar, enseñar y encaminar a un nuevo integrante de la sociedad.</p>
<p style="text-align: center;"><b>H) LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES Y SU PROCESO DE RECEPCIÓN A TRAVES DE LOS HABITOS</b></p>	<p><b><u>¿Por qué se decide ver el programa desde hace 7 años, que la motivo para dejar el canal ahí y no en otro?</u></b></p> <p>Al ver los cortes lo que me atrapo para verlo fue el nombre del programa y es ahí cuando decidí verlo para saber de que se trataba, ese mismo día lo vi y me agrado, y no pude eso si dejar de compararlo con en de “Mujer Casos de la Vida Real programa que en esa época lo veía, con el paso del tiempo poco a poco me fue atrapando más y más, ya que me agradaban las problemáticas que manejaban y este programa me daba un plus que el otro no me daba el cual me brindaba</p>	<p>Lo que motivo a la Señora Olivia ser una seguidora (Consumidora frecuente) del programa lo que callamos las mujeres fue la forma de hacer el programa es decir fue la manera de presentar las problemáticas que le aquejan a una mujer pero con un plus y ese plus era la información que le brindaban y le brindan para poder erradicar eso que le aqueja. Por lo que su consumo de este programa es continuo ya que mira los dos horarios</p>

	<p>información para resolver algún problema similar que yo tuviera, y es ahí cuando decido quedarme completamente con el programa de “Lo Que Callamos las Mujeres”, me sentí realmente tomada en cuenta por el programa ya que me brindaba información.</p> <p><b><u>A la pregunta de: ¿A que hora ve el programa?</u></b>      Señora Olivia: En sus dos horarios.</p> <p><b><u>¿Y en dónde ve el programa?</u></b>      Señora Olivia: Aquí en la casa en la sala porque ahí puedo compartir la información que me brinda este programa con alguien que este cerca de mí.</p> <p><b><u>¿Con quién ve el programa regularmente?</u></b>      Con mi hija la más pequeña (17 años) porque es quien se encuentra en casa.</p> <p><b><u>¿Aproximadamente cuantas transmisiones del programa “Lo Que Callamos las Mujeres” ve a la semana en el horario de las 7:30 y el de las 5:00 p.m.?</u></b>      Señora Olivia: El del horario de las 7:30 tratado de verlos diario de Lunes a Viernes y el de las 5:00 que son las repeticiones son a veces no es del diario pero las veo como 3 capítulos por semana.</p>	<p>que tiene el programa en la televisión los de la tarde que son repeticiones (le ayudan según a ella a reforzar lo adquirido) y los nuevos que pasan en la noche (cada día se aprende algo nuevo expresó la entrevistada ante esto). Su recepción que hace del programa es en su casa en donde se encuentra el televisor en la sala, prefiere ver ahí el televisor ya que ahí siente que puede compartir la información obtenida con alguien que este en ese espacio de su casa, regularmente hace esta recepción del programa con su hija la más pequeña (17 años) ya que la información brindada le puede ayudar también a esta.</p>
	<p><b><u>¿Qué es lo que la hace seguir viendo el programa tan constantemente?</u></b>      Señora Olivia: Por el manejo de las temáticas</p>	<p>Para la entrevistada, lo que hace que siga viendo el programa frecuentemente es por las</p>

<p><b>D) LO BUENO DE L.Q.C.L.M SEGÚN SU RECEPTORA</b></p>	<p>que exponen y la información que nos brindan.  <u>¿Qué es lo que tratan los programas que se le hace de interés?</u>          Señora Olivia: Pues mira pasan programas de algunas enfermedades que ni siquiera sabemos que existen y son tan raras y gracias a este programa te informas de su existencia y de sus posibles curas.  <u>¿Y en donde encuentra esa información en el programa?</u>          Señora Olivia: Cuando termina el programa te pasan los créditos y ahí te ponen las instituciones que te pueden ayudar para dicho tema que se toco en el programa eso es lo que hace al programa excelente para mí.</p>	<p>siguientes razones: Por el manejo de las temáticas, la información brindada y las instituciones y fundaciones que se presentan ahí.</p>
<p><b>J) LO MALO DE L.Q.C.L.M SEGÚN SUS RECEPTORA</b></p>	<p>Tiene Muchos comerciales Algunas veces cortan las repeticiones de las 5 p.m.</p>	<p>Lo que no le agrada a la receptora de este programa es que sus repeticiones con frecuencia son cortadas y no las pasan completas como en su primera emisión. Otro punto es que considera que el programa tiene muchos comerciales.</p>
<p><b>K) POSICIONAMIENTO DE LAS FUNDACIONES/INTITUCIONES PARTICIPANTES</b></p>	<p><u>¿Se acuerda de los nombres de algunas instituciones que han salido en el programa?</u>          De todas no, pero si se que hay instituciones de ayuda para el cáncer, el sida, la adopción, apoyo jurídico, secuestro, AFI, PGR, FUCAM, PRENDAMEX, APIS.</p>	<p>La entrevistada tiene la información exacta de todas la fundaciones e instituciones que brinda el programa pero si nombre una que otra al igual que las temáticas que comúnmente maneja dicha transmisión-</p>



<p><b>L) CONSUMIDORAS PROPOSITIVAS</b></p>	<p><b><u>¿A usted le gustaría proponer algo para mejorar el programa?</u></b>          Lo único que propondría sería que no corten los programas repetidos y no pongan tantos comerciales.</p>	<p>La consumidora le propone al programa que no corte las repeticiones que transmiten en el horario de la tarde, aunque sean repeticiones no deja de ser importante la información obtenida ese día.</p>
<p><b>M) INTERES E INVOLUCRAMIENTO CON EL MEDIO</b></p>	<p>Que existan más programas de este tipo para que lleguen a todos los rincones del país y que esto no siga pasando, que una como mujer haga conciencia y le ayude a la otra a quitarse la venda de los ojos, para eso tenemos el camino a la información.</p>	<p>La entrevistada muestra un interés e involucramiento con este medio ya que expresa que este tipo de programas ayuda a la mujer y toda la sociedad a hacer conciencia ante una situación.</p>
<p><b>N) APROPIACIÓN Y USO DEL PROGRAMA TELEVISIVO L.Q.C.L.M</b></p>	<p><b><u>¿Hay otra razón por lo que ve el programa “Lo Que Callamos Las Mujeres”?</u></b>          Señora Olivia: Si claro, y es que también me entretiene y a la misma vez en algunas ocasiones me refleja mi realidad y es cuando digo creo aquí ahí estoy yo. El día de mañana sintonizaré nuevamente el programa por el simple hecho que quizás pase alguna información que me enriquezca en mi vida personal y sea de ayuda para hoy o el día de mañana. Es rico obtener información fácilmente, sencilla, cómoda, por eso es también que veo este programa.</p> <p><b><u>¿Existe una similitud entre el programa y la vida real de la mujer mexicana?</u></b>          Señora Olivia: Bastante son programas que están actualizados y a la</p>	<p>Otra de las razones por que se apropia del programa y lo usa es porque a parte que le brinda la información, la entretiene y se ve reflejada en algunos casos expuestos. Puntualizando que es “rico obtener información de una manera sencilla y cómoda”. Ya que puede ver que todas las temáticas que maneja el programa son un claro reflejo de la vida real de la mujer y la sociedad mexicana. (Los temas de los programas siempre están al día.)</p>

	<p>vanguardia. Manejan temas que son de la mujer mexicana y pasan en la sociedad mexicana hoy por hoy.</p> <p><b><u>¿Qué temáticas son las que más recuerda del programa?</u></b></p> <p>Señora Olivia: Pues de las violadas, De alcohólicos, de drogadicción, del cáncer.</p>	
<p><b>O) REPRODUCCIÓN SOCIOCULTURAL</b></p>	<p><b><u>¿La información que tiene del programa la comparte con sus conocidos o sólo la toma para usted?</u></b></p> <p>Señora Olivia: Pues si le tengo confianza a mi conocido claro que la comparto y le digo que existe dicha opción yo creo que ese es el fin no solo quedarte con la información que te da el programa sino compartirlo con la gente que lo necesita no solo con las mujeres sino con todo aquel que le sea de ayuda. Así que como puedes ver claro que uso la información obtenida y también la comparto para que seamos mejores cada día, como mujeres, individuos y sociedad.</p> <p><b><u>¿Los diferentes temas que ve en el programa los llega a reemitir a su vida o sólo la entretienen?</u></b></p> <p>Señora Oliva: desgraciadamente si los llevo a mi vida porque no estamos exentos a nada de esto son temas que están inmersos en nuestra vida real. Y llego a pensar y si mis hijos están pasando</p>	<p>La información que recibe esta consumidora a través de su consumo televisivo que hace ante dicho programa trata de compartirla si el medio se lo permite ya que piensa que si la comparte podremos ser mejores día con día tanto como mujer, individuos y sociedad. Ya que los temas que son presentados en este programa los puede remitir a su vida ya que no se esta exento en esta vida a nada y son temas que están inmersos a la vida cotidiana de cada mujer.</p>

	<p>por esto, si les llegara a pasar y es ahí cuando no solo me preocupo si no me ocupo. Claro que lo hago porque quiero algo mejor para mi vida y la de los demás. Además la mujer como mamá es el centro de la familia y la familia es el núcleo de la sociedad y si nosotros como mujeres empezamos un cambio para bien de nosotras y de todos los que nos rodean en nuestra familia, nuestra familia y las demás familias seremos más responsables y haremos una mejor sociedad eso pienso yo al respecto con el programa y su fin y el mío.</p>	
<p><b>P) RECONOCIMIENTO DEL MENSAJE)</b></p>	<p><b><u>¿El mensaje que tiene el programa sobre “romper el silencio” realmente puede suceder con las mujeres mexicanas?</u></b>          Señora Olivia: Claro, si una quiere si, como te digo a una le dan las opciones y de una depende si lo hace o no.</p>	<p>La consumidora llega a reconocer el mensaje del programa, expresando que sí una como mujer quiere puede salir adelante con la información o el caso expuesto en el programa.</p>
<p><b>Q) MODOS DE APRENDIZAJE</b></p>	<p><b><u>A la pregunta de ¿La información le es de ayuda para usted?</u></b>          Señora Olivia: Claro esos son unos de los muchos casos que he tomado en cuenta el programa para solucionar algo de mi vida. De una depende si toma la información o no, la información ahí esta. Y como dice el programa “Una es dueña de su propio destino de una depende romper el silencio” y es verdad esta frase en todos los aspectos</p>	<p>La receptora dice que este modo de aprendizaje que el deja el programa le es de ayuda en su vida para solucionar algo que le aqueja o le preocupa, de una depende si toma la información o no.</p>

	<p>tanto en salud, con tu esposo, con tu jefe o tus hijos dependiendo la problemática hay solución para cada uno de estos. De una depende, innovar o morir diría mi hijo. Y en este programa encuentro algunas soluciones.</p>	
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

**ENTREVISTA PRODUCTORA EJECUTIVA**  
**PRIMER NIVEL: CATEGORIZACIÓN**

CATEGORIAS	
A) IDENTIFICACIÓN DEL PARTICIPANTE	OBSERVACIONES
<p>Nombre: Eva Hernández Hernández Cargo en la producción: Productora Ejecutiva del programa “Lo Que Callamos Las Mujeres”, “La vida es una Canción” y “Se Busca Un Hombre”. Tiempo de laborar en esta producción: 7 años</p>	
B) TRAYECTORIA LABORAL	
<p><b><u>(A la pregunta de ¿Cuándo, como y en donde Eva inicia su carrera en la televisión?)</u></b> Eva: En la televisión fue en 1984, en la empresa Televisa, yo inicio haciendo comerciales en dibujo animado de ahí tuve la oportunidad de conocer gente como el señor Pérez Teuffer (Vicepresidente de Televisa), el mismo Valentín Pimstein (Director General de Telenovelas en Televisa) y después de los comerciales yo me voy a Radio, Televisión y Cinematografía y en Radio Televisión y Cinematografía por tener algunos conocimientos, movimientos y las bases de televisión que me lo permitieron la realización de los comerciales y estos como casa productora me llevan a que supervise guiones y libretos para televisión y entonces por conocer a estas personas que te mencione me asignan a Televisa y Don Valentín había tenido problemas con un personal de gobernación y como de alguna forma ya me conocía, me condiciona a mí de relevo y es por eso que llego a Televisa, le empiezo a dar servicio como supervisor de guiones que en ese entonces realmente si se apegaban al permiso para que saliera al aire y los guiones no solamente se revisaban desde el libreto sino también en la grabación ya que es una cosa como te lo están</p>	<p>Aquí la productora ejecutiva mostró gestos de nostalgia en su rostro al recordar su trayectoria laboral.</p>

marcando en el libreto y la otra en la hora de la grabación es decir ya es cuando el Director lo marca y entonces aparecen cosas que finalmente en el libreto no están y por eso es que estaba aparte de supervisar el guión podíamos también mensurar los movimientos o la marca de la escena, porque muchas veces se le daba la apología a cosas negativas sin tener contrapeso son mostrar lo blanco o lo negro del asunto a grabar, indiscutiblemente el asunto de las palabras altisonantes que en esa época eran realmente cuidadas y que además gente o personas como el Señor Valentín Pimstein eran sumamente quisquillosas y meticulosas incluso te podía decir que era una censura la de la empresa y otra del Señor Valentín Pimstein, era más fuerte más enérgica que la misma Ley de Televisión, Radio y Cinematografía y entonces es por eso que el señor cuidaba mucho eso en su trabajo y nos daba una importancia y un fuero que incluso se podía para el foro si no estábamos de acuerdo en algo de la realización o del guión, que claro eso lo veíamos cuando revisábamos los libretos y de platicaban con él previo cuando no se estaba de acuerdo con algo o como lo íbamos a desembocar como lo íbamos a desenlazar para así poder hacer ese contrapeso de la responsabilidad que es el llegar a los niños a todo público, es una gran responsabilidad y para Don Valentín era sumamente importante, tenía esa conciencia y ese contraste con respecto a la televisión, ya que es muy distinto al cine, en el cine tu vas y pagas por ver algo y en la televisión no esta al acceso de cualquier niño apachurra un botón y se encuentra con cosas que realmente no pueden ser adecuadas para su edad, es por eso que Don Valentín y en esa época el mismo Televisa tenían mucho más cuidado en clasificar en diferentes horarios lo que le iban a dar a ver a la gente y así fue como empecé a incursionar en la televisión con Televisa.

**(A la pregunta de ¿Qué tanto cambio tu vida trabajar en la realización de programas televisivos?)**

Eva: Fue un cambio en cuanto que es un escaparate más grande, tienes el acceso a todo el público, a todas las clases sociales y al mundo, en contra con la limitación que me daban la realización de los comerciales y cortes en dibujo animado que eran más limitados a pesar que también se hacía una especie de beneficencia pública por llamarlo de una manera, te voy a decir porque por ejemplo el corto de los 400 aniversarios de la Virgen de Guadalupe es un corto bellísimo de la aparición de la Virgen de Guadalupe y en su momento llevarlo gratuitamente a lugares como en ese entonces eran las barrancas Amealco (Querétaro) y vez como salen listones de colores y blanquean mantas dentro de los árboles dentro del verde y de la tierra de colores rojos, negros incluso como en otras

zonas como talco blanco y empiezas a ver como la gente se empieza acumular en la parroquia y te empiezas a ver con una serie de peripecias porque no hay planta eléctrica porque no hay luz y tienes que buscar una serie de recursos y ver como esa gente lo disfruta, ríe e incluso ver como los ancianos loran y te quieren besar la mano como si fueras un sacerdote para agradecer esos momentos de vida de distracción ese momento de entretenimiento e incluso de alfabetización es inexplicable, es lo máximo a una también se le ruedan las lagrimas. Muchas capsulas que se realizaron como lo que es su momento fue “Cantinflas Show” y vez que llevas un pedacito de alfabetización, un pedacito de alegría, un pedacito de entretenimiento, de esperanza ver las sonrisas porque además para ellos en ese entonces y porque no como ahora hay espacios donde quedan que no tengan un momento de entretenimiento, no tienen televisión no tienen un momento de diversión más que los juegos que conocemos como las canicas, el trompo etcétera, pero ver esto moverse en la pantalla y en muchas ocasiones verse ellos mismos ahí reflejados y ver como se están moviendo es como mágico es como una magia para ellos y entonces ver esas sonrisas y ver también correr esas lagrimas con eso te paga toda una tarde, el no dormir, el no comer esto es lo que paga y es entonces que ya no te importa llegar ver la quincena o ver quedado con el intestino hecho trizas o haber quedado por horas sin haber tomado un bocado de algo en otras ocasiones por ejemplo también la misma gente te invitaba a comer en algunas otras poblaciones y entonces se comía tan rico esos frijolitos esas tortillitas recién hechas que te saben el manjar más exquisito de cualquier restauran carísimo de cualquier parte del mundo. Con el aspecto de la responsabilidad de trabajar con dibujos animados a la televisión fue la misma porque afortunadamente he estado en programas rosas, programas blancos siempre con una misión positiva y cuidadosa con una mezcla de entretenimiento porque finalmente esto que he manejado es entretenimiento pero todo con esas pinceladas positivas de crecimiento, de esperanza, de lo aspiración al para crecer.

**(A la pregunta de ¿Cuántos años pasaste laborando en Televisa?)**

Eva: 13 años aproximadamente:

**(A la pregunta de ¿Cómo y cuándo llegas a Televisión Azteca?)**

Eva: Yo tuve la fortuna de conocer en Televisa a mucha gente, muchos productores y que uno de ellos fue el

productor Antulio Jiménez Pons otro pilar en la televisión en México como es el señor Valentín Pimstein, Don Ernesto Alonso, como es el señor Chespirito como hoy en día de las más modernas es la Señora Carla Estrada y tuve esa fortuna en su momento de colaborar con ellos y de aprender con ellos y que podría decir finalmente que han sido mis maestros y entonces Don Antulio Jiménez Pons coincido en la calle con uno de sus hijos me invitan a una reunión en la cual acudo gustosamente por supuesto y ahí es donde me invita a formar parte de nuevo a colaborar con el señor Antulio Jiménez Pons por que en esos momentos estaba terminando una telenovela y preparando ahora como productor de TV Azteca y no como director en TV Azteca y entonces el necesitaba gente y me invita a ser parte de su equipo le respondo que me espera porque yo me encontraba ocupada en Editorial Mina con los hermanos Flores y resulta que había una mejor oferta la verdad económica e incluso también influyo el aprecio que se le tiene a Don Antulio por ser el maestro de maestros y era un momento importante no lo podía dejar ir también se da por ese compromiso que existía entre nosotros desde Televisa y saber quien es y como que yo no podía rechazar esa oportunidad, porque para mí si era una gran oportunidad de estar nuevamente con el maestro de maestros y seguir aprendiendo al igual que realizando cosas como él las hace también, siempre aspiracionales, siempre blancas, siempre prepositivas y por supuesto de entretenimiento pero siempre con un mensaje positivo y noble.

**(A la pregunta de ¿Qué año aproximadamente entras a TV Azteca y con que cargo?)**

Eva: Aproximadamente en el años de 1997 1998 entre a Azteca con él cargo de Coordinador de Producción. Era en la telenovela de “Catalina y Sebastián” me acuerdo, con Silvia Navarro, Basañez, el señor Sergio Klainer.

**(A la pregunta de ¿Cuándo te incorporas a la producción de “Lo Que Callamos Las Mujeres” y con que cargo?)**

Eva: Hace aproximadamente hace cinco o seis años más o menos atrás (2001).

**(A la pregunta de ¿Porque decides integrarte en Lo Que Callamos y no sigues en el rumbo de las telenovelas?)**

Eva: Por que Don Antulio Jiménez Pons deja la empresa y tengo entendido mediante el Señor Rafael Gutiérrez que la Señora Elisa Salinas estaba pues interesada de alguna forma en que siguiera yo con ellos en la empresa y si yo

aceptaba también la invitación y que me iban a comisionar a “Lo Que Callamos Las Mujeres” efectivamente y desde ese entonces bueno lo que me informo el Señor Rafael Gutiérrez es que la señora Elisa me tenía pensado para formar parte del equipo de “Lo Que Callamos Las Mujeres” e incluso ella fue la que inicia, la pionera de este programa con el mismo Rafael Gutiérrez y lo acepté por supuesto, también una vez más y bendito sea el Señor que una Señora de su talla me invitara a formar parte de su equipo en un proyecto tan interesante tan bonito como ya lo conocía pues no me pude resistir y fue un honor al igual que fue pertenecer al equipo de Don Antulio.

Eva: A “Lo Que Callamos Las Mujeres” entro como productora asociado, ya que con Don Antulio ya me había comisionado y la empresa ya me había aceptado que estaba calificada para hacer productora asociada y entonces pase de la producción de “Súbete a mi moto” a otra que fue “Lo Que Callamos Las Mujeres” con el mismo cargo. Con la única diferencia que la primera se trataba de una telenovela y el otro se trataba de programa unitario.

**(A la pregunta de ¿Antes quién llevaba esta producción?)**

Eva: era un programa que como unitario, cada programa había tenido distintos productores, como el señor Gerardo Zurita, como el mismo Don Antulio Jiménez Pons, como lo fue el Señor José Ambrís y así sucesivamente, no había una producción específica para el programa.

**(A la pregunta de ¿Por qué se decide centralizarla producción en un solo equipo y no dejarla como en sus inicios en donde como tú lo dices se alternaban productores con su equipo de producción? Y de ¿quién fue decisión de hacer esto?)**

Eva: Bueno la decisión por su puesto fue de la Señora Elisa Salinas y me imagino que como ya estaban muy establecidos y ocupados los otros productores deciden hacer esto y es cuando se le abre la puerta a una nueva productora como es la Licenciada Genoveva Martínez y es ahí cuando se centraliza el equipo de “Lo Que Callamos Las Mujeres” y como los otros productores como te lo mencione estaban muy ocupados y este ya absorbía y demandaba mucho más tiempo.

**(A la pregunta de ¿Cómo cuánto tiempo tienen la productora Genoveva Martínez laborando para esta producción?)**

Eva: Pues mira yo entre como ya te lo decía por ahí del 97 98 y ya estaba la Licenciada ahí. Entonces como unos 10



años o más.

**(A la pregunta de ¿Qué es lo que hace la Señora Elisa Salinas en la producción?)**

Eva: Ella es quien lo forma, quien lo crea, quien lo gesta.

**(A la pregunta de ¿En su primera etapa del programa cuánta gente aproximadamente conformaba la producción de “Lo Que Callamos Las Mujeres”?)**

Eva: De alguna forma empezamos con una unidad y eran 57 personas y después de estas 57 se duplicaron aproximadamente que estamos hablando de noventa y tantas personas y así fue creciendo por la cantidad de programas que demandaba el aire. Lo máximo que llegamos a tener de unidades fueron 7 equipos de trabajo no solo de lo que callamos sino de la producción porque aquí ya se empieza abrir nuevos programas unitarios como son “La Vida” como son series como “tan Infinito Como El Desierto” , “Ni Una Vez Más”, “Si Se Puede”, “Especiales de Navidad”, etcétera.

**(A la pregunta de ¿Actualmente cuanta gente conforma la producción?)**

Eva: 353 personas laboran en esta producción y ha habido más ahora estamos como en un punto intermedio pero aproximadamente hemos sido como unas 400 ha sido en pequeñas temporadas algunas veces sube otras baja, otras veces hay más demanda y así.

**C) BREVE OPINIÓN SOBRE LA TELEVISIÓN MÉXICANA**

**(A la pregunta de ¿Me darías tu opinión acerca de la televisión mexicana?)**

Eva: Que es, sigue y seguirá siendo pese a quien le pese la número uno en el mundo y que los programas que se producen en México tienen la calidad de los extranjeros, también sabemos hacer cosas bien hechas, desde el guión. La historia, el tema, como la realización y con los avances de la tecnología y muchas veces superando los avances de esa tecnología que tienen los otros países, pero lo hacemos con ese arte que solo el mexicano tiene, como sólo el mexicano sabe rehacer las cosas y a veces con un pedazo de masquin o a veces aunque se escuche burdo con un pedazo de chicle, reconstruye y levanta un edificio, porque nuestros mexicanos son extremadamente creativos nunca se les cierra el mundo, el mundo de la televisión muchas veces está levantado por un pedazo de masquin tape y un pedazo de chicle.

(Sonríe con un toque de picardía)

**D) CONCEPCIÓN DE MUJER**

**(A la pregunta de ¿Para ti que significa ser mujer y tener este cargo en la producción como fémina?)**

<p>Eva: Es una responsabilidad sumamente hermosa ya que es un programa para mujeres entre comillas y lo hacemos mujeres, pero algo que se tiene que resaltar es que también los hombres participan para la realización de este programa son una pieza fundamental aquí cada una de las personas que colaboran y que hacen posible el programa son importantísimas es como si te hablara de una maquinaria de un reloj suizo en donde cada engranaje tiene que tener bien plantado sus deberes y estar corriendo en un minuto y en un segundo preciso y exacto, todos son importantes, por que uno de esos engranajes que tienen los relojes suizos se rompa todo tiene una consecuencia es lo mismo que pasaría en la producción, es un efecto domino.</p>	<p>Expresa con sus gestos una gran seriedad ante esta pregunta acompañada con responsabilidad.</p>
<p><b>E)CONDICION DE LA MUJER</b></p>	
<p><b><u>(A la pregunta de ¿Durante el desarrollo de tu profesión el rol de la mujer se ha transformado?)</u></b>  Eva: Si definitivamente, en todas las clases sociales, en todas las edades y yo me atrevería a decirte en muchos de los países del mundo porque no es un programa que sólo se trasmite en México o en los programas de los países cercanos como lo podría ser Guatemala o Estados Unidos o Canadá Sino que también se trasmite en países asiáticos, europeos como lo es Inglaterra, como lo es Francia al igual que Taiwán, China y estos programas terminan con un lenguaje universal porque son problemáticas que son universales que le acongojan, le acatan y le suceden a todas las razas a todas las culturas y a todas las edades tenemos ese abanico de temáticas y de oportunidades que tocan el tema. Por lo que el rol de la mujer ha cambiado con una seguridad de querer ser y con unas ganas de emprender una lucha con un cambio incluso porque no de economía, de conciencia y de actitud por supuesto que ha cambiado el rol de la mujer, desde unas abuelitas débiles a las de ahora a las emprendedoras.</p> <p><b><u>(A la pregunta de ¿Opinión sobre el papel de la mujer mexicana que juega hoy en día ante la sociedad?)</u></b>  Eva: Sigue siendo de los más sacrificados pero fuertes porque tienen la capacidad la mujer de ser la cabeza de la familia hoy por hoy, el eje y cumplir todas las funciones que se le demandan al mismo tiempo, ser profesionista, ser madre, ser esposa, ser amante, ser amiga y ser proveedora de su familia por lo que cumple todo o sea que es realmente admirable su rol de cada día.</p>	<p>(Su asombro se hace notar ante esto)</p>
<p><b>F)“ SEMEJANTES PERO DIFERENTES</b></p>	
<p><b><u>(A la pregunta de ¿No se podría decir que se crea este programa de “Lo Que Callamos Las Mujeres” para hacerle la competencia a “Mujer Casos de la Vida real”?)</u></b>  Eva: Si y no, porque “Lo Que Callamos Las Mujeres” y “Casos de La Vida Real” podrán tener un formato</p>	

parecido sí pero a la hora de los resultados son diferentes y muy distintos, puesto que en “Lo Que Callamos Las Mujeres” están dando una opción en dónde puedes acudir en dónde puedes tener una solución real a tu problema especializada y de crecimiento aspiracional al 100% te da una respuesta te da un lugar a donde tu puedes acudir para encontrar una solución lo más acercada posible a tu problemática y no se queda en el puro entretenimiento.

**G) LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES**

**(A la pregunta de ¿Cuántos años tiene de existir este programa aproximadamente y cómo lo ves?)**

Eva: Con más de una década al aire, es un programa donde no todo está dicho. De un mismo tema hay variantes y casos que merecen ser llevados a la pantalla. El secreto ha sido el contacto directo con la audiencia y el corazón de la misma han sido las historias de la vida real.

**(A la pregunta de ¿Cuántas hora se han hecho aproximadamente del programa en su existencia?)**

Eva: Pues me atrevería a decirte como unos 600 programas aproximadamente que es igual a 600 horas si no es que más.

**(A la pregunta de ¿Por qué se crea “Lo Que Callamos las Mujeres”?)**

Eva: Pues por la inquietud de la Señora Elisa que es sumamente dedicada a la mujer y a las necesidades de la mujer por lo que es una mujer sumamente noble y aspiracional que le da mucho impulso a la mujer a salir adelante y a crecer y me imagino que esta inquietud fue la que movió a la Señora Salinas para crear y atacar a este sector.

**H) LO BUENO DE L.Q.C.L.M**

**(A la pregunta de ¿Desde el punto de vista como productora que es lo que hace vigente al programa?)**

Eva: Que Lo Que Callamos Las Mujeres va evolucionando junto con la mujer actual que sigue atacando problemáticas y que sigue descubriendo porque hay todo un grupo de investigación, un grupo de personas que están dedicados no nada más a los datos duros si no que es lo que le esta acatando a la mujer en el momento continuamente día a día problemas a lo mejor como la mirada que no son detectados fácilmente ni muchas veces siquiera por la personas que tienen ya una cultura, una educación una formación académica y lo desconocen y que día a día vas encontrando así como enfermedades diferentes problemáticas que atacan de diferente forma o por diferente ángulo y se dice que nada es verdad o mentira todo depende del cristal con que se mire y estos cristales tienen muchos colores y muchas tonalidades

(Demuestra una gran satisfacción en su rostro al hablar de esto)

distintas y estos enfoques son los que van buscando nuestro equipo de libretistas, de historiadores de sociólogos que investigan profundamente que es lo que esta afectando a la mujer en México y en el mundo porque no estamos limitados a una local como sea México si no también incluimos a Latino América y algunos países más del mundo, estas personas están dedicadas a investigar a profundizar por donde con que color con que cristal desde que ángulo vamos a ver ahora incluso porque no a la problemática pero con un enfoque o con un ángulo que le esta atacando a la mujer distinto para que lo pueda percibir, lo pueda sentir, se pueda identificar y pueda encontrar una puerta segura haya una respuesta lo más aproximado a su caso a su situación.

**I) SELECCIÓN DE FUNDACIONES E INTITUCIONES PARTICIPANTES**

**(A la pregunta de ¿Cómo se ha logrado la vinculación con las instituciones y fundaciones participantes en el programa?)**

Eva: Antes que nada también hay un arduo trabajo de investigación sobre esa institución, asociación o agrupación de personas etcétera de que sean realmente honestas, sabías del problema que se va atacar de que sean serias y que estén ya constituidas o instituidas con bases firmes, con conocimientos fuertes con la capacidad para poder responder realmente al asesorar a esa problemática, después que ya se detecto que son una institución, agrupación o institución seria, responsable y honesta y comprometida con lo que esta haciendo alarde de apoyar es ahí donde realmente ya nos profundizamos en apoyarlos porque es un sinergia es un apoyo mutuo que se hace no solo vamos y pedimos su caso o su situación si no también son las historias basadas en cosas reales que si han sucedido y se han atacado y que ellas han podido atender y solucionar sino que también tienen la capacidad, el estudio, el conocimiento sobre esa problemática y que tienen la fortaleza para apoyarlos para contestarle a esta audiencia sobre su caso y el otro aspecto es que nosotros sabemos que también el telespectador no es el que tiene el problema pero si un conocido, otro aspecto es que el espectador no tiene el problema pero si la economía la forma de apoyar a esta instituciones por eso al final ponemos una firma en donde convocamos también a eso otro sector que hay un banco, un lugar en donde ello pueden dar su aportación de cualquier denominación y van a ser nobles ya que se van sumando y te van permitiendo ayudar a la gente que no tiene la solución económica para ver en que medida necesita la ayuda o también incluso puede aportar con algún otro tipo de tareas no precisamente económico sino también de labor social o

<p>que a lo mejor también tiene conocimiento y se puede aunar en tiempos libres para apoyar al público que necesita ese tipo de ayuda y a las personas que lo han vivido y que ahora tienen la forma de apoyar económica o con trabajo de ellos mismos o simplemente les interesa ese tipo de problemáticas, porque si hay personas nobles hay empresarios y hay gente moral común y corriente que conoce, sabe, siente se sensibiliza y aporta, aporta en especie, con dinero, aporta en labor social.</p>	
<p><b>J) INTERES E INVOLUCRAMIENTO CON EL MEDIO</b></p>	
<p><b><u>(A la pregunta de ¿Las temáticas del programa giran alrededor de la mujer en su contexto?)</u></b></p> <p>Eva: Si, porque definitivamente la mujer es uno de los ejes principales y muchas veces el único eje o la única cabeza de la familia, cada día nos damos cuenta que hay más madres solteras, mujeres solas o mujeres viudas y los índices y los datos duros lo demuestran y es ahí cuando se decide atacarlo, estudiarlo, percibirlo para poder darles el enfoque del color que ellos lo están mirando para también presentárselos de una manera que se puedan reflejar, percibir, ver en ese espejo y lo más importante encontrar una solución lo más aproximado posible o adecuado en su momento.</p>	
<p><b>K) APROPIACIÓN Y USO DEL PROGRAMA TELEVISIVO L.Q.C.L.M</b></p>	
<p><b><u>(A la pregunta de ¿Cuál es el objetivo que tiene el programa “Lo Que Callamos Las Mujeres?”)</u></b></p> <p>Eva: Que la mujer crezca, que encuentre una forma de solución a su problema que no se hunda en su problema sino que salga a flote que aprenda a nadar sin ser didácticos por su puesto porque la televisión también tiene otro punto y no es precisamente el didáctico sin embargo entreteniéndolo y vendiendo esperanzas también reeduca y entonces en esa fusión en esa amalgama en donde encuentras todo en un solo programa que es salir adelante que es siempre va haber una esperanza siempre va haber una solución a tu problema.</p>	
<p><b>L) REPRODUCCIÓN SOCIOCULTURAL</b></p>	
<p><b><u>(A la pregunta de ¿Entonces todos los programas parten de un punto real?)</u></b></p> <p>Eva: Claro por supuesto y ahora ha sido tan noble y se ha llegado a difundir tanto las asociaciones se llegan a acercar a nosotros y que esas mujeres que se han reflejado se acercan a nosotros nos buscan para exponer su caso para explayar su evidencia no nada mas de problema si no también de posible solución como individuo civil común y corriente del pueblo de la calle y también como experto en la materia para brindar el apoyo.</p>	

<b>M) RECONOCIMIENTO DEL MENSAJE</b>	
<p><b>(A la pregunta de <u>¿Puedes afirmar que el programa cumplió y cumple en todos estos años con su objetivo?</u>)</b></p> <p>Eva: Por supuesto y tan es así que sigue vigente y no más en este país si no en el mundo entero le ha dado la vuelta al mundo van vendiendo esperanza y entregando soluciones y nosotros recibiendo respuesta porque la misma gente te escribe te habla y la misma gente te dice como salio adelante y ya con esa evolución de haber estado hundido en el fango, re fundido en un pozo, ahogándose saliendo adelante con una nueva vida, con una nueva esperanza con gente útil, con gente productiva, con gente con ganas de seguir creciendo y con ganas de vivir que es lo más importante, vivir productivamente. Y es ahí cuando las mujeres rompen el silencio y de ahí no solamente mujeres también se ha impulsado a hombres porque ya también hay hombres que se han reflejado en esta situación con este tipo de vivencias y te llaman y te dicen oye es que no nada más las mujeres sufren así no nada más las mujeres rompen el silencio yo también aprendí, yo soy un hombre maltratado y he sido un hombre golpeado y un hombre minimizado y hundido también en el fango por cualquier otra de las circunstancias y también han aprendido a tomar ese segundo aire de re vivir de re nacer de rehacer su vida con éxito.</p>	
<b>N) MODOS DE APRENDIZAJE</b>	
<p>Sigamos adelante, que nunca nos dejemos caer que siempre va haber una esperanza, siempre el vender una esperanza es lo que va a enaltecer nuestro trabajo, el que sea, si es la vendedora de los chicles, si es la cocinera, si es la ejecutiva, si es la madre, nunca debemos de perder nunca debemos de perder en la mira el vender esperanza, el brindar una sonrisa al de alado, el dar las gracias cuando abras los ojos por ese día más que se tiene de vida, que el día será mejor con una sonrisa que brindemos y una palabra de esperanza al de alado el día estará hecho, valió la pena porque lo demás va a seguir dándose por añadidura.</p>	

**SEGUNDO NIVEL**

<u>CATEGORIAS</u>	<u>SINTESIS TEXTUAL</u>	<u>INTERPRETACIÓN</u>
<p align="center"><b>A) IDENTIFICACIÓN DEL PARTICIPANTE</b></p>	<p>Nombre: Eva Hernández Hernández. Cargo en la producción: Productora Ejecutiva del programa “Lo Que Callamos Las Mujeres”, “La vida es una Canción” y “Se Busca Un Hombre”.</p> <p>Tiempo de laborar en esta producción: 7 años</p>	<p>Eva Hernández, Productora Ejecutiva que labora desde hace 7 años para el programa televisivo “Lo Que Callamos las Mujeres” teniendo este cargo.</p>
<p align="center"><b>B) TRAYECTORIA LABORAL</b></p>	<p><b><u>¿Cuándo, como y en donde Eva inicia su carrera en la televisión?</u></b></p> <p>Eva: En la televisión fue en 1984, en la empresa Televisa, yo inicio haciendo comerciales en dibujo animado de ahí tuve la oportunidad de conocer gente como el señor Pérez Teuffer (Vicepresidente de Televisa), el mismo Valentín Pimstein (Director General de Telenovelas en Televisa) y después de los comerciales yo me voy a Radio, Televisión y Cinematografía.</p> <p><b><u>¿Qué tanto cambio tu vida trabajar en la realización de programas televisivos?</u></b></p> <p>Eva: Fue un cambio en cuanto que es un escaparate más grande, tienes el acceso a todo el publico, a todas las clases sociales y al mundo, con el aspecto de la responsabilidad de trabajar con dibujos animados a la televisión fue la misma porque afortunadamente he estado en programas rosas, programas blancos siempre con una misión positiva y</p>	<p>Eva Hernández cuenta con una gran trayectoria laboral en este medio de la televisión, sus inicios fueron en la empresa denomina Televisa laborando para esta 13 años de su vida para así dar paso a un cambio a su trayectoria laboral incorporándose alrededor de los años de 1997 1998 a la empresa TV Azteca, con el cargo de coordinador de producción en la Telenovela llamada “Catalina y Sebastián”. De esta manera para el 2001 Eva Hernández se integra a la producción de “Lo Que callamos Las Mujeres” con el cargo que tiene hasta la fecha.</p>

cuidadosa con una mezcla de entretenimiento porque finalmente esto que he manejado es entretenimiento pero todo con esas pinceladas positivas de crecimiento, de esperanza, de lo aspiración al para crecer.

**¿Cuántos años pasaste laborando en Televisa?)**

Eva: 13 años.

**(A la pregunta de ¿Cómo y cuándo llegas a Televisión Azteca?)**

Eva: Yo tuve la fortuna de conocer en Televisa a mucha gente, muchos productores y que uno de ellos fue el productor Antulio Jiménez Pons otro pilar en la televisión en México como es el señor Valentín Pimstein, Don Ernesto Alonso, como es el señor Chespirito como hoy en día de las más modernas es la Señora Carla Estrada y tuve esa fortuna en su momento de colaborar con ellos y de aprender con ellos y que podría decir finalmente que han sido mis maestros y entonces Don Antulio Jiménez Pons coincido en la calle con uno de sus hijos me invitan a una reunión en la cual acudo gustosamente por supuesto y ahí es donde me invita a formar parte de nuevo a colaborar con el señor Antulio Jiménez Pons por que en esos momentos estaba terminando una telenovela y preparando ahora como productor de TV Azteca, resulta que había una



mejor oferta la verdad económica e incluso también influyo el aprecio que se le tiene a Don Antulio por ser el maestro de maestros y era un momento importante no lo podía dejar ir porque para mi si era una gran oportunidad de estar nuevamente con el maestro de maestros y seguir aprendiendo al igual que realizando cosas como él las hace también, siempre aspiracionales, siempre blancas, siempre prepositivas y por supuesto de entretenimiento pero siempre con un mensaje positivo y noble.

**¿Qué año aproximadamente entras a TV Azteca y con que cargo?**

Eva: Aproximadamente en el años de 1997 1998 entre a Azteca con él cargo de Coordinador de Producción. Era en la telenovela de “Catalina y Sebastián”.

**¿Cuándo te incorporas a la producción de “Lo Que Callamos Las Mujeres” y con que cargo?)**

Eva: Hace aproximadamente hace cinco o seis años más o menos atrás (2001).

**¿Porque decides integrarte en Lo Que Callamos y no sigues en el rumbo de las telenovelas?)**

Eva: Por que Don Antulio Jiménez Pons deja la empresa y tengo entendido mediante el Señor Rafael

Gutiérrez que la Señora Elisa Salinas estaba pues interesada de alguna forma en que siguiera yo con ellos en la empresa y si yo aceptaba también la invitación y que me iban a comisionar a “Lo Que Callamos Las Mujeres.

**¿Antes quién llevaba esta producción?)**

Eva: era un programa que como unitario, cada programa había tenido distintos productores, como el señor Gerardo Zurita, como el mismo Don Antulio Jiménez Pons, como lo fue el Señor José Ambrís y así sucesivamente, no había una producción es específico para el programa.

**¿Por qué se decide centralizarla producción en un solo equipo y no dejarla como en sus inicios en donde como tú lo dices se alternaban productores con su equipo de producción? Y de ¿quién fue decisión de hacer esto?)**

Eva: Bueno la decisión por su puesto fue de la Señora Elisa Salinas y me imagino que como ya estaban muy establecidos y ocupados los otros productores deciden hacer esto y es cuando se le abre la puerta a una nueva productora como es la Licenciada Genoveva Martínez y es ahí cuando se centraliza el equipo de “Lo Que Callamos Las Mujeres”

**¿Cómo cuánto tiempo tienen la productora**

	<p><b><u>Genoveva Martínez laborando para esta producción?)</u></b>  Eva: Pues mira yo entre como ya te lo decía por ahí del 97 98 y ya estaba la Licenciada ahí. Entonces como unos 10 años o más.</p> <p><b><u>¿Qué es lo que hace la Señora Elisa Salinas en la producción?)</u></b>  Eva: Ella es quien lo forma, quien lo crea, quien lo gesta.</p> <p><b><u>¿En su primera etapa del programa cuánta gente aproximadamente conformaba la producción de “Lo Que Callamos Las Mujeres”?)</u></b>  Eva: De alguna forma empezamos con una unidad y eran 57 personas y después de estas 57 se duplicaron aproximadamente que estamos hablando de noventa y tantas personas y así fue creciendo por la cantidad de programas que demandaba el aire.</p> <p><b><u>(A la pregunta de ¿Actualmente cuánta gente conforma la producción?)</u></b>  Eva: 353 personas laboran en esta producción.</p>	
<p><b>C)BREVE OPINIÓN SOBRE LA TELEVISIÓN MÉXICANA</b></p>	<p><b><u>¿Me darías tu opinión acerca de la televisión mexicana?)</u></b>  Eva: Que es, sigue y seguirá siendo pese a quien le pese la número uno en el mundo y que los programas que se producen en México tienen la calidad de los extranjeros, también sabemos hacer cosas bien hechas, desde el</p>	<p>La opinión que tiene la Productora sobre la televisión mexicana, es una opinión positiva en donde destaca que es y seguirá siendo la número uno en todo el mundo ya que los programas que se</p>

	<p>guión. La historia, el tema, como la realización y con los avances de la tecnología y muchas veces superando los avances de esa tecnología que tienen los otros países, pero lo hacemos con ese arte que solo el mexicano tiene, como sólo el mexicano sabe rehacer las cosas.</p>	<p>producen en México tienen la misma calidad que los extranjeros y esto se da a todos los mexicanos que participan en la elaboración de los programas gracias a su creatividad.</p>
<p><b>D) CONCEPCIÓN DE MUJER</b></p>	<p><b><u>¿Para ti que significa ser mujer y tener este cargo en la producción como fémina?)</u></b>  Eva: Es una responsabilidad sumamente hermosa ya que es un programa para mujeres entre comillas y lo hacemos mujeres.</p>	<p>Para Eva ser productora de este programa y ser mujer es una gran responsabilidad sumamente grata.</p>
<p><b>E) CONDICIÓN DE LA MUJER</b></p>	<p><b><u>¿Durante el desarrollo de tu profesión el rol de la mujer se ha transformado?)</u></b>  Eva: Si definitivamente, en todas las clases sociales, en todas las edades, Por lo que el rol de la mujer ha cambiado con una seguridad de querer ser y con unas ganas de emprender una lucha con un cambio incluso porque no de economía, de conciencia y de actitud por supuesto que ha cambiado el rol de la mujer, desde unas abuelitas débiles a las de ahora a las emprendedoras.  <b><u>¿Opinión sobre el papel de la mujer mexicana que juega hoy en día ante la sociedad?</u></b>  Eva: Sigue siendo de los más sacrificados pero fuertes porque tienen la capacidad la mujer de ser la cabeza de la familia hoy</p>	<p>Durante el desarrollo de la profesión de la Productora manifiesta que la condición de la mujer se ha visto transformada con una gran seguridad de que la mujer quiere ser y con ganas de emprender la lucha para un cambio a favor en todos los aspectos de la vida de la mujer.</p>

	<p>por hoy, el eje y cumplir todas las funciones que se le demandan al mismo tiempo, ser profesionista, ser madre, ser esposa, ser amante, ser amiga y ser proveedora de su familia por lo que cumple todo o sea que es realmente admirable su rol de cada día.</p>	
<p><b>F)“ SEMEJANTES PERO DIFERENTES</b></p>	<p><b><u>¿Se podría decir que se crea este programa de “Lo Que Callamos Las Mujeres” para hacerle la competencia a “Mujer Casos de la Vida real”?)</u></b>  Eva: Si y no, porque “Lo Que Callamos Las Mujeres” y “Casos de La Vida Real” podrán tener un formato parecido sí pero a la hora de los resultados son diferentes y muy distintos, puesto que en “Lo Que Callamos Las Mujeres” están dando una opción en dónde puedes acudir en dónde puedes tener una solución real a tu problema especializada y de crecimiento aspiracional al 100% te da una respuesta te da un lugar a donde tu puedes acudir para encontrar una solución lo más acercada posible a tu problemática y no se queda en el puro entretenimiento.</p>	<p>Semejantes pero diferentes así la productora Ejecutiva ve a los programas de “Lo Que Callamos Las Mujeres” y “Mujer Casos De la Vida Real” podrán tener el mismo formato pero son diferentes en el momento en que el programa de “Lo Que Callamos” brinda una opción para la posible solución a un problema.</p>
<p><b>G) LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES</b></p>	<p><b><u>¿Cuántos años tiene de existir este programa aproximadamente y cómo lo ves?)</u></b>  Eva: Con más de una década al aire, es un programa donde no todo está dicho. De un mismo tema hay variantes y casos que merecen ser llevados a</p>	

	<p>la pantalla.</p> <p><b><u>¿Cuántas hora se han hecho aproximadamente del programa en su existencia?)</u></b></p> <p>Eva: Pues me atrevería a decirte como unos 600 programas aproximadamente que es igual a 600 horas si no es que más.</p> <p><b><u>¿Por qué se crea “Lo Que Callamos las Mujeres”?)</u></b></p> <p>Eva: Pues por la inquietud de la Señora Elisa que es sumamente dedicada a la mujer y a las necesidades de la mujer por lo que es una mujer sumamente noble y aspiracional que le da mucho impulso a la mujer a salir adelante y a crecer y me imagino que esta inquietud fue la que movió a la Señora Salinas para crear y atacar a este sector.</p>	<p>El programa tiene más de una década de existir en donde se han tramitado más de 600 programas de diferentes temas, este programa fue creado por la inquietud de la Señora Elisa Salinas que es sumamente dedicada a las necesidades de la mujer . Lo que el motivo a crear dicho programa.</p>
<p><b>H) LO BUENO DE L.Q.C.L.M SEGÚN SUS RECEPTORAS</b></p>	<p><b><u>¿Desde el punto de vista como productora que es lo que hace vigente al programa?)</u></b></p> <p>Eva: Que Lo Que Callamos Las Mujeres va evolucionando junto con la mujer actual que sigue atacando problemáticas y que sigue descubriendo porque hay todo un grupo de investigación, un grupo de personas que están dedicados no nada más a los datos duros si no que es lo que le esta acatando a la mujer en el momento continuamente día a día problemas a lo mejor como la mirada que no son detectados fácilmente ni muchas veces siquiera por la personas que tienen ya</p>	<p>Para la Productora Ejecutiva Eva Hernández lo que hace vigente este programa es la evolución constante que va teniendo junto a la mujer actual.</p>

	<p>una cultura, una educación una formación académica y lo desconocen y que día a día vas encontrando así como enfermedades diferentes problemáticas que atacan de diferente forma.</p>	
<p><b>I) SELECCIÓN DE FUNDACIONES E INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b></p>	<p><b><u>¿Cómo se ha logrado la vinculación con las instituciones y fundaciones participantes en el programa?</u></b></p> <p>hay un arduo trabajo de investigación sobre esa institución, asociación o agrupación de personas etcétera de que sean realmente honestas, sabías del problema que se va atacar de que sean serias y que estén ya constituidas o instituidas con bases firmes, con conocimientos fuertes con la capacidad para poder responder realmente al asesorar a esa problemática, después que ya se detecto que son una institución, agrupación o institución seria, responsable y honesta y comprometida con lo que esta haciendo alarde de apoyar es ahí donde realmente ya nos profundizamos en apoyarlos porque es un sinergia es un apoyo mutuo que se hace no solo vamos y pedimos su caso o su situación si no también son las historias basadas en cosas reales que si han sucedido y se han atacado y que ellas han podido atender y solucionar sino que también tienen la capacidad, el estudio, el conocimiento sobre esa</p>	<p>La vinculación que se a logrado con las instituciones y fundaciones que maneja el programa, la productora externa que se lleva una selección cuidadosa para la elección de estas instituciones, hay un arduo trabajo de investigación sobre esa institución, asociación o agrupación de personas etcétera de que sean realmente honestas, sabías del pro serias y que estén ya constituidas o instituidas con bases firmes, con conocimientos fuertes con la capacidad para</p>

	<p>problemática y que tienen la fortaleza para apoyarlos para contestarle a esta audiencia sobre su caso y el otro aspecto es que nosotros sabemos que también el telespectador no es el que tiene el problema pero si un conocido, otro aspecto es que el espectador no tiene el problema pero si la economía la forma de apoyar a estas instituciones por eso al final ponemos una firma en donde convocamos también a ese otro sector.</p>	<p>poder responder realmente al asesorar a esa problemática que se va atacar.</p>
<p><b>J) INTERES E INVOLUCRAMIENTO CON EL MEDIO</b></p>	<p><b><u>¿Las temáticas del programa giran alrededor de la mujer en su contexto?</u></b></p> <p>Eva: Si, porque definitivamente la mujer es uno de los ejes principales y muchas veces el único eje o la única cabeza de la familia, cada día nos damos cuenta que hay más madres solteras, mujeres solas o mujeres viudas y los índices y los datos duros lo demuestran y es ahí cuando se decide atacarlo, estudiarlo, percibirlo para poder darles el enfoque del color que ellos lo están mirando para también presentárselos de una manera que se puedan reflejar, percibir, ver en ese espejo y lo más importante encontrar una solución lo más aproximado posible o adecuado en su momento.</p>	<p>Las temáticas que se manejan en el programa giran alrededor de la mujer porque definitivamente la mujer es uno de los ejes principales y muchas veces el único eje o la única cabeza de la familia y es ahí cuando se decide atacarlo, estudiarlo, percibirlo para poder darles el enfoque del color que ellos lo están mirando para también presentárselos de una manera que se puedan reflejar y lo más importante encontrar una solución.</p>
	<p><b><u>¿Cuál es el objetivo que tiene el programa “Lo</u></b></p>	



<p><b>K) APROPIACIÓN Y USO DEL PROGRAMA TELEVISIVO L.Q.C.L.M</b></p>	<p><b><u>Que Callamos Las Mujeres?)</u></b>  Eva: Que la mujer crezca, que encuentre una forma de solución a su problema que no se hunda en su problema sino que salgas a flote que aprenda a nadar sin ser didácticos por su puesto porque la televisión también tiene otro punto y no es precisamente el didáctico sin embargo entreteniendo y vendiendo esperanzas también reeduca y entonces en ese fusión en esa amalgama en donde encuentras todo en un solo programa que es salir adelante que es siempre va haber una esperanza siempre va haber una solución a tu problema.</p>	<p>El objetivo primordial que tiene el programa es Que la mujer crezca, que encuentre una forma de solución a su problema que no se hunda en su problema sino que salgas a flote sin ser didácticos por su puesto porque la televisión también tiene otro punto y no es precisamente el didáctico sin embargo entreteniendo y vendiendo esperanzas también reeduca y entonces en ese fusión en esa amalgama en donde encuentras todo en un solo programa</p>
<p><b>L) REPRODUCCIÓN SOCIOCULTURAL</b></p>	<p><b><u>¿Entonces todos los programas parten de un punto real?)</u></b>  Eva: Claro por supuesto y ahora ha sido tan noble y se ha llegado a difundir tanto las asociaciones se llegan a acercar a nosotros y que esas mujeres que se han reflejado se acercan a nosotros nos buscan para exponer su caso para explayar su evidencia no nada más de problema si no también de posible solución como individuo civil común y corriente.</p>	<p>Se ha llegado a difundir tanto las asociaciones se llegan a acercar a nosotros y que esas mujeres que se han reflejado se acercan a nosotros nos buscan para exponer su caso para explayar su evidencia ya que todos los programas transmitidos parten de un punto real de la vida de cualquier mujer.</p>
<p><b>M) RECONOCIMIENTO DEL MENSAJE</b></p>	<p><b><u>¿Puedes afirmar que el programa cumplió y cumple en todos estos años con su objetivo?)</u></b>  Eva: Por supuesto y tan es así que sigue vigente y no más en este país si no en el mundo entero le ha dado la vuelta al mundo van</p>	<p>Con más de una década al aire se puede afirmar que el programa cumple con su objetivo y es así que sigue vigente en varias partes del mundo no solo en el país. Los</p>

	<p>vendiendo esperanza y entregando soluciones y nosotros recibiendo respuesta porque la misma gente te escribe te habla y la misma gente te dice como salio adelante y ya con esa evolución de haber estado hundido en el fango.</p>	<p>programas van vendiendo esperanza y entregando soluciones y nosotros recibiendo respuesta porque la misma gente te escribe.</p>
<p><b>N) MODOS DE APRENDIZAJE</b></p>	<p>Sigamos adelante, que nunca nos dejemos caer que siempre va haber una esperanza, siempre el vender una esperanza es lo que va a enaltecer nuestro trabajo, el que sea, si es la vendedora de los chicles, si es la cocinera, si es la ejecutiva, si es la madre, nunca debemos de perder nunca debemos de perder en la mira el vender esperanza, el brindar una sonrisa al de alado, el dar las gracias cuando abras los ojos por ese día más que se tiene de vida, que el día será mejor con una sonrisa que brindemos y una palabra de esperanza al de alado el día estará hecho, valió la pena porque lo demás va a seguir dándose por añadidura.</p>	<p>Para la productora el aprendizaje es que sigamos adelante, que nunca nos dejemos caer que siempre va haber una esperanza, y siempre para el programa el vender una esperanza es lo que va a enaltecer su trabajo.</p>