



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTARO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
LICENCIATURA COMUNICACIÓN Y PERIODISMO**

**LA IDENTIDAD DE GÉNERO FEMENINO EN EL PROGRAMA DE TELEVISIÓN
LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES
A PARTIR DE UN ANÁLISIS DE CONTENIDO Y DEL DISCURSO**

TESIS

Que como parte de los requisitos para obtener el título de la
Licenciatura en Comunicación y Periodismo

Presenta:

C. Alondra López Morales

Dirigido por:

Doctora Oliva Solís Hernández

SINODALES

Dra. Oliva Solís Hernández
Presidente

Dra. Miriam Herrera Aguilar
Secretario

Dra. Sulima del Carmen García Falconi
Vocal

Dr. Alfonso Serna Jiménez
Suplente

Dr. Carlos González Domínguez
Suplente

Mtro Carlos Praxedis Ramírez
Olvera
Director de la Facultad de
Ciencias Políticas y Sociales

Centro Universitario
Querétaro, Qro.
Octubre 2012
México

RESUMEN

La concepción de la mujer en la sociedad es compleja. En este trabajo queremos mostrar cómo inciden los medios masivos de comunicación en la transformación de la identidad femenina a partir del programa de televisión: *Lo que callamos las mujeres* para reflexionar si éste apoya o no a la reproducción de la identidad de género o a su transformación en las mujeres que lo ven.

La presente investigación, dado que intenta explorar la forma en que un programa televisivo contribuye a la reproducción o a la transformación de la identidad de la mujer, se realizó desde una propuesta metodológica mixta en tanto que se recurrió tanto un análisis de contenido como del discurso, teniendo la entrevista como la herramienta fundamental para la recolección de información. El número de entrevistadas no respondió a un criterio estadístico, sino más bien a la calidad de la información recuperada. Las entrevistas se hicieron a partir de los comentarios en torno a los dos programas más vistos por las participantes y se les realizó la entrevista en los domicilios de las mujeres que participaron en la investigación.

Se realizaron 15 entrevistas y se analizaron 2 capítulos del programa "*Lo que callamos las mujeres*". Los adjetivos presentados en las entrevistas fueron las unidades de análisis. A partir de ellas se dio a la tarea de sistematizar la información en matrices, desde un nivel muy particular (enunciado) hasta una interpretación más abstracta (ideas). Al leer detenidamente las entrevistas escritas, se clasificó cada adjetivo de acuerdo a las respuestas de las preguntas y de quiénes nos contestaban (número de entrevistada). En una segunda etapa en los capítulos del programa, se contabilizaron los adjetivos enunciados en su transmisión y se asignaron agrupaciones, se graficaron para finalmente dar la interpretación. Se analizaron los resultados y se concluyó que ciertamente los medios nos muestran propuestas de identidad y vida y que estas propuestas reproducen los estereotipos tradicionales de hombres y mujeres propuestos por el sistema patriarcal hegemónico.

Coincidente con otros estudios, encontramos que la televisión entra en las rutinas diarias de las mujeres entrevistadas, y el hogar representa su lugar de trabajo, su contexto y su realidad. Los programas de televisión ofrecen a las mujeres un tema de conversación, haciendo de este medio una herramienta de socialización. Casi todas coinciden en que lo presentado en el programa es real, se sienten identificadas con las situaciones que enfrentan los personajes y su manera de resolverlos. Encontramos también que todas las mediaciones propuestas por Orozco (1986) están presentes, destacándose entre ellas la mediación cultural e institucional.

Palabras clave: Identidad, Género, Socialización, Medios masivos de comunicación, Televisión, Mediaciones.

Dedicatorias

A Raúl y Clemencia, mis padres, motor y pilares de mi vida. Gracias por ayudarme alcanzar una estrella muy difícil de conseguir, pero al final, valió la pena todo el tiempo de espera, las desveladas y más ¡lo conseguí, los amo!

A mis hermanos Raúl, Víctor, Ana Belén, Pedro, Marco Polo y Daniel, un logro más para compartir con ustedes.

A Luís, Pepe, Vicky, Sofía, Pablo y Pellito, gracias por enseñarme que la mejor recompensa en los momentos de desesperanza es la sonrisa de un niño ¡Mis sobrinos!

A mis cuñadas Adriana, Laura por enseñarme que el valor de una mujer es sagrado.

A mis abuelas Margarita y Josefina, que sin lugar a dudas son dos guerreras con una fuerza interna enorme que sólo la mujer puede tener.

A mi gran apoyo incondicional mi panquecito, gracias por ser amigo y cómplice de la investigación y sobre todo por el aguante (máximo cuando me ponía tiquismiquis).

A todas las mujeres entrevistadas que con su valor aprendí el verdadero sentido de la comunicación, esto es para ustedes.

Agradecimientos

A la Universidad Autónoma de Querétaro, por darme un espacio para aprender la comunicación y el ejercicio periodístico.

A mis maestras Dra. Oliva Solís Hernández y Dra. Miriam Herrera Aguilar por su apoyo, su disposición y su enseñanza que me deja el hacer investigación, sobre todo por este año de praxis del cual obtengo una lección de vida muy significativa y de ayuda hacia mi persona. Me llevo mucho de ustedes. Gracias por todas las enseñanzas y su confianza en mí.

A todos mis maestros durante la carrera, por sus lecciones y enseñanzas impartidas en las aulas. Me quedaría corta al mencionarlos a todos, pero se que de más de alguno me llevo mucho. Algunos que dejan lecciones que son para toda la vida, y no sólo en el ejercicio profesional. Gracias al Maestro Carlos Praxedis Ramírez Olvera, al Dr. Juan B. Loría Saviñón, Maestro Fernando Romero, Profesor Carlos Alberto Rode Villa, Maestro Benjamín Islas de León, Maestro Javier Luna, gracias por hacer más liviana la carga, aprendí mucho de ustedes.

A todos mis amigos, compañeros y colegas, por todo el apoyo en los cuatro años de carrera.

A mi amiga y compañera Claudia Ivett por su apoyo al inicio de la investigación.

Nota Bene

Al inicio de esta aventura, compartí con Claudia Ivett Lira Pérez el camino de la investigación. Con ella realicé la revisión teórica y metodológica de la misma. Sin embargo, por distintas razones, los tiempos de ambas ya no coincidieron y ella decidió tomar otra vía de titulación. Por mi parte, continué con el trabajo que hoy culmina. Así pues, quiero agradecer profundamente a Claudia el trabajo y el esfuerzo realizado en esta primera etapa.

ÍNDICE

	Página
Resumen	i
Dedicatorias	ii
Agradecimientos	iii
Nota Bene	iv
Índice	v
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	x
Índice de Anexos	xi
INTRODUCCIÓN	1
1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Justificación	2
1.2 Objeto de estudio	2
1.3 Planteamiento de los objetivos	3
1.3.1 Objetivo general	3
1.3.2 Objetivos particulares	3
1.4 Planteamiento de las preguntas de investigación	4
1.5 Estructura del trabajo	4
2.ESTADO DE LA CUESTIÓN	5
2.1 Formación de la identidad del género femenino	5
2. 2 Los medios de comunicación masiva	7
2. 3 Las mediaciones	7

3. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	9
3.1 La identidad	9
3.2 La socialización	10
3.3 Construcciones sociales	11
3.4 La identidad de género	12
3.5 La televisión	15
3.6 Mediación	20
4. MARCO METODOLÓGICO	24
4.1 El trabajo de campo	29
4.2 Metodología para el análisis de los programas	32
4.2.1 Análisis de contenido	32
4.2.2 Análisis del discurso	34
4.3 Metodología para el análisis de las entrevistas	35
4.3.1 Análisis de contenido	35
4.3.2 Análisis del discurso	39
5.RESULTADOS	40
5.1 Resultados del análisis de contenido del programa	40
5.2 Resultados del análisis del discurso del programa	54
5.3 Resultados Entrevistas	96
5.3.1 Resultados del análisis de contenido de las entrevistas por variable	96
5.4 Resultados del análisis de contenido de las entrevistas	110
5.5 Resultado del análisis del discurso	114

de las entrevistas (analizado por ideas y categorías)	
5.6 Las mediaciones en el análisis del discurso de las informantes	120
5.6.1 Mediación Cultural	120
5.6.2 Mediación Institucional	122
5.6.2.1 La familia	122
5.7 Resultados del análisis del discurso de los programas	123
6. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	125
7. CONCLUSIONES	132
7.1 Sugerencias	137
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	138

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla		Página
1	Estereotipos y roles de género	31
1- A	Conteo de la repetición de los adjetivos encontrados en el programa “Best friends”	40
2-A	Conteo de la repetición de los adjetivos encontrados en el programa “Una esposa perfecta”.	45
3-A	Categorización por color de en quién recae el calificativo programa “Best friends”	48
3-B	Categorización por color de en quién recae el calificativo programa “Una esposa perfecta”	49
4-A	Clasificación de los adjetivos para los hombres programa “Best friends”	49
4- B	Clasificación de los adjetivos para los hombres programa “Una esposa perfecta”	51
5- A	Clasificación de los adjetivos para las mujeres, programa “Best friends”	52
5-B	Clasificación de los adjetivos para las mujeres, programa “Una esposa perfecta”	53
6	Matriz del análisis del discurso según Cristian Metz, en unidades sintagmáticas del programa “Lo que callamos las mujeres”	55
7	Variable edad (clasificación por categoría y color).	96
8	Matriz de variable edad con número de	97

adjetivos.

8-A	Adjetivos negativos según la variable edad	99
8- B	Adjetivos positivos correspondientes a variable edad	100
8-C	Adjetivos estado civil correspondiente a la variable edad	101
8-D	Adjetivos aspecto físico correspondiente a la variable edad	102
9	Matriz correspondiente a nivel de preparación variable escolaridad (clasificación por categoría y color que las distingue)	104
9-A	Adjetivos negativos correspondiente a la variable preparación	105
9-B	Adjetivos positivos correspondiente a la variable preparación académica	107
9-C	Adjetivos estado civil correspondiente a la variable preparación académica	108
9- D	Adjetivos aspecto físico correspondiente a la variable preparación académica	109

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico		Página
1	Diagrama 1 Mediaciones Barbero/ Orozco	23
4- A	Adjetivo para los hombres programa “Best friends”	50
4-B	Adjetivos para los hombres programa “Una esposa perfecta”	51
5-A	Adjetivos para las mujeres programa “Best friends”	52
5-B	Adjetivos para las mujeres programa “Una esposa perfecta”	53
8-A	Variable edad asociada a adjetivos negativos	99
8-B	Adjetivos positivos según variable edad	100
8-C	Adjetivos estado civil según variable edad	101
8-D	Adjetivos aspecto físico según variable edad	102
9-A	Adjetivos negativos según variable preparación académica	106
9-B	Adjetivos positivos según variable preparación académica	107
9-C	Adjetivos estado civil correspondiente a la variable preparación académica	108
9-D	Adjetivos aspecto físico según variable preparación académica	109

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo

- 1 Numero de adjetivos por cada pregunta.
- 2 Relación de las respuestas según la categoría de preparación.
- 3 Relación de respuestas según la categoría edad.
- 4 Adjetivos del capítulo "Una esposa perfecta".
- 5 Adjetivos del capítulo "Best Friends".
- 6 Contenido Entrevistas.

No por ser mujer nos toca sufrir en la vida.

(Entrevistada no.5)

INTRODUCCIÓN

Con la presente investigación se pretende aportar nuevos conocimientos en el campo de la investigación en torno a la comunicación y el género femenino desde una perspectiva multidisciplinar. La concepción de la mujer en la sociedad es tan compleja que queremos mostrar cómo inciden los medios masivos de comunicación en la identidad femenina a partir del programa de televisión: *Lo que callamos las mujeres*.

1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El individuo, como miembro de una sociedad, para ser identificado y aceptado por sus semejantes, debe compartir ciertos rasgos que sean conocidos dentro de su propia cultura. Así creará una identidad de lo que es y, respecto a esto, cómo debe actuar. El proceso a través del cual adquiere esos rasgos es la socialización. Los sociólogos señalan que los principales agentes socializadores son la familia y, en los últimos tiempos, los medios de comunicación, especialmente la televisión. Partiendo de este supuesto es que nos hemos preguntado ¿Cómo incide el programa “Lo que callamos las mujeres” en la reproducción o la transformación de la identidad femenina?

La investigación se centrará en el análisis de qué incidencias puede tener el programa televisivo “Lo que callamos las mujeres” en la identidad del género femenino¹. La identidad de género es el resultado de un proceso social. Conocer este proceso servirá para conseguir los objetivos que tiene esta investigación.

¹ Conviene aclarar lo siguiente: la identidad de género se refiere al juicio de autclasificación como hombre o mujer, tal juicio se basa en aquellos aspectos que, históricamente, han ido conformando culturalmente al hombre y a la mujer, como por ejemplo: las actividades asignadas socialmente, los atributos, cualidades, forma de vestir, arreglo personal, etc. y que se ven reflejados en los roles llamados “femeninos”

1.1 Justificación

Los medios de comunicación, por su inmediatez, flexibilidad y capacidad de abarcar grandes públicos, son instancias privilegiadas para crear, recrear, reproducir y difundir determinada o determinadas visiones del ser y del quehacer femenino, y para introducir diversas propuestas de mujer en el escenario social.

En algunos medios de comunicación se manejan imágenes alternativas de mujer, pero no han logrado incidir con fuerza en el debate social sobre la construcción de la identidad femenina, ello quizá por la fuerza que tienen los modelos tradicionales y por el peso de los medios en una sociedad como la mexicana.

En México, aún predominan los modelos tradicionales cuya matriz es la posición subalterna de la mujer; en este sentido, es importante hacer esta investigación, pues permitirá no sólo generar nuevos conocimientos sobre mediaciones, recepción e influencia de los medios de comunicación masiva (MCM) en general y televisiva en particular, sino que también permitirá atisbar algunas ideas en relación con los procesos de socialización y el impacto de la TV en la conformación de la identidad de género femenino en audiencias queretanas.

1.2 Objeto de estudio

Como antecedente del programa que analizaremos está el programa *“Mujer casos de la vida real”*, el cual duró al aire 22 años transmitido por Televisa. Este programa inició su transmisión en 1985 y se planteó como una opción para mostrar los problemas sociales que surgían en la vida cotidiana de las mujeres mexicanas, así como apoyarlas mostrando casos de maltrato familiar, abuso sexual y represión, entre otros elementos y que se acercaran a centros de ayuda o que se crearan estos a partir de los programas transmitidos (www.espectaculosmexico.com).

En la actualidad este programa es transmitido de lunes a viernes a las 5pm por Galavisión. Los capítulos que transmiten son repeticiones de los años anteriores.

Ante el éxito de *“Mujer, casos de la vida real”*, en 2001 se creó en TV Azteca un programa con el mismo concepto llamado *“Lo que llamamos las mujeres”*. El programa tiene como objetivo principal reflejar los problemas sociales comunes que tiene la mujer, así como mostrar el tipo de ayuda que necesitan y cómo pueden salir adelante en situaciones difíciles que se presentan en su cotidianidad dentro de la sociedad mexicana. Entre los problemas que se tratan de resolver están celos, violencia familiar, suicidio, niños de la calle, embarazos no deseados, delincuencia, drogas, pornografía, entre otros; cuenta con un promedio de audiencia de 10 a 12 puntos de *rating*. (www.tvazteca.com/telenovelas/loque_callamos/sinopsis.shtml)

Es en este programa televisivo donde se enfoca la investigación.

1.3 Planteamiento de los Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Conocer cómo incide el contenido del programa *“Lo que llamamos las mujeres”* en un grupo de recepción femenino y si, en esta incidencia, hay una contribución a la reproducción o transformación de la identidad de género.

1.3.2 Objetivos particulares

- Hacer un análisis de contenido y del discurso de dos capítulos del programa *“Lo que llamamos las mujeres”*
- Identificar, mediante este análisis de contenido y posteriormente del discurso, el perfil de género que se presenta en el programa.
- Conocer, a través de entrevistas semi-estructuradas, la percepción de las televidentes participantes en el estudio e identificar las mediaciones presentes en el quehacer de recepción.
- Conocer si se genera o no un análisis crítico en las mujeres que ven el programa y, en consecuencia, acercarse a la manera en que lo integran en su vida cotidiana.

1.4 Planteamiento de las preguntas de investigación

- 1.- ¿Qué mediación² o mediaciones inciden en las mujeres que ven el programa?
- 2.- ¿Cómo se representa a las mujeres en el programa “*Lo que llamamos las mujeres*”?
- 3.- ¿Las mujeres que ven el programa, identifican o no una identidad de género a partir de observado en el programa?
- 4.- ¿Se genera en los sujetos un análisis crítico para actuar en su vida cotidiana?

Estas preguntas tratarán de ser resueltas en el transcurso de la presente investigación.

1.5 Estructura del trabajo

El trabajo está dividido en siete apartados. En el primero, se muestra el planteamiento del problema de investigación, el segundo se enuncia cuál es el estado de la cuestión en torno a investigaciones realizadas con respecto al género y los estudios que desde la comunicación se han hecho en relación con la televisión y el proceso de socialización. En el tercero se presenta el apartado teórico conceptual, que auxilia en el desarrollo de la investigación, con el cual se pretende orientar para una mejor comprensión del tema y familiarizarnos con el con el problema investigado; el cuarto apartado cubre el marco metodológico que tiene como objetivo la descripción de lo realizado durante la investigación; en el quinto apartado mostramos los resultados de la investigación y en el sexto se hace la interpretación y discusión de los resultados. Por último se presenta la conclusión que se obtuvo en la investigación.

² Se define como mediación: Al conjunto de elementos que influyen en el proceso de aprendizaje y conforman su producto final, tanto provenientes del desarrollo cognoscitivo del sujeto como de su cultura.

2.- ESTADO DE LA CUESTIÓN

Diferentes teorías como la hermenéutica, la semiótica y la teoría de la recepción otorgan el rol principal al lector en el proceso de construcción de sentidos. Al ser nuestro objeto de estudio las mujeres y amas de casa que ven un determinado programa televisivo, nos interesa conocer cómo inciden sus contenidos en la creación de su identidad de género. Derivado de lo anterior obtenemos como ejes a analizar: la formación de la identidad del género femenino, el papel de los medios de comunicación masiva, especialmente la televisión y, finalmente que tipo de mediación realizan las mujeres, sujeto de estudio. A partir de estos tres ejes se realizó la revisión bibliográfica para construir el estado de la cuestión desde la perspectiva de la comunicación.

2.1 Formación de la identidad del género femenino.

Norma Iglesias Prieto (1997) en su artículo “*Reconstruyendo lo femenino: identidades de género y recepción cinematográfica*”, presenta una reflexión y una justificación tanto teórica como metodológica sobre la importancia de estudiar la identidad de género en la recepción cinematográfica. Las problemáticas y conceptos que se discuten son, por tanto, los de las identidades sociales, las identidades de género, la recepción de cine y el lenguaje. En éste se destaca que los procesos interpretativos están marcados por el género, ya que éste no es sólo una categoría analítica, sino se constituye también en una especie de código para interpretación, o dicho de otra forma, un aparato semiótico que otorga y delimita el sentido del mundo. Tanto mujeres como hombres no observamos ni percibimos de la misma manera. Se centra en teorías de análisis de recepción como las de Guillermo Orozco y Lauro Zavala quien define “los procesos interpretativos de los espectadores” como sujetos sociales y de género. El trabajo de Iglesias es de carácter cualitativo y usó la técnica de estudios de grupos de discusión, obteniendo como resultado que las diferencias de género se manifiestan también en la “forma” de hablar, en los “códigos” que se utilizan al hablar y en los “medios” por los que se habla.

La investigación de Mónica María Avalos (2009) realizada en Colombia denominada “*La Influencia del consumo televisivo sobre la formación de la identidad de género en la niñez intermedia (8-12)*” explica cómo la televisión se ha convertido en un agente

socializador, buscando a partir de su contenido mostrar la realidad del contexto en la que se está inmerso. Ávalos (2009) sustenta su trabajo en la teoría del moldeamiento propuesta por Bandura, frente a la influencia de la televisión en niños donde hay una tendencia a la violencia, a la representación de mujeres que sufren y hombres dominadores que tienen el poder, los cuales terminan siendo representados en su diario vivir por los niños y niñas que no cuentan con la orientación de un adulto que les permita comprender lo que la televisión les está ofreciendo, todo ello está obedeciendo a la reproducción de modelos a seguir por ellos. La autora muestra que la televisión siempre será una fuente potencial de reproducción de diferentes modelos a seguir por los niños y niñas, los cuales tendrán un impacto posible en lo que ellos piensan, hacen y en cómo asumen su identidad de género o cualquier tipo de identidad.

Por su parte, la investigación de Gabriela Pantoja y Mirna Chacón, (2008) quienes utilizaron un enfoque cuantitativo, donde se aplicó una encuesta de 33 reactivos a una muestra de 316 sujetos correspondientes a niños de 8 a 12 años, ejemplificaron la influencia de la televisión en la conducta de los niños.

Su pregunta de investigación fue ¿Cuáles son las conductas que se ven alteradas en niños y niñas de 8 a 12 años frente a los programas de televisión?

Los resultados se ejemplificaron a través de la estadística y tablas de Excel. Los resultados muestran que aproximadamente son 3 horas las que pasan diariamente los niños frente al televisor y se ha demostrado que las imágenes emitidas por este medio ejercen influencia sobre la conducta del infante, además se encontró que no hay diferencias en la influencia de la televisión entre los niños y niñas, sin embargo si existen diferencias en la identificación de personajes.

2. 2 Los medios de comunicación masiva

Los medios de comunicación masiva han sido señalados como una institución que juega un papel importante dentro del desarrollo de la sociedad, no debemos olvidar unas de sus funciones específicas: formar e informar. Debido a su eficacia se han convertido en una fuente de entretenimiento y de educación de vital importancia, y un medio de socialización con una responsabilidad social.

La prensa, la radio, Internet y la televisión han marcado los hábitos de consumo en nuestra sociedad, sin embargo la televisión ejerce mayor influencia en la actualidad, debido a que puede cambiar la forma de actuar o pensar de las personas y de esta manera, crear una *realidad* diferente a través de programas; ya que viene creando desde hace décadas modelos, estereotipos o patrones, que son asumidos por la sociedad como normas que contribuyen en su conducta.

Como institución, los medios masivos de comunicación son los filtros de la mediación.

2.3 Las mediaciones

En el artículo “Conociendo a las audiencias” José Carlos Lozano Rendón (2009) a partir de una perspectiva mixta, hace una investigación de lo que se asimila y se recibe de la televisión y cómo, de manera fundamental, las mediaciones de los sujetos funcionan como filtros para apropiarse de los contenidos televisivos. Lozano muestra que, al observar detenidamente lo que presenta la televisión, se pueden ver los efectos en quienes están expuestos a esta, encontrándose que las personas se hacen vulnerables a los mensajes y formas ideológicas sociales o culturales, asimilando e interpretando los mensajes.

Por otro lado Aimée Vega Montiel (2010) en su artículo “Género y Recepción: una ruta analítica para visibilizar la participación de las sujetas y los sujetos en el proceso integral de recepción televisiva” toma como base las aportaciones de los estudios culturales y de la perspectiva crítica para el análisis de la audiencia de Orozco, Lull, Jensen y Morley. Así conceptúa como ‘Construcción de sentido’ a la forma en que el marco de la vida cotidiana se encuentra en diálogo con el marco contextual.

Vega encuentra que para el análisis de la recepción televisiva se debe considerar el papel activo de la audiencia para realizar su apropiación e interpretación del mensaje televisivo. Y que desde una perspectiva individual se van asociando elementos que ayudan a determinar una identidad específica.

Al enfatizar la recepción e identidad de género, la tesis de María Rebeca Padilla de la Torre, denominada "*Telenovelas e identidad de género. Un análisis entre familias aguascalentenses*" hace uso de las identidades de género, (Ang, 1982; Eco, 1983; Fiske, 1987; Galindo, 1988; González, 1988; Martín Barbero y Muñoz, 1992; Gledhill, 1997; y Martín Barbero y Rey, 1999). Estos autores coinciden en definir a los géneros populares -como la telenovela- como una estrategia de comunicabilidad que a la vez se encuentra enraizada en la vida social. Describen como uno de los elementos claves del melodrama televisivo el manejo de las emociones, donde se entreteje la ficción con la realidad. Menciona la teoría feminista de Foucault, donde se argumenta que las identidades son aprendidas en forma de estereotipos y que hay posibilidad de cambio, según la teoría social de Anthony Giddens (1984). Igualmente retoma a Jesús Martín Barbero (1987) para analizar cómo los medios producen y el público se apropia del significado y del sentido del proceso comunicativo y cómo se proyecta a su audiencia. En cuanto a metodología se usa la etnografía para realizar estudios de audiencias, la metodología descrita es una estrategia múltiple de recolección y organización de la información sobre las mediaciones institucionales en la recepción televisiva. Es fundamentalmente una metodología cualitativa con base cuantitativa, usando entrevistas para recuperar el discurso. En conclusión se intenta responder el papel que juega la televisión en la vida cotidiana de la sociedad. Y que no sólo las telenovelas, sino la recepción televisiva en general, están íntimamente ligadas a los procesos cotidianos de producción de significados, tanto en lo individual, como en lo social.

Como podemos ver, existen ya algunas investigaciones en torno a estas tres dimensiones, sin embargo, no conocemos un trabajo, desde el área de la comunicación, en donde se entrelacen las tres, de forma que esta carencia hace más urgente realizar una investigación como la que estamos proponiendo.

3. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

3.1 La identidad

La identidad, en el campo de lo social, se entiende “como la manera en que los individuos se etiquetan como miembros de un grupo con cierta cualidad o conjunto de cualidades con las que una persona o grupo de personas se ven íntimamente conectados” (Dubet: 1989, p 531). Es decir, la identidad se genera dentro de los grupos a los cuales pertenece el individuo y en los cuales interactúa para el intercambio de ideas. El proceso que genera una identidad es explicado por George Hebert Mead. Para Mead (1973) es importante distinguir entre el organismo fisiológico y el “*Self*”. El primero nos es dado cuando nacemos, mientras que el segundo es construido a partir de la interacción social que tengamos con nuestro ambiente. El individuo estará más cerca del “*Self*” en la medida en la que introyecta e incorpora las actividades que otros individuos tienen para él, dentro de un contexto social en el que dichas personas y el mismo individuo están involucrados. Es decir, cómo me ven las otras personas y, por lo tanto, como me veo yo. (biblioteca.itam.mx/estudios/estudio/estudio07/sec_14.html)

El proceso de conformación de la identidad se desarrollará a partir de la interacción con grupos sociales. Si hablamos de interacción necesariamente tendremos que adentrarnos en el proceso de socialización. ¿Qué es la socialización?, y lo más importante ¿cómo se conforma la identidad en el proceso de socialización?.

Según Duby (1993) Aristóteles definió que el individuo es primero especie (homo sapiens), y después género, que a la vez puede ser también dividido en masculino y femenino, en consecuencia, no se puede decir que Aristóteles haya dado una taxonomía, pero no se podría negar que marca la más típica del quehacer científico. (es.scribd.com/doc/2999012/El-individuo-y-la-socializacion)

La propuesta de Aristóteles se mantuvo vigente hasta el siglo XX. (Duby, 1993, p. 220).

Siguiendo a Aristóteles, el ser humano es definido como un animal político. Ello quiere decir que los hombres necesitan vivir en comunidad, de forma que la persona se va conformando a través de un proceso complejo pues implica la conciliación de lo individual con lo colectivo. Es decir, el individuo posee una serie de características que le diferencian de los demás, pero a su vez, debe también poseer caracteres comunes con los otros, sin los cuales no podría ser admitido en un grupo. Esta conciliación es resultado del proceso de socialización.

3.2 La socialización

La sociología define como socialización al proceso mediante el cual se inculca la cultura a los miembros de la sociedad. Mecanismo por el cual una comunidad enseña a descubrir a sus nuevos integrantes, las normas, los valores y las creencias que ellos mismos guardan en lo más profundo de su ser, como signo de su individualidad, y que invariablemente coinciden con las normas, valores y creencias que profesa la comunidad en que habitan, la cultura se va transmitiendo de generación en generación, y los individuos aprenden conocimientos específicos, desarrollan sus potencialidades y habilidades necesarias para la participación adecuada en la vida social y se adaptan a las formas de comportamiento organizado (De los campos, 2007, p.32).

Es mediante este proceso que la individualidad, acentuada dentro de un grupo, se va transformando. La sociología distingue dos tipos de socialización: primaria y secundaria.

La socialización primaria es la que el individuo vive en la niñez. Por medio de ella se convierte en miembro de la sociedad. Se da en los primeros años de vida y se remite al núcleo familiar. Se caracteriza por una fuerte carga afectiva. El individuo llega a ser lo que los otros lo consideran sin provocar problemas de identificación, porque se va formando como elemento social (Berger, Luckman, 1968, p. 166)

La socialización primaria finaliza cuando el concepto del otro generalizado se ha establecido en la conciencia del individuo. A esta altura ya es miembro efectivo de la

sociedad, está en posesión de su yo individual y del mundo que le rodea. Durante el proceso de la socialización temprana o primaria es que en el individuo se va formando la identidad, la cual es una construcción social. (Berger, Luckman, 1968, p. 166).

En la socialización secundaria las instituciones, construyen una especie de “submundos que van a requerir de ciertos esquemas de comportamiento y de interpretaciones más o menos estandarizadas” (Berger, Luckman, 1968, p. 167).

3.3 Construcciones sociales

La noción de género postula la construcción social. Sólo visualizando esta construcción es posible preguntarse ¿porqué determinadas "opciones" de identidad son más estigmatizadas que otras?

Erving Goffman (1963), sociólogo estadounidense que inaugura la corriente dramática del interaccionismo simbólico, explica cómo la identidad de la persona, en un sentido amplio, es una construcción social que emerge de la interacción y necesita de sutiles estrategias para mantenerse.

Goffman (1963) enlaza el análisis de tres momentos que interactúan en la construcción de la identidad. Ellos son la identidad social, la personal y del yo. La primera es el resultado de las inferencias que en los encuentros cara a cara se realizan a partir del conocimiento de categorías sociales a las cuales se espera pertenezca el “extraño”, en la medida en que, como miembro de una de esas categorías, sus atributos se perciben como corrientes y naturales.

Goffman (1963) afirma que la identidad personal en tanto conjunto implica dos ideas: las marcas positivas o soportes de la identidad y la combinación única de los hechos en una biografía. Ello implicará el desempeño de un rol estructurado, rutinario y estandarizado en la organización social. De las definiciones de la identidad social y personal se deduce que las dos son identidades construidas por los otros.

La Identidad del yo, por su parte, permite explorar los sentimientos que la persona tiene con relación al estigma y a su manejo.

Siguiendo a Goffman (1963), la identidad del género femenino les permite asumirse a las mujeres como miembros de un colectivo con el que poseen en común una serie de características que van desde el aspecto físico (cabello largo [en algunas ocasiones]), características sexuales que las distinguen como mujeres, prácticas cotidianas asociadas a lo femenino e incluso características psicológicas que les permiten reaccionar de forma similar ante situaciones parecidas. Dentro de este grupo, cada mujer incorporará de forma diversa sus propias experiencias, lo que les permitirá generar su individualidad y apropiarse de su ser. En todos los casos, las mujeres comparten patrones que les permiten funcionar socialmente y reproducir sus roles a través de diversas vías, en este proceso es que construyen su identidad de género.

3.4 La identidad de género

Para poder concretar la identidad de género, comenzamos a definir lo que es género. En numerosas disciplinas científicas (antropología, sociología, psicología, e historia, por mencionar algunas), identidad de género alude a la identificación propia que tiene cierta persona (como se percibe a sí mismo como un hombre, una mujer) pero también para referirse al género que otras personas atribuyen al individuo con base a lo que saben de él o ella como su conducta social, vestimenta, estilo de pelo, etc.

Menacho Chiok, (2005) concibe a la identidad de género como la concepción individual de género que tiene una persona de sí misma y que no tiene por qué depender necesariamente del género que le fue asignado al nacer. Se entiende como la manera en la que una persona se expresa en la presentación externa y el aspecto, a través del comportamiento u otras marcas externas.

La identidad de género consiste en la "concepción propia de un individuo sobre si es varón o mujer, diferenciado del sexo biológico" (Chiok, 2005: trabajos26/diccionario-géneros/diccionario-generos4.shtml).

Al aterrizar el concepto género dentro de un contexto social y diferenciándolo de uno biológico, no basta con las características físicas de mujeres u hombres para abarcar el concepto; hemos de adentrarnos en los procesos sociales que crean una identidad de género, no por la asignación funcional de papeles sociales biológicamente prescritos, sino por la conceptualización cultural y la organización en un sistema social en el que los individuos son socializados y socializan.

El género, definido de forma breve por la antropóloga mexicana Marta Lamas (1996): es la construcción sociocultural de la diferencia sexual. Ella retoma las raíces de este estudio, originadas en el siglo XX con Margaret Mead en su libro *Sex and Temperament in Three Primitive Societies*, de 1935.

Para Lamas el género es el “*resultado de la producción de normas culturales sobre el comportamiento de los hombres y las mujeres, mediado por la compleja interacción de un amplio espectro de instituciones económicas, sociales, políticas y religiosas*” (Lamas, 2003, p.12).

Desde esta perspectiva, los diversos rumbos que ha tomado la identidad de la mujer a través de la historia, y que han determinado sus formas culturales específicas, no son arbitrarias o casuales, sino que responden a los requerimientos de un sistema social que los crea, recrea y les da forma.

Lamas (2003) parte del supuesto de que la identidad de las mujeres es fruto de una construcción social, interiorizada y vivida por la mayoría de la población. Construcción que ha tomado diferentes matices a lo largo de la historia según el modelo de organización social del que se trate y de las características consideradas necesarias para proporcionar funcionalidad al sistema.

Las mujeres adquieren su identidad dentro de estos procesos sociales, que llevan consigo conceptos culturales que influyen en cómo la mujer se define a sí misma y actúa en sociedad.

“La identidad de las mujeres es el conjunto de características sociales, corporales y subjetivas; que las caracterizan de manera real y simbólica de acuerdo con la vida cotidiana. La experiencia particular está determinada por las condiciones de vida que incluyen, además, la perspectiva ideológica a partir de la cual; cada mujer tiene conciencia de sí y del mundo, de los límites de su persona con los límites de su conocimiento, de su sabiduría, y de los confines de su universo” (Lamas, 2004)

Maestrojuan, K. (2009) menciona que la palabra género tiene muchos sentidos posibles: puede referir a géneros literarios o discursivos, hablar de un “tipo o especie” o indicar una referencia gramatical para distinguir entre lo masculino y lo femenino. También se puede basar en la relación y la diferencia que implica haber nacido varón o mujer, desde el punto de vista biológico. Para nosotros, como ya lo hemos señalado anteriormente, el género es la construcción social de la diferencia sexual. Partiendo de esta diferencia, históricamente ha existido una distinción entre actividades, espacios y consumos ligados a lo femenino y otros diferentes y exclusivos que refieren a lo masculino. Entre los productos ligados a las mujeres, están las telenovelas, los dramas que tienen que ver con “el corazón” y el programa que es objeto de este estudio.

Durante mucho tiempo, enmarcada en el sistema patriarcal dominante, a la mujer se le consideró el sexo débil (en oposición al sexo fuerte que sería el hombre). La idea de ser mujer implicaba que fuera abnegada, sumisa, servicial, casta, honesta, limpia, entre otras características. Su espacio estaba reservado al ámbito del hogar, quedándole vedado el espacio público. Esta idea, se mantuvo vigente hasta mediados del siglo XX, cuando, con la irrupción de los movimientos feministas, comenzaron a cuestionarse los roles asignados.

Aunada a la influencia de la televisión, aparecida en la década de los cincuenta, la lucha feminista impulsó una serie de cambios en los roles de la mujer en general y mexicana en particular. Un ejemplo de ello lo podemos encontrar en la consecución del voto en 1953, cuándo Ruiz Cortínez -Presidente de la República- promulgó una reforma

constitucional para otorgar el derecho de voto a la mujer (Cano, 2007, p. 151-190). A partir de entonces, se han realizado una serie de cambios sociales que han sido significativos para las mujeres (ESMAS, 2004). Sin embargo, en algunos casos los cambios se dan en oposición al discurso dominante reproducido por la televisión mexicana en torno al deber ser femenino.

3.5 La televisión

La televisión, como *mass media*, supone un proceso de comunicación, el cual queremos analizar; de esta manera estaremos adentrándonos más a los objetivos de nuestra investigación.

La comunicación masiva es la que se realiza entre un individuo o grupo de individuos a través de un dispositivo transmisor (un medio) para audiencias numerosas o grandes mercados. En la comunicación masiva, el emisor (o fuente) coloca el mensaje en lo que se conoce como canal. El canal, a su vez, transmite el mensaje. Un medio (del latín *médium*) es la manera por la cual un mensaje llega a su audiencia. La retroalimentación tiene lugar cuando los receptores procesan el mensaje y envían una respuesta de regreso hacia el emisor (Biagi, 1999, p. 2- 3.)

El proceso que acabamos de describir es complejo en los elementos que lo conforman pues no hablamos únicamente de los actores o el mensaje, sino también del contexto en el que se emite y se recibe el mensaje. La construcción de una identidad de género entonces, es el resultado de la interacción de múltiples actores (individuo, grupo familiar, escuela, iglesia, medios de comunicación) en un contexto espacio-temporal determinado, con un discurso que pretende ser legítimo y reproducible. ¿Qué tan importante es el discurso de los medios de comunicación, específicamente de la televisión y más concretamente aún de un programa, en la conformación de la identidad de género?.

La televisión es una variable importante, ya que en su programación se muestran estereotipos que pueden llegar a ser adoptados por la fuerza del medio y la influencia

que ejerce sobre los individuos que la consumen la repetición constante. Jennings (1996), citando a Bandura (1986), muestra con su *Teoría social cognitiva* que los individuos tienen la capacidad de simbolizar para crear y regular su entorno, mediante cuatro pasos para llegar al efecto modelado:

1. *Atención; si vamos a aprender algo, necesitamos estar prestando atención.*
2. *Retención, debemos ser capaces de retener (recordar) aquello a lo que le hemos prestado atención.*
3. *Reproducción, debemos traducir las imágenes o descripciones al comportamiento actual.*
4. *Motivación, no haremos nada a menos que estemos motivados a imitar (Bandura, 1986).*

Es así que mediante este proceso, los seres humanos refuerzan el campo cognoscitivo, dan significado a lo que viven y en consecuencia, adoptan modelos cognitivos (representación de un determinado aspecto de la realidad) que justifican su actuar en la vida cotidiana.

A través del tiempo se han evaluado ciertas teorías acerca de la influencia que ejercen los medios de comunicación masiva en sus audiencias. James Curran (1996), nos muestra una comparación entre los distintos estudios que se han realizado en relación a este tema. Parte de dos concepciones entre la tradición radical clásica y la tradición liberal, acerca de los estudios hechos sobre el nivel de influencia de los medios de comunicación masiva (MCM).

Mientras que la tradición radical clásica ve los medios de difusión como organismos de mistificación, que retuercen la realidad y crean una toma de conciencia engañosa, la tradición liberal asume la existencia de un grado mucho más elevado de afinidad entre los medios de difusión, la realidad y el público. Aceptan que los medios de difusión reflejan, antes que forman, la sociedad. (Curran, Morley, Walkerdine, 1996, p. 195)

Sin embargo, los estudios sobre la interpretación de los contenidos de los MCM se han ido enriqueciendo con otras perspectivas, como la revisionista; que detectan

complejidad y ambigüedad en los contenidos de los MCM. A su vez se abren espacios discursivos que fomentan interpretaciones encontradas o destructivas de forma importante y cambiante. También existen estudios que recalcan la tendencia a mostrar grupos minoritarios étnicos como un problema o amenazas en los MCM, sin embargo, no suelen ser contextualizados en los términos de las razones que provocaron los conflictos con ciertos grupos minoritarios (como pueden ser las mujeres).

Los estudios llevados a cabo por Newcomb y Hirsch (1984), (citado en Curran, 1996) revelan la diversificación de significados que proporciona la televisión.

La amplia gama de variedad interpretativa de los programas de televisión es una indicación de que existen aún más interpretaciones diferentes, en las cuales los espectadores generan sus propios significados y entienden los programas en términos de sus experiencias personales variadas y de sus propios marcos interpretativos (Curran, Morley, Walkerdine 1996, p. 217)

Los MCM refuerzan los pensamientos que la audiencia comparte con éstos. En diversos estudios se presenta el pánico de lo moral. Esto quiere decir lo siguiente:

Los medios de difusión son capaces de movilizar un pánico de la moral³ alrededor de una determinada cuestión, que se perciba como sintomática de un amplio malestar de la sociedad porque se están reforzando actitudes ya existentes y se está suministrando un foco para las frustraciones y los descontentos actuales (Curran, Morley, Walkerdine 1996, p. 237).

Este proceso puede encontrarse dentro de un círculo cerrado donde las audiencias y los medios de difusión se refuerzan mutuamente, donde el resultado es el reforzamiento de las creencias y de los modelos de comportamiento que ya existen, el pánico de lo moral permite a los medios de difusión reforzar selectivamente los elementos de la conciencia

³ El pánico de la moral se define como una reacción de un grupo de personas basada en la percepción falsa o exagerada de algún comportamiento cultural o de grupo, frecuentemente de un grupo minoritario o de una subcultura, como peligrosamente desviado y que representa una amenaza para la sociedad.

popular, y así se puede presentar una modificación o bien un realineamiento de las actitudes. (Fiske 1989; Corner y otros 1990; Neuman y otros 1992; Schlensinger y otros 1992).

“La actividad de la audiencia se produce por los trasfondos, por las experiencias y perspectivas de los miembros de la misma por la expansión más amplia de los significados dentro de la sociedad.” (Curran, Morley, Walkerdine, 1996, p. 240)

Para nuestra investigación es importante tomar en cuenta estos estudios dentro del marco de lo social, para analizar las coyunturas existentes entre los MCM y sus audiencias.

Los estudios culturales, que toman en cuenta el marco de lo social, se realizan para, entre otras cosas, presentar una crítica de la vida cotidiana. Lo más importante para estos estudios es el captar las determinaciones e interrelaciones entre formas culturales y fuerzas históricas, sin dejar de lado lo complejo en las estructuras de poder y el privilegio en las que está inserto (Costa, 1999).

Es por eso que durante la década de los sesenta y ochentas, Christine Geraghty (1984) nos muestra estudios que han ido encaminados a explicar cómo es que se identifican las telespectadoras con los personajes femeninos que son representados en los programas de televisión. “Los personajes femeninos que aparecían en la televisión no eran simplemente signos de los deseos y temores masculinos; existía la posibilidad de personajes que representarían los deseos y temores de las telespectadoras.” (Curran, Morley, Walkerdine 1996, p. 470).

Por ejemplo, los estudios sobre una serie que tenía como protagonistas a dos mujeres policías, hicieron tener como conclusión que el proceso de identificación de las espectadoras se desarrolló en formas distintas: se tenía una identificación concreta con los personajes, pero no era tanto con éstos, sino con las situaciones en las que se encontraban. Por lo tanto, se conectaba con una conciencia articulada de las cargas y presiones de la realidad sobre la propia subjetividad y los deseos particulares de cada espectadora.

Para que no se reduzcan las prácticas culturales a simples adornos de las relaciones sociales, el feminismo concibe a la cultura como un punto en donde se articulan diferentes elementos (material, afectivo, libidinal, semiótico, semántico, etc.). Para expandir aquellos límites textuales del significado, las feministas descubren como las prácticas culturales forjan y son forjadas por fuerzas sociales (imperialismo, capitalismo, patriarcado, racismo, homofobia y globalización) (Costa, 1999).

Al tener en cuenta las mediaciones y cómo se enfocan las diferencias de género, los estudios de recepción se han convertido en punto clave para las teorías de la comunicación. Es así como Martín Barbero ubica los procesos de comunicación en los conflictos sociales que los medios escenifican. Según Curran (1996), los estudios interpretativos y etnográficos basados en las audiencias se apoyan en cómo los medios de comunicación producen, transmiten y generan sentido al interior de la sociedad. Siguiendo esta idea se propone una de las perspectivas analíticas más conocidas, que es la de la aguja hipodérmica, la cual señala que los medios de comunicación masivos inyectan el sentido en el imaginario del sujeto social. Sin embargo como se ha visto a lo largo del proceso comunicativo, las teorías van cambiando y complementándose unas a otras.

En la teoría de la recepción de Barbero, la cultura es la mediación para la educación y la comunicación. Barbero (1987), explica que la teoría de las mediaciones fue concebida para redescubrir la actividad del sujeto social en general y el de la comunicación en particular, no sólo como receptor activo de mensajes sino también como protagonista de los procesos de interacción cultural, es decir, los mensajes producidos por los medios de comunicación son polisémicos, son recibidos desde diversos marcos de interpretación, están en relación con las posibilidades de decodificación que posea cada individuo social y sólo tomando en consideración estas variables es que podemos dar cuenta de la mediación. La influencia de los Estudios Culturales en este enfoque es determinante.

3.6 Mediación

La mediación se puede entender cómo la relación que existe entre los medios tradicionales (prensa, cine, radio y TV), la realidad y la audiencia.

Martín- Barbero (1992, p. 203), afirma que la mediación “ha sido conceptualizada como aquella instancia cultural desde la cual los significados y sentidos son producidos y apropiados por la audiencia. Son ese lugar desde donde es posible comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción”.

[...] ese lugar desde donde es posible comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción [ya que] lo que se produce [por ejemplo] en la televisión no responde sólo a requerimientos del sistema industrial y a estrategias comerciales, sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y los modos de ver [...] La televisión no funciona sino en la medida en que asume –y al asumir legítimas demandas- que vienen de los grupos receptores, pero a su vez no puede legitimar demandas sin resignificarlas en función del discurso social hegemónico (Martín-Barbero, 1992, p. 20).

Orozco (1992) complementa la idea de Martín-Barbero y entiende la mediación como “el proceso de recepción donde se crean y recrean significados y sentidos desde la interacción de la audiencia con el medio y con las otras instancias sociales”. (Orozco, 1992; p. 86).

Por otro lado Manuel Martín Serrano dice que

“Se puede hablar de mediación solamente cuando determinados significantes deben asumir definitivos significados, y cuando para atribuir los segundos a los primeros, existe un código mediador. O lo que es lo mismo: cuando ciertos objetos del medio humano (materiales o inmateriales) van relacionados con ciertos objetivos, a través de un proceso de interpretación de la realidad que dirige los comportamientos y

las acciones mediando siempre un proceso cognitivo”. (Serrano, 1986, pág. 100)

Por lo tanto la teoría de mediación desde la perspectiva de Martín Serrano, considera que lo que distingue un cambio social no es el factor humano como objeto o modelo a seguir, sino el proceso que ese individuo realiza al relacionar modelos y contextos para convertirse en un mediador; es decir, uno mismo determina qué factores toma del contexto y el uso que dará para ser un productor de significaciones y no de mera circulación, no ser sólo emisor, sino productor y así apropiarse.

Martín Barbero (1987) propone tres lugares de mediación: la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural; es decir, que el contexto general del individuo, bagaje cultural, entorno social y campo cognitivo, son esenciales para identificar la mediación; es así como podemos delimitar nuestro objeto de estudio en uno de los tres lugares, y en lo que respecta a nuestra investigación se toman los tres, dado que el contexto general es importante para la obtención de información y así ejemplificar y comprender la discusión sobre identidad y las formas de expresión de la sociedad.

Por otro lado Guillermo Orozco propone cuatro grupos de mediaciones sociales., la mediación cultural, la mediación individual, la mediación institucional y la familia como mediación.

a) Mediación cultural : se refiere al proceso cognitivo influenciado por la cultura

Martín – Barbero dice que la cultura es la gran mediadora de todo proceso de producción comunicativa. Uno de los grandes méritos de este autor es haber desencasillado la comunicación de los medios para recrearla, explorarla y profundizarla no solo a través de los medios, sino de la cultura (Orozco, 1996:14)

b) Mediación individual: “tiene que ver con lo que sucede dentro de la mente de cada sujeto receptor. Para Orozco las mediaciones ‘cognitivas’ son todos esos términos que inspiran nuestras prioridades de acción y pensamiento” (Torrero, 2006).

- c) Mediaciones institucionales: “actúan como ‘comunidades de interpretación’ pues desde ellas se interpretan muchos de los mensajes percibidos” (Torrero, 2006).

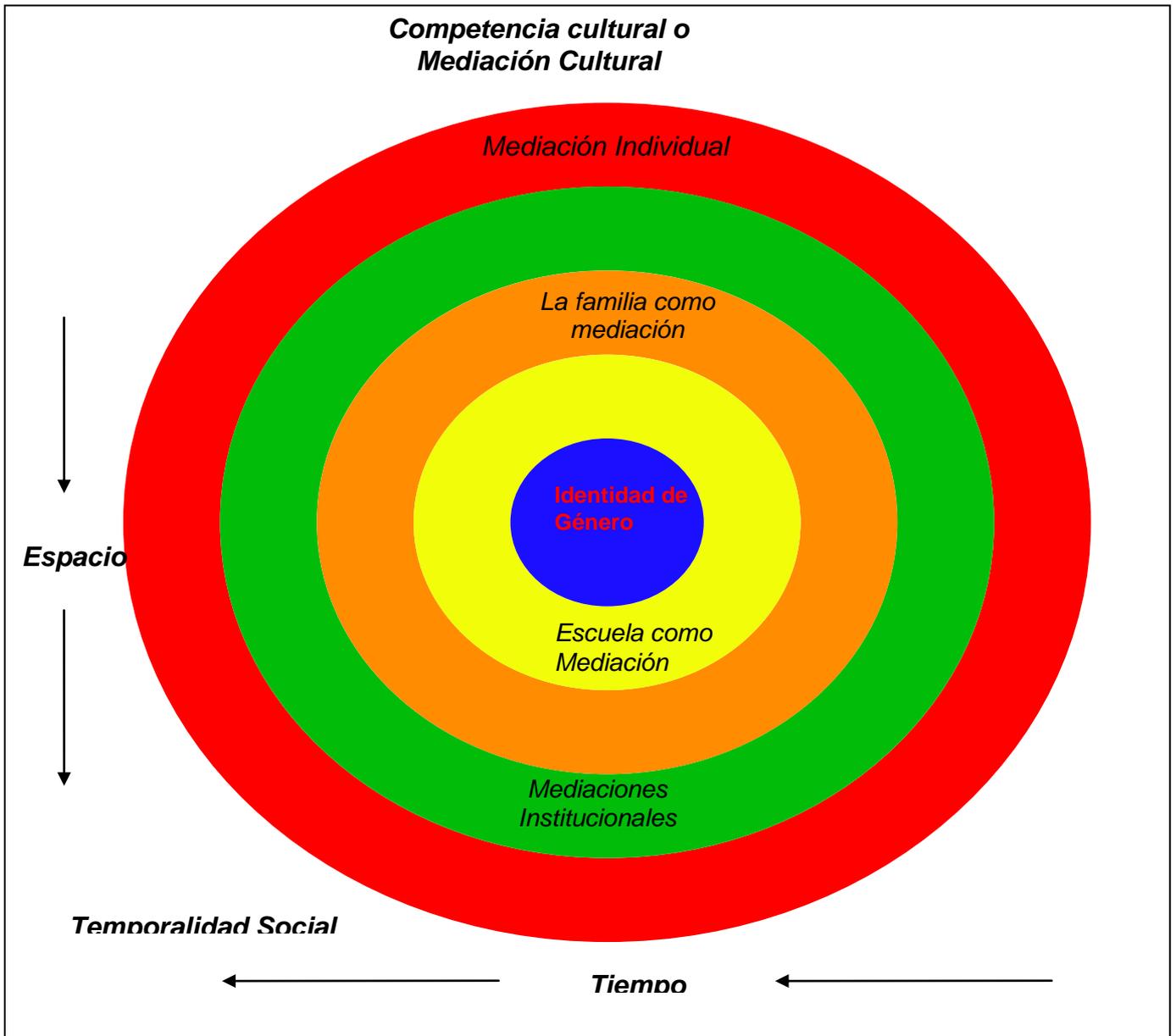
Desde su particular especificidad histórica cada institución trata de socializar a sus miembros. Las instituciones utilizan varios recursos para llevar a cabo su mediación. El poder y las reglas son algunas estrategias, los procedimientos de negociación son otras, las condiciones materiales y especiales también sirven a las metas institucionales. La autoridad moral y la académica son otros recursos (Orozco, 1996, p. 88).

- d) La familia como mediación: “El hogar es el lugar privilegiado en donde se producen primero las negociaciones y las apropiaciones” (Orozco, 1996, citado en Torrero, 2006). Para Orozco, la familia como institución social primaria tiende a apoyar su mediación al legitimarse así misma por su autoridad moral. Las familias generalmente apelan al amor y la gratitud de sus miembros (1996, p.88).

Es también importante entender que los distintos actores sociales tienen condiciones distintas y que son posibles de abordar para enriquecer un análisis crítico, entendiendo el proceso de la comunicación como un sistema de significación y sentido en donde juegan un rol importante todos los actores y el entorno en el que se desenvuelven. La idea fundamental es que los medios de comunicación influyen en la construcción de la identidad de género, así como de otras construcciones sociales.

Esto se resume en el siguiente diagrama:

Diagrama 1 Mediaciones (Barbero/Orozco)



Fuente: Elaboración propia a partir de Barbero (1986) y Orozco (1996).

Visto lo anterior, veamos ahora cómo es que incide el programa "Lo que callamos las mujeres" en la identidad femenina.

4. MARCO METODOLÓGICO

La presente investigación, dado que intenta explorar la forma en que un programa televisivo incide en la reproducción o transformación de la identidad del género femenino, será realizada desde la perspectiva mixta. El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio, en una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema, o para responder a preguntas de investigación de un planteamiento del problema (Tashakkori y Teddlie, 2003). En este enfoque se usan técnicas tanto cuantitativas como cualitativas y pueden involucrar la conversión de datos cualitativos en cuantitativos y viceversa (Mertens, 2005).

Cabe destacar que el enfoque mixto va más allá de la simple recopilación de datos de diferentes modos sobre el mismo fenómeno. Implica desde el planteamiento del problema hasta el uso combinado de la lógica inductiva y la deductiva. Como indican Tashakkori y Teddlie (2003), un estudio mixto lo es en el planteamiento del problema, la recolección-análisis de los datos y el informe del estudio.

El enfoque mixto, de acuerdo con Tashakkori y Teddlie (2003) además de Mertens (2005), se basa en el paradigma pragmático. Esta visión evita utilizar conceptos como “verdad” y “realidad” que han causado, desde el punto de vista de sus autores, conflictos entre los enfoques cuantitativo y cualitativo. La efectividad se utiliza como el criterio para juzgar el valor de la investigación, y son las circunstancias las que determinan el grado en que se utilizan las aproximaciones cuantitativa y cualitativa. Desde luego, la relación investigador-participante es interdependiente bajo esta óptica y se reconoce la influencia de los valores del investigador.

El enfoque cualitativo, según Rivera, proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. También aportan un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad. El enfoque, provee directrices a niveles más profundos que asisten en la comparación de las circunstancias y razones de hallazgos particulares (Román Rivera, 1992).

Para ejemplificar resultados, se optó por la técnica de la entrevista, para con ello hacer la recopilación de datos y recuperar el discurso de las personas que se estudiaron. Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2000), definen a esta técnica dentro de la metodología cualitativa y se utiliza para obtener información verbal de uno o varios sujetos a partir de un cuestionario o guión e implica una pauta de interacción verbal, inmediata y personal. Es una conversación, generalmente oral, entre dos o más personas -dependiendo de si sea personal o grupal-, de los cuáles, una parte es el entrevistador y la otra el entrevistado que tienen como finalidad obtener información.

De los tipos de entrevista existente, se usó la entrevista focalizada, porque está concentrada en experiencias objetivas, actitudes o respuestas emocionales a situaciones particulares; para utilizar esta herramienta se requiere cuidado y habilidad, y se aplica generalmente a personas que han observado una situación social definida, en este caso, el programa en estudio. Para operacionalizar las categorías de análisis, se diseñó una guía de encuesta en la que están determinados los puntos más destacados de la información requerida y relacionada con la hipótesis para así explorar la posible variedad de opiniones y lograr la confiabilidad de resultados.

Las preguntas planteadas en la entrevista nos permiten explorar no sólo el papel que juega la televisión en sus vidas, sino también la forma en que ven el programa en estudio y cómo eso que ven lo transfieren a su vida cotidiana, así como aquellos aspectos positivos o negativos que encuentran en los modelos de mujeres que les presenta la televisión y qué relación encuentran entre estas mujeres y la vida “real”.

Las preguntas que se plantearon quedan expresadas en la siguiente guía. En algunas ocasiones, las preguntas fueron modificadas para que fueran más comprensibles por las entrevistadas, pero siempre tratando de conservar el sentido y el objetivo de la misma.

GUÍA DE ENTREVISTA

Dirigida a: Las mujeres que vivan en la ciudad de Querétaro mayores de 15 años que vean el programa *Lo que callamos las mujeres*.

Objetivo de la entrevista: Conocer la percepción que tienen las mujeres sobre el programa en términos del contenido y de la representación e interpretación que puedan hacer de lo visto en relación con su vida cotidiana.

- 1.- Describe las actividades que realizas en un día normal.
- 2.- ¿Cuánto tiempo en promedio ves televisión?
- 3.- ¿Qué tipo de programas te gusta ver?
- 4.- ¿Con qué frecuencia ves el programa “*Lo que callamos las mujeres*”?
- 5.- ¿Qué idea de mujer crees que presenta el programa?
- 6.- ¿Cuál es tu opinión acerca de la imagen de la mujer que es proyectada en el programa?
- 7.- ¿Cuáles serían los temas que tú encuentras que toquen en los programas?
- 8.- ¿Qué opinas de los temas expuestos en el programa?
- 9.- ¿Te has identificado con algún tema presentado en el programa? ¿Por qué?
- 10.- ¿Qué elementos del programa recuerdas con más facilidad?
- 11.- ¿Qué es lo que te gusta y disgusta del programa?
- 12.- ¿Qué Temas, situaciones o problemas que se presentan en el programa consideras relevantes en relación con tu vida?
- 13.- ¿La imagen que se representa de la mujer en el programa, coincide con la imagen que se ha creado en tu entorno y la sociedad actual de lo que es la mujer? Y ¿Por qué?

Además de la entrevista, que nos sirve para conocer las voces de las entrevistadas, hicimos uso del análisis de contenido que es la técnica que está destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto; según define Klaus Krippendorff (2002). Ésta herramienta (análisis de contenido) proporciona conocimientos, nuevas interpretaciones y una representación de los hechos; estos resultados deben ser reproducibles para que sean fiables.

Guillermo Orozco, comunicólogo mexicano y representante destacado del análisis de la recepción, utiliza la definición de Berelson (1952:18) comenta que el análisis de contenido es: “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido de la comunicación”. Es quizá esta idea de la cuantificación la que permite distinguir entre el procedimiento científico de aquel guiado por la intuición.

Por otro lado el análisis del discurso se realizó por medio de Cristian Metz (1974) el cual propone que todo análisis procede por una división o una fragmentación en partes del objeto estudiado. Denominó *sintagmas* a una división en grandes unidades, en secuencias establecidas, para así señalar segmentos autónomos.

Es así como estas dos ideas se complementan para la obtención e interpretación de los resultados.

En base al criterio de suficiencia comparativa (Orozco, 1996) por el cual un investigador define cuántos sujetos de investigación o cuántos componentes del objeto explorado se deben observar y examinar, se decidió entrevistar a 15 mujeres. Para ello, se realizó la selección de nuestras informantes, las cuales fueron sacadas de la población de mujeres mayores de 15 años que viven en la ciudad de Querétaro, que ven el programa *Lo que llamamos las mujeres* y que quisieron participar en el proyecto; al hacer esta selección se da la oportunidad de comprender las diferentes posturas que se pueden asumir en la mediación de los contenidos. Las dos dimensiones comprendidas son edad y educación formal recibida, expresada en grado académico.

Esta propuesta metodológica se complementó con la de Saturación Teórica. Siguiendo a Valles (1997).

Esta estrategia metodológica del MCC, acerca a los investigadores a la posibilidad de verificación, sin apartarlos del objetivo central que es la generación de teoría. Valles (1997: 347-348) se refiere a este punto en los siguientes términos: "En el MCC, no hay un intento de verificar la universalidad ni la prueba de causas sugeridas u otras propiedades. Y al no haber prueba, este procedimiento (a diferencia de la IA) únicamente requiere la saturación de la información. El objetivo no es tanto la verificación como la generación de teoría.

Según lo afirmado en relación al muestreo teórico, si el investigador adopta el MCC, no podrá usar otro criterio para fijar el tamaño muestra sino el de saturación y el tamaño deberá ser incrementado hasta que se logre el nivel de saturación. Así, el muestreo teórico no tiene un tamaño definido por cálculos probabilísticas, sino por criterios teóricos de saturación de las categorías investigadas, vale decir, hasta cuando el dato adicional que se recolecta, no agrega información significativa a lo que ya se tiene.

Siguiendo esta propuesta, se determinó un grupo de colonias para elegir de ellas a un grupo de mujeres que cumplieran los requisitos establecidos (en términos de edad, escolaridad y residencia). Del grupo formado, se eligieron las quince encuestas que más información brindaban y más se acercaban a nuestra búsqueda.

Para la realización de la codificación de la información y de la base de datos los rangos de edad comprendidos son:

1. De 15 a 19
2. De 20 a 24
3. De 25 a 29 y
4. de 30 años en adelante

De acuerdo a su nivel académico la clasificación será de la siguiente manera:

A = Educación Primaria (A1= la cursa actualmente, A2= inconclusa)

B= Educación Secundaria (B1= la cursa actualmente, B2= inconclusa)

C= Educación Preparatoria o Equivalente (C1= la cursa actualmente, C2= inconclusa)

D= Estudios superiores (D1= la cursa actualmente D2= inconclusa).

4.1 El trabajo de campo

La primera parte del trabajo de campo consistió en hacer una invitación a un grupo de mujeres a participar en una investigación. Para ello, era necesario que vieran el programa *Lo que callamos las mujeres*. Cuando identificamos al grupo, se seleccionaron a las que serían nuestras informantes y les pedimos que vieran el programa señalado durante la semana del lunes 16 al viernes 20 de mayo de 2011. Así mismo les informamos acerca de la investigación y el objetivo que tendría. Acordamos el lugar, día y hora de las entrevistas con cada uno de ellas, con el objeto de conocer en su opinión sobre el programa y sus interpretaciones en torno al mismo.

Se optó por la entrevista para recuperar el discurso de las personas con las que conversamos, pues, si recordamos lo señalado en el apartado anterior, una entrevista nos permite recuperar la voz de quien emite la opinión, así como el sentido de lo que comunica.

Se seleccionaron informantes que permitieran maximizar la oportunidad de comprender las diferentes posturas que se pueden asumir frente a un programa de televisión teniendo en mente una serie de variables que pueden incidir en la interpretación o la crítica del programa en función de la edad, el estado civil y la escolaridad. El número de informantes entrevistadas obedeció a los criterios de suficiencia comparativa (Orozco, 1996) y al de saturación teórica ya señalados.

Dado que la investigación contempla una parte cualitativa, el número de entrevistadas no tiene que responder a un criterio estadístico, sino más bien a la calidad de la información recuperada.

Las entrevistas se realizaron en los domicilios de las mujeres que participaron en el proyecto. En algunos casos fue en sus lugares de trabajo (que forman parte de sus casas habitación). Todas las entrevistas fueron realizadas por la investigadora.⁴ Las entrevistas fueron grabadas y además se tomaron notas para complementar la información recabada. Al tener listas nuestras entrevistas, se realizó la transcripción de las mismas y se complementó con las notas tomadas.

Al mismo tiempo, se seleccionaron los dos programas más vistos por las participantes en el proyecto, los cuales resultaron ser el del 16 de mayo “Best friends” y el del 17 del mismo mes “Una esposa perfecta”. Una vez listas todas nuestras transcripciones, se realizó el análisis de resultados y la interpretación de los mismos.

Los resultados de las entrevistas, el análisis de contenido y del discurso de los capítulos del programa, sirvieron como base de datos para realizar los listados de adjetivos que fueron nuestro eje de análisis.

El discurso de las informantes se analizó de dos formas: distinguiendo los adjetivos utilizados para referirse a las mujeres y los hombres, así como las ideas. Siguiendo a Bustos (2001), las identidades de género pueden transformarse en estereotipos, es decir, rasgos comunes atribuidos a un grupo humano (Tajfel, 1978, citado en Bustos, 2001). Estos rasgos “son producto de tradiciones históricas, modismos, historia cultural, marginación social, crisis o conflictos sociales o de la “imaginación” de quienes tienen el poder y los medios para crearlos y difundirlos (Bustos, 2001: 26). Es decir, las ideas que proponen los estereotipos no necesariamente se corresponden con la realidad.

Recuperando a Bustos (2001) estos adjetivos los podemos mostrar en la siguiente tabla:

⁴ En algunas entrevistas tuve la colaboración de Claudia Ivett Lira Pérez.

Tabla 1: Estereotipos y roles de género

Femenino	Masculino
<p><i>(asignado a mujeres)</i> Lo afectivo Roles: esposa-madre-ama de casa</p>	<p><i>(asignado a hombres)</i> Lo racional Roles: Proveedor económico, ejercicio del poder, control.</p>
<p>Tiernas, sensibles, dulces, honestas, inseguras, dependientes, pasivas, sumisas, abnegadas, comprensivas, generosas, tolerantes, cariñosas, emotivas, afectivas, estéticas, coquetas, seductoras, observadoras, intuitivas, débiles, miedosas, indecisas.</p>	<p>Agresivos, violentos, dominantes, fuertes, firmes, valientes, controladores, poderosos, egoístas, ambiciosos, impetuosos, combativos, creativos, inteligentes, decididos, asertivos, activos, intransigentes, autónomos, independientes.</p>

Fuente: Bustos, 2001.

Los adjetivos que utilizaron las informantes se agruparon en adjetivos calificativos negativos y positivos. Entendemos por positivo aquellos que enuncian cualidades, como negativos nos referimos a lo que se percibe como un defecto. En algunos casos los adjetivos fueron enunciados en forma superlativa. Esta forma la conservamos por los efectos que tiene a la hora de la interpretación. Una vez clasificada toda la información se hizo el cruce de datos para la interpretación de los mismos.

4.2 Metodología para el análisis de los Programas

4.2.1 Análisis de contenido

Primero se realizó el análisis de contenido de los programas seleccionados para construir las dimensiones y categorías de análisis. En un primer nivel de análisis se recurrió a la estadística textual como análisis de contenido, que es la técnica que está destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto, según define Klaus Krippendorff (2002), quien propone que es la palabra la unidad básica de análisis, en este sentido, se eligieron los adjetivos calificativos como una primera forma de decodificar los contenidos. Se buscaron patrones de palabras y empezamos a contar. Esto consistió en ver cuántos adjetivos calificativos dentro de los programas se repetían y con quién o con qué se vinculaban.

En función de los adjetivos calificativos que se recuperaron y de su categorización se realizaron una serie de tablas en Excel, las cuales permitieron cuantificar las frecuencias de su uso e identificar aquellos adjetivos que más se repiten, ya sea en un programa o en los dos analizados. Después, se realizó una segunda categorización para organizarlos en términos de a quién iban dirigidos; si a mujeres, hombres o a situaciones que se describían en el programa. Al tener esta categorización se realizó una clasificación en calificativos positivos, ofensivos, estados emocionales y de edad. Posteriormente se realizaron algunos cruces entre las categorías para su análisis.

A continuación mostramos el diseño que utilizamos para hacer las clasificaciones, tanto de los adjetivos por programa como de sus referentes.

Diseño de la matriz de análisis de contenido del programa *Lo que llamamos las mujeres*.

Tabla No. 1 A Conteo de la repetición de los adjetivos encontrados en el programa "Best friends"⁵

	ADJETIVOS EN EL PROGRAMA	REPETICIÓN
CAPITULO: "Best Friends"		
TRANSMISIÓN: 17 DE MAYO		
HORA: DE 5PM A 6PM		
CANAL: 13 O 9 DE TV AZTECA		

Fuente: elaboración propia.

Tabla No. 2 A Conteo de la repetición de los adjetivos encontrados en el programa "Una esposa perfecta"

	ADJETIVOS EN EL PROGRAMA	REPETICIÓN
CAPITULO: "Una esposa perfecta"		
TRANSMISIÓN: 16 DE MAYO		
HORA: DE 5PM A 6PM		
CANAL: 13 O 9 DE TV AZTECA		

Fuente: elaboración propia.

Tabla No. 4 Clasificación de los adjetivos para los hombres

ADJETIVOS QUE DESCRIBEN A LOS HOMBRES
Adjetivos Negativos
Adjetivos Positivos
Adjetivos de Estar (estados emocionales)
Adjetivos Edad

Fuente: elaboración propia.

⁵ Para distinguir el uso de los calificativos se utilizaron colores, así, el rosa, siguiendo los estereotipos, se usó para las mujeres, el azul agua para hombres y el verde para situaciones. Para la clasificación de adjetivos también se usaron colores: negativos: rojo, positivos: azul, estados de ánimo: café y relacionados con la edad: amarillo.

Tabla No. 5 Clasificación de los adjetivos para las mujeres

ADJETIVOS DE MUJERES
Adjetivos Negativos
Adjetivos Positivos
Adjetivos de Estar (Estados emocionales) negativos
Adjetivos de Edad

Fuente: elaboración propia.

El diseño de estas matrices fue realizado con el fin de investigar las variables, (edad, escolaridad), las cuales son indispensables para explicar los resultados de la apropiación y la recepción.

Para complementar los resultados arrojados por el análisis de contenido, se decidió recurrir al análisis del discurso.

4.2.2 Análisis del discurso

En el análisis de discurso, se procedió con los resultados de las categorías previas que se obtuvieron del análisis de contenido, se seleccionaron las categorías conceptuales y de análisis que estimamos pertinentes para con ello realizar el análisis del discurso.

En lo que respecta al programa “*Lo que llamamos las mujeres*” el análisis del discurso se hizo por medio de sintagmas, al hacer el análisis del programa se toma en cuenta la importancia de ejemplificar con un sintagma el contenido del mismo y determinar cuál es su estructura.

Cristian Metz (1974) propone que todo análisis procede por una división o una fragmentación en partes del objeto estudiado. Denominó *sintagmas* a una división en grandes unidades, en secuencias establecidas, para así señalar segmentos autónomos. Al seguir esta propuesta, el programa se organizó en unidades sintagmáticas, las cuales fueron organizadas de acuerdo a la siguiente matriz.

Tabla No. 6 Matriz del análisis del discurso según Cristian Metz en unidades sintagmáticas del programa *Lo que llamamos las mujeres*

<i>NÚMERO DE ESCENA</i>	<i>SINTAGMA O PLANO</i>	<i>DIÁLOGO DE LOS PERSONAJES</i>	<i>DESCRIPCIÓN DE LA ESCENA Y PERSONAJE</i>	<i>FOTOGRAMA</i>

Fuente: Elaboración propia.

4.3 Metodología para el análisis de las entrevistas

4.3.1 Análisis de contenido

Las entrevistas que se realizaron fueron foliadas para proceder a su análisis, el cual se hizo en tres niveles: por pregunta, por persona y de manera general. El análisis se hizo a partir de ideas.

Para las entrevistas también se elaboraron matrices, una para el análisis de contenido y otra para el análisis del discurso.

El análisis de contenido que se realizó en las entrevistas fue muy enriquecedor, se observaron los resultados respecto a las categorías que se manejaron en la metodología: Edad y la preparación académica.

Primero se localizaron todos los adjetivos arrojados en las respuestas de las 15 entrevistadas. Después se agruparon según: adjetivos negativos, adjetivos positivos, adjetivos de edad y estado civil y adjetivos del aspecto físico. Se realizó esta clasificación por el tipo de adjetivos que encontramos en las entrevistas.

Ahora bien, para encontrar el porcentaje de esta clasificación de adjetivos pero respecto a la preparación académica y el rango de edad, nos dimos a la tarea de identificar en cada entrevista su clasificación respecto a la propuesta. Es decir, en qué rango de edad y con qué tipo de preparación académica entraba cada entrevista.

Finalmente, cada entrevista fue identificada con el tipo de edad y nivel académico. Se elaboraron las gráficas según: adjetivos negativos, adjetivos positivos, adjetivos de edad y estado civil y adjetivos del aspecto físico.

Es importante aclarar que el conteo de adjetivos se hizo a partir de la pregunta número 5, ya que las anteriores nos daban información muy directa, por ejemplo ¿Cuánto tiempo ves la televisión?, ¿A qué te dedicas? etc. A partir de la pregunta 5 empezaron a surgir las ideas que interesaban para el objetivo de esta investigación.

Tabla No. 7 Matriz de análisis del número de folio de cada entrevista y los adjetivos que mencionó en cada pregunta, a partir de la 5 hasta la 13

Pregunta número 5		Pregunta número 6		Pregunta número 7		Pregunta número 8	
Nº de entrevista (FOLIO)	Adjetivo						

Fuente: Elaboración propia. Ver anexo no. 2

Tabla No.8 Matriz de análisis del tipo de adjetivos calificativos que mencionaron y las veces en las que aparecieron en el total de las 15 entrevistas

Clasificación de adjetivos	Número de veces que fueron mencionados
ADJETIVOS NEGATIVOS	
ADJETIVOS POSITIVOS	
ADJETIVOS EDAD/ESTADO CIVIL	
ADJETIVOS FÍSICOS	

Fuente: Elaboración propia. Ver anexo no. 2

Tabla No.9 Matriz de análisis que identifica a que categoría de preparación corresponde cada entrevista y el número de adjetivos, según su clasificación, que fueron mencionados en cada entrevista.

CATEGORIA Nivel Académico	Nº de entrevista (FOLIO)	Nº de adjetivos negativos que mencionó en la entrevista. (algunos adjetivos los repetía)	Nº de adjetivos positivos que mencionó en la entrevista.	Nº de adjetivos respecto a EDAD/ Edo. Civil que mencionó en la entrevista.	Nº de adjetivos respecto a aspecto físico que mencionó en la entrevista.

Fuente: Elaboración propia. Ver anexo no. 3

Tabla No. 10 Matriz de análisis que muestra el número de adjetivos, según la clasificación mencionada en la tabla anterior, que aparecen según el rango de preparación académica.

Categoría de Preparación	Número de adjetivos Negativos	Número de adjetivos Positivos	Número de adjetivos sobre la edad/edo. Civil	Número de adjetivos del aspecto físico
Primaria A				
Secundaria B				
Preparatoria o Equivalente (C)				
Licenciatura (D)				

Fuente: Elaboración propia. Ver anexo no. 2

Tabla No. 11 Matriz de análisis que identifica a que categoría de Edad corresponde cada entrevista y el número de adjetivos, según su clasificación, que fueron mencionados en cada entrevista.

Categoría según EDAD	Nº de entrevista	Nº de adjetivos negativos que mencionó en la entrevista. (algunos adjetivos los repetía)	Nº de adjetivos positivos que mencionó en la entrevista.	Nº de adjetivos respecto a EDAD/ Edo. Civil que mencionó en la entrevista.	Nº de adjetivos respecto a aspecto físico que mencionó en la entrevista.

Fuente: Elaboración propia. Ver anexo no. 3

Tabla No. 12. Matriz de análisis que muestra el número de adjetivos, según la clasificación mencionada en la tabla anterior, que aparecen según el rango de Edad.

Categoría de Edad	Número de adjetivos Negativos	Número de adjetivos Positivos	Número de adjetivos sobre la edad/edo. Civil	Número de adjetivos del aspecto físico
15 años – 19 años				
20 años – 24 años				
25 años – 30 años				
30 años en adelante				

Fuente: Elaboración propia.

4.3.2 Análisis del discurso

Para la realización del análisis del discurso, se utilizó una metodología diseñada para observar qué mediaciones inciden en las entrevistadas en torno al programa. Primeramente se identificaron las ideas principales de cada respuesta que nos daban y así se obtuvieron categorías.

Las categorías fueron escritas en un documento, en las que, a cada idea que se relacionaba con una categoría, se le asignaba un color para distinguir quién era la entrevistada (y por lo tanto que edad y grado de escolaridad tenía esa mujer).

A continuación se muestra el escrito desarrollado. Gracias a este análisis se desplegaron varias categorías que aparecieron conforme se analizaron las ideas de cada entrevista.

Color: entrevista 1 C1 y rango 3 de edad (25 a 29 años)

Color: entrevista 2 B1 y rango 4 de edad (30 años en adelante)

Color: entrevista 3 A2 y rango 4 de edad (30 años en adelante)

Color: entrevista 4 B1 y rango 4 de edad (30 años en adelante)

Color: entrevista 5 C1 y rango 4 de edad (30 años en adelante)

Color: entrevista 6 A1 y rango 4 de edad (30 años en adelante)

Color: entrevista 7 A1 y rango 4 de edad (30 años en adelante)

Color: entrevista 8 D1 y rango 4 de edad (30 años en adelante)

Color: entrevista 9 B1 y rango 1 de edad (15 a 19 años)

Color: entrevista 10 B1 y rango 3 de edad (30 años en adelante)

Color: entrevista 11 A1 y rango 1 de edad (15 a 19 años)

Color: entrevista 12 B2 y rango 1 de edad (15 a 19 años)

Color: entrevista 13 D2 y rango 2 de edad (20 a 24 años)

Color: entrevista 14 A1 y rango 1 de edad (15 a 19 años)

Color: entrevista 15 C2 y rango 3 de edad (25 a 29 años)

Después de haber hecho todo el análisis de la información y haberlo sistematizado, pasamos a dar cuenta de los resultados obtenidos.

5.- RESULTADOS

En este capítulo damos cuenta de los resultados obtenidos en cada una de las herramientas utilizadas, comenzando por los resultados del análisis de contenido y del discurso del programa para terminar con el análisis de las entrevistas.

5.1 Resultados del análisis de contenido del programa

Respecto del análisis de contenido del programa “Best Friends”, transmitido el día 17 de mayo de 2011, se mencionan 167 adjetivos, los cuales fueron agrupados en 3 categorías como se muestra en la tabla no. 1-A. Se encontró que el que presenta mayor frecuencia, en términos de categoría es la de adjetivos para mujeres, ya que contiene 115 adjetivos, que a su vez están subdivididos en 4 categorías, y la que presenta mayor frecuencia es la de adjetivos ofensivos, de forma individual el de *noña* ocupa el primer lugar con 9 menciones, seguida del de *looser* con 6. A partir de estos calificativos siguen otros que están relacionados con percepciones como “mensa”, “naca”, “guapa”, para el caso de las mujeres y “rancherito” y “provinciano” para los hombres. La frecuencia nos puede mostrar las ideas dominantes en el programa y las cosas o personas con las que están vinculadas, como es el caso de la apariencia, las cualidades y los lugares de origen. En todos los casos, son adjetivos despectivos que construyen un mundo dicotómico: por un lado, el campo, la provincia, vista de forma despectiva como sinónimo de minusvalía y por el otro la ciudad, epítome de la civilización. Otras categorías dicotómicas son “guapa”/“fea”, ganador(a)/perdedor(a), rico(a)/pobre, etc. Los resultados obtenidos pueden verse en la siguiente tabla.

Tabla No. 1-A conteo de la repetición de los adjetivos encontrados en el programa “Best friends”

	ADEJTIVOS EN EL PROGRAMA	REPETICIÓN
CAPITULO: "Best Friends" TRANSMISIÓN: 17 DE MAYO	Carísimo	1
	Feliz	4

HORA: DE 5PM A 6PM
 CANAL: 13 O 9 DE TV
 AZTECA

Contenta	2
Viejas	1
Muertas de hambre	1
Importante	2
Humildes	2
Abusivas	1
Muertos de hambre	1
Públicas	1
Mensa	4
Pobres	1
Orgullosos	1
Finos	1
Ridícula	2
Payasa	2
Buenísima	1
Babosa	2
Ñoña	9
Tarada	2
Tonta	2
Automático	1
Estúpida	1
Pobretona	2
Dura	1
Nuevo	2
Diabético	1
Chistoso	1
Fantasiosa	1
Loosers	5
Padre	1
Bonito	1
Grandecita	1
Imaginario	1
Real	1
Bonitas	1
Nice	1
Tranquilonas	1
Modesto	1
Rica	1
Naca	3
Horrible	1
Bien	2
Fino	1
Distante	1

Rancherito	3
Mandona	1
Enojona	1
Buena Onda	2
Popular	1
Bonita	1
Apreciada	1
Valorada	1
Querida	1
Mugrosos	1
Interesada	1
Viejo	1
Mugrosa	1
Pobre	2
Orgullosa	1
Dramática	1
Linda	2
Interesante	1
Experto	1
Valiosa	1
Buena Chava	1
Nefasto	1
Provinciano	3
Guapo	1
Mala Onda	1
Increíble	1
Incómoda	1
Guapa	5
Encajosa	1
Bonito	1
Solitas	1
Clavada	1
Sumisa	1
Perfecto	2
Lanzada	1
Sexys	1
Nueva	1
Fresa	1
Rebueno	1
Orientada	1
Mareada	1
Exagerada	1
Tranquila	1
Tímida	2

Imbécil	1
Pobrecito	3
Decepcionado	1
Triste	1
Doble Cara	1
Desilusionado	1
Vacía	1
Idiota	1
Preocupadísima	1
Tranquila	1
Roto	1
Sincera	1
Segura	1
Desesperada	1
Inteligentes	1
Chiquita	2
Cobarde	1
Nerds	1
Especializada	1
Sola	1
Humilde	1
Abandonada	1
Desplazada	1
Maravillosa	2
Única	2
Irreales	1
Honesta	1
Fortalecida	1
Madura	1
Total de adjetivos	167

Al analizar el contenido del programa “Una esposa perfecta”, transmitido el día 16 de mayo de 2011, se mencionan 164 adjetivos, los cuales fueron agrupados en 3 categorías como se muestra en la tabla no. 4-A. Se encontró que el que presenta mayor frecuencia en términos de categoría es la de adjetivos para mujeres, ya que contiene 82 adjetivos, que a su vez están subdivididos en 4 categorías, y la que presenta mayor frecuencia es la de adjetivos positivos, de forma individual el de “perfecta” y “buena” tienen 8 menciones, seguida de “mejor” con 5 menciones, “amable” y “hermosa” con 4 menciones. A partir de estos calificativos siguen otros que están relacionados con

percepciones positivas como “preciosa”, “divina”, “maravillosa”, “trabajadora” etc. A su vez se encontraron categorías dicotómicas tales como “inútil” / “trabajadora”, “estúpida”/ “maravillosa”, “feliz”/ “triste”. Estas frecuencias nos muestran la idea dominante del programa (ensalzar a las mujeres “perfectas”) y está vinculado con las cualidades que debe tener una esposa desde la perspectiva del hombre.

Recuperando la perspectiva de género como una visión científica sobre la sociedad, a partir de la cual es posible observar las diferencias y las semejanzas entre mujeres y hombres, así como la desigualdad prevaleciente entre ambos (Lagarde, 2003) podemos hacer algunas interpretaciones de los programas analizados.

“La perspectiva de género analiza las posibilidades vitales de las mujeres y los hombres: el sentido de sus vidas, sus expectativas y oportunidades, las complejas y diversas relaciones sociales que se dan entre ambos géneros, así como los conflictos institucionales y cotidianos que deben enfrentar y las maneras en que lo hacen...” (Lamas, 1996, p. 15).

El estereotipo del rol femenino en nuestra sociedad se caracteriza porque las conductas que son adecuadas a él poseen una baja estima social (pasividad, temor, delicadeza, dependencia); en tanto que el estereotipo del rol masculino se caracteriza porque los atributos apropiados para él tienen una alta estima o estatus social (independencia, asertividad, competencia, toma de decisiones).

Lo primero que aparece el capítulo “*Una esposa perfecta*” es el estereotipo de mujer que fue educada, entrenada y capacitada para tomar el rol femenino tipificado en una prolongación de trabajo doméstico, atención y cuidado de su esposo e hija.

La desvalorización del trabajo doméstico y la atención hacia nuestra protagonista están ligadas, ya que históricamente el trabajo doméstico no se considera un trabajo, sino una función “natural” de las mujeres.

En el capítulo “*Best Friends*” se presentan estereotipos de género basándose en la educación, tanto la educación formal (en la escuela) como la informal (en la casa y calle) así como por su lugar en la sociedad y su apariencia física.

Tabla No. 2-A *Conteo de la repetición de los adjetivos encontrados en el programa "Una esposa perfecta"*

	ADJETIVOS EN EL PROGRAMA	REPETICIÓN
CAPITULO: "Una esposa perfecta" TRANSMISIÓN: 16 DE MAYO HORA: DE 5PM A 6PM CANAL: 13 O 9 DE TV AZTECA	Inútil	1
	Increíble	1
	Ocupada	2
	Mejor	5
	Desesperada	2
	Perfecto	1
	Delicioso	1
	Orgullosa	2
	Perfecta	8
	Limpio	1
	Tirado	1
	Extraña	1
	Idiota	1
	Difícil	1
	Sola	1
	Reyna	2
	Escuincla	1
	Incierto	2
	Nuevos	1
	Prestados	1
	Buena	8
	Terminantes	1
	Santo	1
	Villana	1
	Tranquila	1
	Triste	1
	Esclava	1
	Malos	1
	Buen	5
	Excelente	2
	Desprotegida	1
	Amable	4
	Dispuesto	1
Tonta	1	
Joven	2	
Preciosa	1	
Divina	1	
Cumplido	1	
Trabajador	1	

Mal	1
Sofocante	1
Imposible	1
Rarito	1
Agobiante	1
Moustro	2
Eléctricas	1
Chiquita	2
Hermosa	3
Desgarrada	1
Razonable	3
Acostumbrado	1
Innecesarias	1
Segura	2
Express	2
Frío	1
Legales	1
Inmediato	1
Simple	1
Sutil	1
Afectada	1
Barato	1
Económico	1
Importantísimo	1
Furiosa	1
Estúpida	2
Indigna	1
Tramposo	1
Maldito	1
Zorra	4
Vieja	2
Complicada	1
Fría	1
Obsesionada	2
Maravillosa	2
Inocente	1
VERDADERO	1
Equivocada	1
Limpia	1
Impecable	1
Fiel	1
Desdichada	1
Estúpido	2
Bueno	2

Nueva	1
Desagradable	1
Horrible	1
Rico	1
Vendido	1
Despreciable	2
Pobre	2
Traicionero	1
Atadas	1
Trabajadora	1
Nuevos	1
Altos	1
Feliz	4
Grandes	1
Intima	1
Imperfecto	1
Fácil	1
Contenta	2
Bien	1
Contento	1
Importantes	1
Perfecto	1
Elegante	1
Encantados	1
Exclusivo	1
Maravilloso	1
TOTAL DE ADJETIVOS	164

En relación con el sujeto o el objeto en quien recaen los calificativos, encontramos que en el programa “Best Friends”, el 69 por ciento son para las mujeres y sólo un 15 por ciento para hombres y un 16 por ciento para situaciones u objetos. Ahora, respecto de los adjetivos para mujeres encontramos que de los 115 totales, 42 son positivos y 64 son negativos. Más interesante aún resulta que los positivos son aplicados a mujeres ricas, guapas, inteligentes, mientras que los despectivos son para mujeres pobres, “feas” (por ser morenas). Y de los 25 adjetivos que arrojaron para los hombres, 15 son ofensivos por ejemplo “Muerto de hambre”, “provinciano”, “rancherito”, “pobrecito”, etc., con estos adjetivos una de las protagonistas se refiere al hombre de manera despectiva por su vocabulario y vestimenta.

Tabla No. 3-A Categorización, por color, de en quién recae el calificativo Programa “Best Friends”

Color	En quién recae el adjetivo	Número de Adjetivos
	Adjetivos para situaciones u objetos	27
	Adjetivos para MUJERES	115
	Adjetivos para HOMBRES	25
	TOTAL	167

Fuente: Elaboración propia.

En relación con el sujeto o el objeto en quien recaen los calificativos, encontramos que en el programa “Una esposa perfecta”, el 50% son para las mujeres y sólo un 24 por ciento es para hombres y un 26 por ciento para situaciones u objetos.

En cuanto a los adjetivos para mujeres encontramos que de los 82 adjetivos, 41 son positivos y 33 son negativos. Es importante destacar que los adjetivos positivos son aplicados para la mujer ejemplar a la vista de un marido mientras que los despectivos son para aquella esposa que no cumpla con los “estándares” deseados desde la óptica masculina. De los 39 adjetivos que encontramos para los hombres, 29 son positivos por ejemplo “perfecto”, “excelente”, “trabajador”, y “fiel”, con estos adjetivos se describe el esposo ideal anhelado por la mujer.

Tabla No. 3-B Categorización, por color, de en quién recae el calificativo Programa “Una esposa perfecta”

Color	En quién recae el adjetivo	Número de adjetivos
	Adjetivos para situaciones concretas	43
	Adjetivos para MUJERES	82
	Adjetivos para HOMBRES	39
	Total	164

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a los adjetivos de los hombres, en el programa “Best Friends” son 3 subcategorías, de éstas los adjetivos ofensivos fueron los más utilizados para referirse a los hombres, por ejemplo “muertos de hambre”, “provinciano”, “rancherito”, “pobrecito”.

Dentro de los positivos sólo se menciona el adjetivo “guapo”.

Tabla No. 4-A Clasificación de los adjetivos para los hombres, programa “Best Friends”

ADJETIVOS QUE DESCRIBEN A LOS HOMBRES	Nº de adjetivos
Adjetivos Negativos	15
Adjetivos Positivos	3
Adjetivos de Estar (estados emocionales)	6
Adjetivos Edad	1

Fuente: Elaboración propia.

Estos mismos resultados podemos verlos representados en la gráfica No. 1

Gráfica 1 de la tabla 4-A Programa “Best Friends”



Fuente: Elaboración propia.

En el programa “Una esposa perfecta” el total de adjetivos para hombres fue de 39, de éstos 29 son positivos, lo que representa el 74 por ciento, lo que nos muestra que la categoría género es correlacional y que cuando hablamos de mujeres necesariamente debemos hacer también referencia a los hombres. Así, podemos ver que durante la proyección del programa se enumeran las cualidades que debe tener “un buen hombre”.

Tabla N° 4-B Clasificación de los adjetivos para los hombres, programa “Una esposa perfecta”

ADJETIVOS QUE DESCRIBEN A LOS HOMBRES	N° de adjetivos
Adjetivos Negativos	10
Adjetivos Positivos	29
Adjetivos de Estar (estados emocionales)	0
Adjetivos Edad	0

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 2 de la tabla 4-B programa “Una esposa perfecta”



Fuente: Elaboración propia.

En la siguiente tabla se muestra la clasificación de adjetivos para mujeres del programa “Best Friends”, en esta clasificación se tuvo un total de 115 adjetivos, de los cuales 64 fueron ofensivos (negativos) representando un 56 por ciento, seguido de 42 adjetivos como positivos que representa un 36 por ciento y el resto se divide entre los adjetivos de estar (estados emocionales) y de edad. Dentro de los adjetivos negativos se encuentran “ñoña”, “mensa”, “looser”, “naca”.

Tabla N° 5-A Clasificación de los adjetivos para las mujeres, programa “Best Friends”

ADJETIVOS DE MUJERES	Nº de adjetivos
Adjetivos Negativos	64
Adjetivos Positivos	42
Adjetivos de Estar (Estados emocionales) negativos	7
Adjetivos de Edad	2
TOTAL de adjetivos	115

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 3 de la tabla 5-A programa “Best Friends”



Fuente: Elaboración propia.

Como podemos ver, en la tabla de adjetivos del programa “Una esposa perfecta”, se tuvo un total de 82 adjetivos, de estos 41 fueron positivos representando un 50 por ciento, el número de adjetivos negativos fue de 33 que es equivalente al 40 por ciento. Entre los adjetivos positivos que utilizaron están: “perfecta”, “hermosa”.

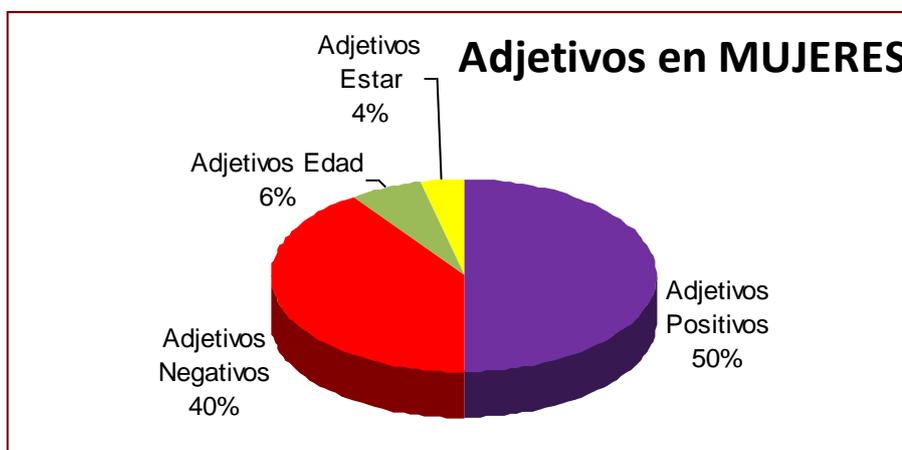
Tabla Nº 5-B Clasificación de los adjetivos para las mujeres, programa “Una esposa perfecta”

Clasificación de Adjetivos	Nº de adjetivos
Adjetivos Positivos	41
Adjetivos Negativos	33
Adjetivos de Edad	5
Adjetivos de Estar (Estados emocionales)	3
TOTAL de adjetivos	82

Fuente: Elaboración propia.

Habría que hacer notar que para el caso de los hombres los adjetivos relacionados con la edad o con el estar no son relevantes, mientras que para las mujeres sí lo son y ello se muestra por su mayor frecuencia.

Gráfica 4 de la tabla 5-B programa “Esposa perfecta”



Fuente: Elaboración propia.

Como observamos, durante la transmisión de los capítulos seleccionados por nuestras entrevistadas, se puede denotar el contexto en la realización de los mismos, temas como la diferencia de clases, la condición de ama de casa, la subordinación al marido y la lucha por ideales, son temas cotidianos para nuestras entrevistadas, y por ende el vocabulario expresado en el programa es conocido para ellas. Al contabilizar los adjetivos, y clasificarlos, podemos descubrir la familiaridad de los temas, la cultura y sobre todo el como están recibiendo el mensaje televisivo nuestras entrevistadas.

5.2 Resultados del análisis del discurso del programa

El análisis del discurso que se realizó en los programas, arrojó datos que son de ayuda para la investigación, encontrándose diálogos en los que se destaca el cómo se ha categorizado a la mujer durante años.

Este análisis del programa se realizó por medio de los sintagmas de Cristian Metz (1974) que establece que todo análisis procede por una división o una fragmentación en partes del objeto estudiado; a estos se les denomina *sintagmas*.

Metz propone una división en grandes unidades, en secuencias establecidas, para así señalar segmentos autónomos y ejemplificar por medio de fotogramas⁶ el contenido que se presenta y así determinar cuál es su estructura e interpretación.

Para el análisis se tomaron los siguientes criterios:

- Se delimitó al uso del sintagma descriptivo (que implica la exhibición sucesiva de objetos para sugerir una coexistencia espacial que clarifican hechos para el espectador). Puede recaer tanto en cosas inmóviles, como en acciones.
- Paralelamente, se escogieron partes del programa donde se hace visible el sintagma.

⁶ Un fotograma o cuadro, es una imagen particular dentro de una sucesión de imágenes que componen una animación.

- Al seleccionar el sintagma y fotogramas, se logró tener lo más representativo del capítulo y junto con el diálogo se tiene el eje de análisis.

A continuación se presenta la matriz con la que se realizó el análisis del discurso del programa.

CAPITULO: "UNA ESPOSA PERFECTA"
DE LA SERIE: "LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES"
FECHA DE TRANSMISIÓN: 16 DE MAYO DE 2011
HORA DE TRANSMISIÓN: 5 PM
DURACIÓN: 1 HORA
CANAL DE TELEVISION: AZTECA 13

Tabla No. 6 Matriz del análisis del discurso según Cristian Metz en unidades sintagmáticas del programa *Lo que callamos las mujeres*

NÚMERO DE ESCENA	SINTAGMA O PLANO	DIÁLOGO DE LOS PERSONAJES	DESCRIPCIÓN DEL PERSONAJE	FOTOGRAMA
1	<i>Descriptivo</i>	VOZ EN OFF: <u>Ay, eres inútil como mujer,</u> más te vale no estar mañana cuando regrese de viaje. No te quiero ver en la casa	La escena se desarrolla al aire libre, se encuentra una mujer vestida elegante con una maleta que sostiene en una de sus manos, va caminando en un terreno con árboles y es de noche.	 Una esposa perfecta
2	<i>Descriptivo</i>	LAURA: ¡Voy! ¿Qué pasa?... Alma ¿Qué paso? ALMA: Ay amiga, amiga... perdona que llegue tan tarde pero sabes que pasa es que... es que Rafael me hecho de la casa y ... no tenía a donde ir	En la escena se observa el interior de una casa muy elegante. Se encuentran dos mujeres una vestida con bata de dormir color azul y de pelo largo y nuestra protagonista con vestido azul y suéter gris.	
3	<i>Descriptivo</i>	ALMA: Así nada más, después de 27 años de casados, es increíble LAURA: Ay alma, bueno y ¿Gabriela? ALMA: Gabriela, ¿Sabes que paso con Gabriela? Le hablé, y me dijo que estaba muy ocupada, que no podía recibirme LAURA: O sea ¿Cómo?, ¿tu hija no te puede recibir a media noche en su casa?, no entiendo ALMA: No, por lo visto no, hasta me dijo que yo me había buscado que Rafael me haya echado de la casa (Abraza a su amiga)	La escena se desarrolla en el interior de la casa de Laura, en la sala de su casa, Alma y Laura tienen una charla. Alma viste bata azul elegante, y Alma trae vestido negro y suéter gris, junto con una maleta que deja cerca de la puerta al ingresar a la casa de Laura.	

4	Descriptivo	Es que de verdad no entiendo, Rafael y tú eran el matrimonio perfecto ALMA: Ja	En otra escena están Alma y Laura al comedor. Ellas están tomando una taza de té y platicando	
5	Descriptivo		En este momento ocurre un <i>flash back</i> de Alma. Se realiza un <i>close up</i> a su cara y se desvanece la escena para hacer un encadenamiento a otra.	
6	Descriptivo	Invitado 1: Alma, yo quiero felicitarla por esta cena, todo está delicioso Invitada 2: Y su casa brilla como una taza de plata Alma, la felicito ALMA: Gracias, que amables	En esta escena se observa el interior de la casa de Alma. El esposo de Alma, dos invitados y Alma se encuentran a la mesa comiendo	
7	Descriptivo	RAFAEL: Hola mi amor ALMA: Hola (Rafael empieza a besar a Alma en su cuello) ALMA: No mi amor, ahorita no por favor RAFAEL: ¿Por qué no? Quiero tener a mi esposa en mis brazos ALMA: Yo lo sé mi vida, pero tengo que lavar todo esto y que quedé todo limpio.	En otra escena (misma del flash back) se encuentra Alma lavando los trastes, llega su esposo a verla	

8	Descriptivo	<p>RAFAEL: Ah pues déjalo para más tarde</p> <p>ALMA: No, sabes que odio ver todo tirado, de verdad mira no tengo quien me ayude, si por lo menos aceptarás contratar una empleada sería diferente</p> <p>RAFAEL: Tú sabes perfectamente que no quiero gente extraña aquí en la casa</p> <p>ALMA: Si pero es que yo necesito ayuda, no puedo hacer todo sola</p>		
9	Descriptivo	<p>RAFAEL: <u>¿No que eres una esposa perfecta?</u></p> <p>ALMA: <u>Si y también soy cocinera, soy lavandera, soy recamarera, sabes a veces siento que más que ser tu esposa me he convertido en tu sirvienta</u></p> <p>RAFAEL: Ah mira a lo que hemos llegado, lo que empezó como un intento de seducción, termino siendo una discusión de sirvientas... gracias.</p>		
10	Descriptivo	<p>ALMA: No sé Laura, la verdad es que no sé qué es lo que hice mal, sabes yo... <u>yo traté de complacerlo en todo tenía su casa impecable, quise ser una buena anfitriona para sus invitados, tu estuviste a las fiestas, además hice de todo para ser la esposa perfecta...</u></p> <p>LAURA: Ya no te tortures más pensando en qué fue lo que hiciste mal, o porque la verdad es que no hiciste nada mal. Rafael es un idiota</p> <p>ALMA: <u>Si, si pero sabes también es el hombre que yo amo, es el único hombre</u></p>	Acaba el <i>flash back</i> y volvemos a la escena donde está Laura con Alma platicando	

		<u>que he amado en toda mi vida, ahora... ahora me está sacando de su vida y yo no sé por qué</u>		
11	Descriptivo	<p>GABRIELA CHICA: No entiendo mamá</p> <p>ALMA: ¿Qué es lo que no entiendes hija?</p> <p>GABRIELA CHICA: ¿Qué es lo que quieres de mí? No hay forma de complacerte</p> <p>ALMA: Gaby mira todo lo que te pedí es que arreglaras tu cuarto eso es todo</p> <p>GABRIELA CHICA: Es que mamá todo el tiempo estas sobre mí. No te gusta cómo me visto ni los amigos que tengo, no te gusta nada de mi</p> <p>GABRIEL DE CHICA: Orden, orden orden, orden, lo único que te importa es el orden, yo no soy tu mamá no voy a vivir tu vida</p> <p>GABRIELA DE CHICA: <u>No mamá tu quieres que sea como tú pero yo no quiero, mi sueño no es vivir pasándome por ahí, poniéndole los zapatos a mi marido</u></p>	Laura se va y Alma se queda sola a la mesa. En ese momento sucede otro <i>flash back</i> y ahora Alma recuerda una plática con su hija cuando era pequeña. Se encuentra Alma tendiendo la cama de su hija	
12	Descriptivo	<p>ALMA: Te ayudo a recoger ¿Sí?</p> <p>LAURA: Ay no, claro que no, al rato viene Marcela, ya sabes que yo no puedo vivir sin empleada doméstica</p> <p>ALMA: Y yo viví sin una durante 27 años</p> <p><u>LAURA: Alma tienes que dejar de ver al pasado, es momento de ver hacia adelante ¿Entiendes?</u></p> <p>ALMA: Es que, es que no me atrevo sabes, pues es que todo lo que puedo recordar es una vida de soledad y de... de un futuro incierto.</p> <p>LAURA: Y bueno, que es lo que piensas hacer, ¿vas a ir por tus cosas a tu casa?</p>	En la siguiente escena se hace notar que es de día, se encuentran desayudando Alma y Laura en el comedor	

13	<i>Descriptivo</i>	<p>ALMA: No sé, es que todo esto es tan nuevo, no sé ni siquiera donde voy a vivir. Supongo que... por el momento con mi mamá.</p> <p>LAURA: ¿Ya hablaste con ella?</p> <p>ALMA: Si, comprenderás fue un golpe terrible para ella. Es que... ella adora a Rafael ¿no?</p> <p><u>LAURA: Entiendo. Bueno amiga me tengo que ir y... te pido un favor. Saca todas las cosas de esa casa ¿sí? Tu ropa, tus joyas, tus muebles. Todo eso es tuyo tu te lo ganaste a pulso ¿Ok?</u></p> <p><u>ALMA: Como compensación por los servicios prestados ¿no?</u></p> <p><u>LAURA: Alma, tienes que cambiar esa actitud</u></p> <p>ALMA: Es que no puedo no puedo. Lo sé pero... voy a intentarlo</p>		
14	<i>Descriptivo</i>	<p>ALMA: (Dirigiéndose a un vigilante que sale a escena frente a ella) Buenos días juvenal, mi llave no abre y necesito entrar a la casa para llevarme unas cosas, ¿Me puedes ayudar por favor?</p> <p>JUVENAL: Disculpe señora pero es que usted no puede pasar.</p> <p>ALMA: ¿Cómo? ¿Por qué?</p> <p>JUVENAL: Órdenes del licenciado Rafael, dio órdenes de que no... no podía entrar</p> <p>ALMA: Pero que estás diciendo Juvenal ¿Cómo que no puedo pasar a mi casa?</p> <p>JUVENAL: Señora me da mucha pena porque es una buena persona, pero el licenciado me dio órdenes terminantes de que si llegaba usted, le negará el acceso y además le dijera que ésta ya no es su casa</p>	<p>Escena vemos a Alma intentado entrar a la que antes era su casa, pero al parecer la llave ya no abre su puerta.</p>	

15	<i>Descriptivo</i>	<p>ALMA: Ya no me digas, ya no me digas más. ¿Sabes? Vine aquí en busca de apoyo, de amor, de refugio. No vine a que me regañes mamá</p> <p><u>MAMÁ DE ALMA: No te estoy regañando hija. Simplemente te estoy diciendo que algo has de haber hecho para que tu marido tomara la desición de... bueno de que te fueras</u></p> <p>ALMA: Es que hablas igual que Gaby. ¿Por qué asumen que la culpa la tengo yo? Eh, o sea ahora resulta que Rafael es un santo, que yo soy la villana de la historia ¿no?</p>	Escena vemos a Alma en la casa de su mamá. Se encuentran las dos en la sala.	
16	<i>Descriptivo</i>	<p>ALMA: Pero ¿de qué lado estás mamá?</p> <p>MAMÁ DE ALMA: No se trata de tomar partido</p> <p>ALMA: Mamá, Rafael me hecho de mi casa, lo hizo por teléfono, ni siquiera se tomo la molestia de hacerlo de frente, me dejó sin un centavo para colmo y ¿Sabes qué? No pude recoger mis cosas, todo lo que tengo en la vida, todo lo que me queda en la vida está en esa triste maleta</p> <p><u>MAMÁ DE ALMA: Ya, ya, ya ni modo, el destino de una mujer es obedecer a su marido</u></p> <p>ALMA: Y como... ¿Cómo si fuera <u>qué? ¿Su esclava o que? El amo y señor ¿no?</u></p>		

17	<i>Descriptivo</i>	<p>MAMÁ DE ALMA: Es que lo es hija <u>ALMA: No mamá por Dios, estamos en el siglo XXI, las mujeres ya no tenemos que someternos al hombre</u> <u>MAMÁ DE ALMA: Pues si es tu marido y te mantiene... ¡Si señorita!</u> <u>ALMA: Ningún hombre tiene esos malos tratos con una mujer mamá por Dios</u> <u>MAMÁ DE ALMA: Es que hija, pon los pies en la tierra ¿Si? Rafael es un buen hombre y es un excelente padre para Gaby. Y tú dependes de él para vestir para comer para todo ¿Qué vas hacer ahora?</u> <u>ALMA: No sé</u> <u>MAMÁ DE ALMA: Ves como sigue siendo tu amo y señor</u></p>		
18	<i>Descriptivo</i>	<p>RAFAEL: Bueno, ¿Qué quieres que te diga? ALMA: No sé, por lo menos pudieras explicarme por ejemplo ¿Por qué me corriste no? ALMA: Rafael es que sabes... me asusta mucho tu frialdad RAFAEL: Así son las cosas ah! Y no te preocupes, no te voy a dejar desprotegida y lo sabes, te voy asignar una pensión ALMA: ¿Asignar? O sea cómo si fuera una de tus empleadas ¿o qué?</p>	<p>Siguiente escena vemos a Rafael en su oficina atendiendo varios asuntos Suenan el teléfono.</p>	

19	Descriptivo	<p>ALMA: No sé, de verdad amiga no lo sé</p> <p>LAURA: Bueno y no te ha dicho si te va a dar dinero, si te va a comprar una casa, ¿No han hablado de eso?</p> <p>ALMA: Claro que sí, ya tiene todo dispuesto, muy a su manera claro. Me dijo que me iba a asignar una pensión, hazme el favor</p>	Regresa con Alma en el bar, sentada junto con Laura su amiga, bebiendo unos tragos y sentadas en unos sillones.	
20	Descriptivo	<p>LAURA: Alma, ¿Te doy un buen consejo?</p> <p>Contrata tú a tu abogado y por favor sácale a Rafael todo lo que puedas</p>		
21	Descriptivo	<p>GABRIELA: No sé pá, a veces siento que te pasaste un poco hablarle a mi mamá desde Houston para decirle que se acabó</p> <p>RAFEL: Pues sí, pero de alguna manera tenía que hacerlo</p> <p>GABRIELA: Claro, pero no sé pienso que tal vez hubiera sido mejor que... te esperarás a regresar para hablar con ella ¿Por qué lo hiciste así?</p> <p>RAFAEL: Porque quería evitar una confrontación, llega un momento en el que te cansas de discutir, y discutir y...</p>	Escena regresamos a la oficina de Rafael, donde Gabriela (su hija) se encuentra sentada frente a él.	

22	Descriptivo	<p>GABRIELA: Tú sabrás como haces las cosas, pero... es que la verdad me dio muchísima pena no responderle y recibirla en mi departamento ayer que me habló, pero pues no quería dramas</p> <p>RAFAEL: Ya ves, ahora entiendes por qué lo hice así. Ni tú ni yo nos entendemos con tu mamá. <u>Y mira que siempre la tuve como una Reina, siempre fui un excelente marido Gaby</u></p> <p>GABRIELA: Pues sí, ¿Qué no me ibas a llevar a comer?</p> <p>RAFAEL: Si pero antes quiero que veas esto, es el comprobante de la transferencia que te hice a tu cuenta hoy en la mañana</p> <p>GABRIELA: Papá es muchísimo más de lo que me das al mes</p>		
23	Descriptivo	<p>RAFAEL: Si, te aumente tu mensualidad, eres joven, tienes una vida, tienes muchos gastos, y no quiero que te preocupes por nada muñeca</p> <p>GABRIELA: ¡Papá! (Se levanta y corre a abrazarlo) Eres el mejor papá del mundo</p> <p>Gracias</p> <p>(Suena el celular de Gabriela)</p> <p>GABRIELA: Es mi mamá</p> <p>RAFAEL: No, no, no, a ver apaga el celular y nos vamos a comer</p>		
24	Descriptivo	<p>MAMÁ DE ALMA (TITA): Mijita está preciosa</p> <p>GABRIELA: ¿Te gustó?</p> <p>MAMÁ DE ALMA (TITA): Si pero... ¿por qué me traes un regalo?</p> <p>GABRIELA: A pero como que por qué tita, la vi y me pareció divina para ti, además tienes que aprovechar porque ahorita estoy rica</p> <p>TITA: Ah ¿y eso?</p>	Escena se encuentra Gabriela en la casa de su Abuela TITA. La abuela tiene en sus manos una blusa blanca. Se encuentran en la sala de la casa.	

		<p>GABRIELA: Ah porque mi papá me aumento la mensualidad</p> <p>TITA: Yo siempre he dicho que Rafael es un buen hombre, muy cumplido, muy trabajador. Lástima que... las cosas estén tan mal entre tu mamá y él</p> <p>GABRIELA: Pero... ¿sabes qué tita? Es asunto de ellos dos y... hasta cierto punto le doy la razón a mi papá... no si la verdad es que mi mamá es muy sofocante y es imposible complacerla y tiene un carácter bien rarito</p> <p>TITA: Gaby, a veces he llegado a pensar que tú no quieres a tu mamá</p> <p>GABRIELA: No como crees tita claro que la quiero es mi mamá, simplemente es... agobiante todo el tiempo está encima de ti, por eso me salí de mi casa, tita</p>		
25	Descriptivo	<p>ALMA: ¿Qué pasa mi amor?</p> <p>GABRIEL CHICA: Ay es que están otra vez esos truenos</p> <p>ALMA: Si por eso vine, porque ya sé cuánto miedo te dan esas tormentas eléctricas mi bebé (Se acuesta junto con su hija y la abraza)</p> <p>GABRIEL CHICA: Gracias mamá</p> <p>ALMA: Mi bebé chiquita hermosa, acuérdate siempre, siempre, siempre mi amor de una cosa, siempre que haya una tormenta en tu vida, yo estaré siempre para ti, siempre. Chiquita hermosa</p>	<p><i>flash back</i> con Gaby, y sale una escena donde está lloviendo y Gaby se encuentra atemorizada en su cama de noche.</p>	

26	Descriptivo	<p>RAFAEL: Así que... ¿Firmó sin más?</p> <p>ABOGADO: Sin más licenciado, claro yo le ofrecí que lo leyera, no sin antes decirle que yo creía que su oferta era razonable</p> <p>RAFAEL: Muy sutil, lo felicito, tiene usted un muy buen poder de convencimiento</p> <p>ABOGADO: En realidad la señora era la que estaba muy afectada, literalmente me dijo que no tenía cabeza para leerlo</p> <p>RAFAEL: Pues ya firmó, ya se fastidió, está aceptando por voluntad propia todo lo que dice en el convenio, Oiga y ¿Ella sabe que usted y yo hablamos?</p> <p>ABOGADO: No, no, no yo sólo le dije que había estado en contacto con su abogado</p> <p>RAFAEL: Bien, por cierto necesito sus datos bancarios para depositarle el dinero que acordamos, no es usted nada barato pero me salió mucho más económico que darle a ella lo que le tendría que dar por ley</p>	Escena se encuentra Rafael con el Abogado en su oficina discutiendo los trámites de divorcio.	
26	Descriptivo	<p>TITA: ¡¿Cómo que firmaste sin leerlo?!</p> <p>ALMA: Mamá, es que el abogado me dijo que la propuesta era razonable</p> <p>TITA: Hija, ¡Hasta yo sé que hay que leer antes de firmar! Este papel define tu situación económica, es importantísimo, ¡no puedes confiar tan ciegamente en alguien que solamente has visto dos veces!</p> <p>ALMA: Pero mamá es que... es amigo de Laura</p> <p>TITA: ¡¿Y qué?!</p> <p>ALMA: Pero es que... yo pensé que...</p> <p>TITA: ¡¿Ya ves lo que firmaste?! Mira... ¡mira lo que te está dando de pensión!</p> <p>(Alma lee el papel que su mamá le da) No te da nada más, ni bienes, ni propiedades</p>	Escena se encuentra Tita en su casa con Alma, su hija. Están en la sala de la casa.	

		ALMA: Ay Dios mío TITA: ¡ <u>Ya lo firmaste! Ay hija lo que este hombre quiere es que... es que te mueras de hambre</u>		
27	Descriptivo	GABRIELA: Ay má gracias por aceptar mi invitación ALMA: Ay hija encantada, hay no sabes estoy furiosa conmigo, con tu padre y con ese abogaducho que evidentemente se vendió, mira bien me dijo Laura Tú papá todo lo compra pero yo cómo pude ser tan estúpida es que me asigno una pensión indigna, sabes qué ¿Juvenal? Va a recibir más pensión que yo, para que me entiendas ashh GABRIELA: ¿Qué? Ay bueno... pero la verdad es que no creo que mi papá haya comprado al abogado ALMA: Ay mamita tu no conoces a tu padre, lo que pasa es que para ti es... es un Dios, es un tramposo, no me hagas caso	Escena se desarrolla en un restaurante. Se encuentra Gaby y Alma a punto de entrar a comer al restaurante.	
28	Descriptivo	GABRIELA: Eres un maldito papá ¿Qué tienes en la cabeza? ¿Qué te pasa? RAFAEL: ¡Alma! Espera GABRIELA: Como crees, ¿Cómo vas a ir detrás de ella? ¿Qué te pasa? RAFAEL: Déjame explicarte GABRIELA: No tienes que explicarme nada, está más que claro y tu (Dirigiéndose a Laura) ¡Eres una zorra!	Cuando entran al restaurante ven a Rafael con Laura juntos, comiendo y muy cariñosos. Alma se queda impactada y su hija Gabriela también.	
29	Descriptivo	ENCARGADO: Hey, cuidado tranquilícense GABRIELA: No, no me piden que me tranquilice (Se escucha un sonido de vasos rotos y corre el encargado y Gaby hacia la entrada del restaurante. Alma se encuentra agachada		

		tratando de recoger los vasos de vidrio que se cayeron y llegan a levantarla el encargado y su hija Gabriela) GABRIELA: ¿Estás bien? ALMA: Si, si perdón, gracias		
30	Descriptivo	GABRIELA: ¿Cómo te sientes bien? ¿Un poquito mejor? ALMA: Si, si ya estoy mejor. Oye... y ¿Tú papá? GABRIELA: Se fue con esa vieja, no deje que se te acercara (El encargado entra a ver a Alma y a Gabriela y les lleva dos bebidas) ENCARGADO: Señora, tómese esto ALMA: Muchas gracias	Escena se encuentran en un cuarto con sillones azules, donde están Alma y Gabriela.	
31	Descriptivo	GABRIELA: No lo puedo creer, ¿Cómo pudiste? ¿Cómo fuiste capaz de hacer toda esa bajeza? GABRIELA: Si, si tienes razón, no entiendo, pero no amarla no te da derecho a traicionarla y menos, mucho menos con su mejor amiga RAFAEL: Mira, tu madre me orilló a esto GABRIELA: Así que ahora mi mamá tiene la culpa RAFAEL: Ella era muy fría conmigo hija GABRIELA: <u>Mi mamá fue la esposa perfecta, de que me estás hablando</u> <u>RAFAEL: Precisamente perfecta, demasiada perfecta, obsesionada con el orden</u> <u>GABRIELA: Si, si también obsesionada contigo, te cuidó, fue una anfitriona maravillosa, existía para ti, para tus planes, para tus caprichos, eras el eje de su vida</u>	La siguiente escena se desarrolla en la oficina de Rafael, llega Gaby enojada.	

		<u>papá y ¿tú qué hiciste? La corriste de la casa sin tan siquiera tener el valor de decírselo a la cara. Que poco hombre eres papá</u>		
32	Descriptivo	<p>ALMA: Esto no puede estar sucediendo TITA: Hija, yo tengo mucha culpa en esto. ALMA: ¿Tú por qué mamá? TITA: Porque no supe educarte ALMA: ¿De qué hablas? TITA: <u>Te enseñé que una esposa se debe a su marido, que debe obedecerlo sin chistar ni preguntar, a someterse a él, pero te juro que eso fue lo que a mí me enseñaron. Me enseñaron a hacer una buena esposa pero... pero no a ser una mujer segura de sí misma</u> ALMA: No te preocupes tu... tu me enseñaste lo que creías que estaba bien</p>	Escena se encuentra Alma con su mamá en su casa. Alma está llorando y su madre la está viendo sentada en el sillón.	
33	Descriptivo	<p>TITA: ¡Contesta! ALMA: No, no quiero, no quiero, no quiero TITA: Tienes que hacerlo. <u>Por favor habla con él y pelea lo que es tuyo, ya no puede tratarte como una sirvienta, ya no, hazlo</u></p>		

	<p>Descriptivo</p>	<p>RAFAEL: Alma voy a aumentarte, si quieres compramos una casa o no sé un departamento ALMA: ¿Por qué estás haciendo todo esto he? RAFAEL: Bien pues yo... Gaby fue a verme y... me dijo muchas cosas ALMA: Ah claro, claro es sólo para lavar tus culpas ¿no? Tu todo lo solucionas con dinero. Sabes tenemos un rato hablando y en ningún momento te he escuchado ni decir la palabras perdóname RAFAEL: Alma, el amor de Laura, estas cosas simplemente suceden RAFAEL: ¿Fallaste? RAFAEL: <u>En que fuiste una esposa perfecta, pero sabes qué te olvidaste de ser mujer. Mira cada vez que yo quería intimar, siempre me rechazabas, siempre</u> ALMA: <u>Porque estaba cansada, por que trabajaba como una esclava para... para tenerte tu casa limpia, tu ropa impecable ¿eh? Para atender todos tus compromisos sociales, para vivir cada segundo de mi vida dedicada a ti... a todas tus necesidades</u></p>	<p>escena se observa a Rafael y Alma en un bar tomando unas bebidas</p>	
<p>34</p>	<p>Descriptivo</p>	<p>ALMA: Si tiene lógica pero <u>con la estupidez que cometí de firmar sin leer el convenio de divorcio pues tengo las manos atadas</u> GABY: Y para colmo no puedes trabajar porque si lo haces te quita la pensión TITA: ¿En qué piensas hija? ALMA: En qué tengo 2 opciones o me someto con lo que Rafael da y seguimos muriéndonos de hambre o empiezo a valerme por mí misma TITA: Pero cómo hija si tú no sabes hacer nada y ya oíste lo que dijo Gaby, corres el riesgo de perder tu pensión</p>	<p>Escena se encuentra Alma, su hija Gabriela y su mamá TITA en la sala de la casa de TITA. Alma se encuentra revisando algo en una libreta que tiene sobre sus piernas.</p>	

		<p>ALMA: Y de qué sirve, podría ganar más dinero de lo que sea mamá</p> <p>GABY: Tienes razón mamá, yo te apoyo. Y que piensas hacer.</p> <p><u>ALMA: No sé, sabes qué, no, si sé voy a dejar de ser la esposa perfecta mientras la trabajadora sale a buscar nuevos horizontes como ves</u></p>		
35	Descriptivo	<p>ALMA: Ha de pensar usted que es un atrevimiento</p> <p>ENCARGADO: ¿Por qué?</p> <p>ALMA: Pues porque he venido a pedirle trabajo y al mismo tiempo digo que... pues no tengo ninguna carrera ni profesión.</p> <p>ENCARGADO: A ver Alma, analicemos bien las cosas, ¿Qué sabe usted hacer?</p> <p>ALMA: No mucho. Hablo inglés, francés</p> <p><u>ALMA: Ser esposa, ama de casa, mamá</u></p> <p>ENCARGADO: Bueno pues, usted sabe hacer muchas cosas</p> <p>ALMA: ¿Cómo?</p> <p><u>ENCARGADO: Si, me refiero a una mamá sabe hacer cosas, sabe cocinar, sabe administrar, sabe supervisar. Una ama de casa sabe ser consejera sabe ser enfermera, negociadora, en fin muchas cosas. También usted fue anfitriona por lo que me contó de embajadores y altos ejecutivos. Además tiene una presencia excelente, un trato fino, conoce las reglas de etiqueta, habla dos idiomas. Alma usted es exactamente la persona que necesito.</u></p> <p>ENCARGADO: Alma está usted contratada como Directora de Relaciones Públicas de este Restaurante. ¿Qué pasa?</p>	<p>Escena se observa a Alma en la oficina del gerente del restaurante donde tiempo atrás encontrará a Laura con su ex esposo.</p>	

36	Descriptivo	<p>TITA: <u>Eso es cierto que las mamás saben hacer muchas cosas</u> ALMA: Claro, es que la verdad uno no lo piensa. Pero ya tengo trabajo, de ahora en adelante ahora si mi vida es sólo mía</p>	Escena están en la casa de TITA: Gaby, Alma y tita en la sala.	
37	Descriptivo	<p>RAFAEL: Laura entiende, estás cosas no se hacen así ¿Qué no sabes hacer de comer LAURA: Sabes perfectamente que la cocina no es mi fuerte Rafael RAFAEL: Sí, sí, sí ya veo. La comida va a llegar cuándo estén aquí mis futuros clientes y sus esposas. Y se van a dar cuenta de que no te tomaste la molestia de hacer de comer. Haber entíndeme los grandes negocios se hacen en la casa, da un toque personal, amigable, en familia, una atmósfera íntima ¿Me entiendes? Mira por eso Alma preparaba.... LAURA: ¡Pero yo no soy Alma! RAFAEL: Sí, sí, sí, ya me di cuenta que no eres Alma. Ve esta mesa por ejemplo LAURA: ¿Qué diablos tiene la mesa? RAFAEL: Esta pésimamente puesta. Faltan cubiertos, no hay platos para la ensalada. Estas copas no corresponden al vino que compré. Y la vajilla. Tienes 20 vajillas mujer. ¿Por qué esta específicamente? RAFAEL: Esas cosas no se le dejan a la</p>	Siguiete escena vemos a Rafael y Laura frente al comedor de su casa.	

		<p>servienta. Mira Alma cuando...</p> <p>LAURA: Al demonio con Alma, por qué no piensas en ella cuando tú y yo estamos en la cama ¿Verdad?</p> <p>RAFAEL: Esta bien, te lo concedo Laura eres muy buena en la cama, pero ¿sabes? <u>Estás muy lejos de ser una esposa perfecta</u></p>		
38	Descriptivo	<p>ALMA: Ay mi amor, ¿sabes? A veces extraño eso. La vida social que tenía con tu papá.</p> <p>GABY: Pues no sales porque no quieres, porque hay mucha gente que te invita</p>	Escena se encuentra Alma comiendo al comedor. Cuando entra su hija GABY con el periódico.	
39	Descriptivo	<p>ENCARGADO: Allá adentro esta su ex esposo, justo en el área donde usted va a trabajar.</p> <p>ALMA: Ah entiendo, gracias por avisarme</p> <p>ENCARGADO: Si quiere evitar un encuentro con él lo puede dejar para más tarde</p> <p>ALMA: No, no, no, Michelle lo agradezco pero mis asuntos personales no tienen porque intervenir en mi trabajo, no te preocupes no habrá ninguna escena te lo prometo.</p>	La siguiente escena ocurre en el restaurante. Alma está dando indicaciones.	

40	Descriptivo	ALMA: Gracias otra vez, veo los detalles, lo veo en un momento, con permiso. Raúl tenemos que ver todos los detalles por favor, anótame dos mesas con mantel de Adelino alguna con otro color si y... porcelana blanca, en esta y en la otra la bajilla de filo dorado con las copas de cristal cortado por favor...	En el mismo restaurante Rafael se encuentra en una de las mesas platicando con un amigo.	
41	Descriptivo	Buenas tardes, ¿están bien atendidos?, ¿les falta algo? AMIGO DE RAFAEL: No, todo está bien, muy amable ALMA: Que bueno RAFAEL: Luís Ángel mira, ella... ella es... ENCARGADO MICHELL: Mi directora de relaciones públicas y con su permiso caballeros me la tengo que robar	(Se acerca a la mesa donde se encuentra su ex esposo.	
42	Descriptivo	LUIS ANGEL: Es una mujer muy hermosa RAFAEL: Sí LUIS ANGEL: Y elegante LUIS ANGEL: Es una de esas mujeres que cualquier hombre se sentiría orgulloso de tener a su lado, me parece que la conoces ¿de aquí? RAFAEL: Te molesta si pedimos la cuenta y nos retiramos. Joven la cuenta por favor. Gracias.		

43	Descriptivo	<p>RAFAEL: Alma mira yo sé que cometí un error pero...</p> <p>ALMA: Y no sabes de qué tamaño</p> <p>RAFAEL: PERO...</p> <p>ALMA: <u>Pero sabes que tu error fue, mi gloria, mi suerte</u></p> <p>ALMA: No, no, supongo que no. Pero hay algo que si debo agradecerte</p> <p>RAFAEL: Que es</p> <p>ALMA: Pues <u>el haberme dado la libertad para darme cuenta que aunque no soy perfecta tengo muchas cualidades y puedo ver por mi misma y tengo derecho a ser feliz</u></p> <p>RAFAEL: Tuve un diamante en mis manos verdad</p> <p>ALMA: Así es y lo perdiste. No nos veremos por algún tiempo porque sabes me voy a trabajar a París, con permiso.</p>	Escena se encuentra Alma en la oficina de Rafael.	
----	--------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

CAPITULO: "BEST FRIENDS"
DE LA SERIE: "LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES"
FECHA DE TRANSMISIÓN: 17 DE MAYO DE 2011
HORA DE TRANSMISIÓN: 5 PM
DURACIÓN: 1 HORA
CANAL DE TELEVISION: AZTECA 13

NÚMERO DE ESCENA	SINTAGMA O PLANO	DIÁLOGO DE LOS PERSONAJES	DESCRIPCIÓN DEL PERSONAJE	FOTOGRAMA
1	Descriptivo.	<p>BRENDA (NIÑA): Si quieres seguir siendo mi amiga vas a tener que pasar una prueba. La prueba de las cucarachas. (Se dirige hacia un frasco donde tiene varias cucarachas, lo toma y se inca)</p> <p>BRENDA (NIÑA): Le pedí a las sirvientas que cuando vieran cucarachas me las juntaran. Si vas a querer ser mi amiga, vas a tener que aguantar esto.</p>	<p>El personaje 1 es la niña Dulce. Dulce viste una playera rosa claro. Un pantalón de mezclilla azul claro. Su cabello es castaño claro y corto a la altura del cuello, su piel es morena. Esta amarrada de las manos a la pata de la cama. Tiene una mirada triste y no se le ven accesorios.</p>	
2	Descriptivo	<p>Dulce ya de más edad, sentada en una banca, al parecer de la escuela, y se encuentra pensativa. Brenda se acerca a ella con una torta en la mano</p>	<p>Dulce lleva una playera morada, un pantalón de mezclilla color azul fuerte. Utiliza unos aretes pequeños color rosa. Su cabello es negro y largo. Su peinado es sencillo, solo recogido de la parte de arriba. Su mochila es color roja y esta a lado de ella sobre la banca blanca.</p>	

3	Descriptivo	<p>BRENDA: Dulce, Dulce, Dulce... Como Dulce no responde, Brenda le embarra la mitad de la torta en la cara DULCE: Brenda que te pasa, ¿Por qué hiciste eso? BRENDA: Pues es la torta que me pediste pero como siempre estás en <u>la lela</u>, a ver deja te limpio.</p>		
4	Descriptivo	<p>DULCE: No, no, no, no, ya déjalo así BRENDA: ¡Deja te limpio! Todavía que te voy a limpiar con mi pañuelo carísimo y tú te pones...</p>	<p>Dulce lleva una playera morada, un pantalón de mezclilla color azul fuerte. Utiliza unos aretes pequeños color rosa. Su cabello es negro y largo. Su peinado es sencillo. Brenda tiene un pantalón azul de mezclilla, blusa media floreada y chaleco negro, es de tez blanca y cabello rubio.</p>	
5	Descriptivo	<p>Brenda sentada en el comedor de su casa, la sirvienta le sirve su plato de comida, y entra su mamá que acaba de llegar del trabajo) BRENDA: ¡Vaya! Hasta que voy a comer contigo. BRENDA: ¡Ah mira! O sea que para ti ayudar a <u>dos viejas muertas de hambre</u> es más importante que estar con tu hija. ¡Estúpidos muertos de hambre! Por su culpa mi mamá nunca tiene tiempo para mí, por eso siempre me ha mandado a escuelas públicas, para conocer la realidad. Ojalá desaparecieran del mundo.</p>	<p>Brenda niña bien, con cabello rubio, de tez blanca, viste pantalón de mezclilla, chaleco negro y blusa media floreada. Se sitúa en un el comedor de su casa, un comedor café, y que denota buena posición económica. Pero se encuentra sola, esperando que llegue su mamá para comer con ella.</p>	

6	Descriptivo	<p>BRENDA: Vine por ti ¡Vámonos! DULCE: Brenda mira yo...tengo... mucho que estudiar BRENDA: Ay ya Dulce vámonos si BRENDA: Ay nada más es un ratito Julia, te prometo que yo te la cuido, es más yo le pago todo lo que ella quiera. (Brenda empuja a Dulce por la espalda y se dirigen a la puerta)</p>	<p>Brenda tiene pantalón de mezclilla, blusa media floreada y chaleco negro, Dulce tiene blusa morada, Dulce lleva una playera morada, un pantalón de mezclilla color azul fuerte. Y la escena se desarrolla en el comedor de la casa de Dulce.</p>	
7	Descriptivo	<p>Brenda tiene dos conos de nieve en las manos BRENDA: <u>Toma mensa</u> agarra uno DULCE: No, no, no muchas gracias, no quiero BRENDA: Te lo estoy regalando, es gratis, no te lo voy a cobrar, ¡agárralo! DULCE: No, pero no quiero gracias BRENDA: Neta es como dicen, <u>pobres y orgullosos</u></p>	<p>Dulce lleva una playera morada, un pantalón de mezclilla color azul fuerte, Brenda pantalón de mezclilla, blusa floreada y chaleco negro, tiene Brenda dos helados y la escena se desarrolla en un centro comercial.</p>	
8	Descriptivo	<p>A ver Brenda no es por eso, nada más que no quiero que me lo termines aventando en la ropa como lo haces siempre. BRENDA: O sea como si tus trapos fueran muy finos (Dulce se levanta, agarra su mochila roja y camina unos pasos)</p>	<p>Dulce lleva una playera morada, un pantalón de mezclilla color azul fuerte, Brenda pantalón de mezclilla, blusa floreada y chaleco negro, tiene Brenda dos helados y la escena se desarrolla en un centro comercial.</p>	

		<p>BRENDA: Ay ya ya, Dulce Ok me pase, perdón. Ya, agarra tu helado, te lo estoy regalando. Oye ¿No quieres ir al cine?</p> <p>DULCE: A ver Brenda porque me dice que vayamos al cine si no traigo dinero para las entradas.</p>		
9	Descriptivo	<p>BRENDA: Ay ¿Cuándo si traes?</p> <p>(Dulce hace un gesto de disgusto y se voltea)</p> <p>BRENDA: Ay bueno ya, yo te invito ¿Ok?</p>	<p>Dulce lleva una playera morada, un pantalón de mezclilla color azul fuerte, Brenda pantalón de mezclilla, blusa floreada y chaleco negro, tiene Brenda dos helados y la escena se desarrolla en un centro comercial. El chico (Eduardo) tiene un pantalón de mezclilla azul, camisa también azul, simulando ser mezclilla y playera rosa, es de tez blanca, cabello chino.</p>	
10	Descriptivo	<p>De la parte de atrás de donde se encuentran las chicas, sale un joven güero, con cabello corto y rubio, con un pantalón de mezclilla, una playera rosa y encima una camisa desabotonada de mezclilla, lleva en su mano un celular y lo va guardando en su bolsillo de su pantalón, mira fijamente a Dulce)</p>	<p>Dulce lleva una playera morada, un pantalón de mezclilla color azul fuerte, Brenda pantalón de mezclilla, blusa floreada y chaleco negro, tiene Brenda dos helados y la escena se desarrolla en un centro comercial. El chico (Eduardo) tiene un pantalón de mezclilla azul, camisa también azul, simulando ser mezclilla y playera rosa, es de tez blanca, cabello chino. En sus miradas denotan gustarse entre Dulce y Eduardo, pero en Brenda hay cierto disgusto.</p>	

11	Descriptivo	<p>Brenda al ver que Dulce no despega la mirada con el joven, le jala su cabello) BRENDA: ¿Dulce? Pérame <i>babosa</i> DULCE: ¡Ay! Qué te pasa ¿por qué haces eso? BRENDA: Porque te estoy hablando y estás viendo a otro lado DULCE: A ver me dolió si BRENDA: De eso se trataba, ándale ya vámonos, ay no puede ser que seas así (se van juntas y Dulce voltea a ver al joven que todavía la mira)</p>	<p>Dulce lleva una playera morada, un pantalón de mezclilla color azul fuerte, Brenda pantalón de mezclilla, blusa floreada y chaleco negro, tiene Brenda dos helados y la escena se desarrolla en un centro comercial. Brenda arremete a Dulce, la jala de los cabellos, para tener su atención.</p>	
12	Descriptivo	<p>Dulce cruzando una calle, de repente sale un automóvil que pita fuerte a Dulce. Dulce se detiene y voltea a ver al conductor del automóvil. El vehículo iba directo a Dulce, y esta se da cuenta que la que va manejando es su amiga Brenda.</p>	<p>Carro negro de lujo, conducido por Brenda quien espanta a Dulce, está viste pantalón de mezclilla negra y playera roja, la escena se desarrolla en el exterior de la calle.</p>	
13	Descriptivo	<p>DULCE: ¡No! Tenemos que ir a clase Brenda BRENDA: <i>Ay ñoña, no seas ñoña</i> por favor, es matemáticas ni entrando la vas a pasar, y es que. Mejor vamos a darnos una vuelta, digo, mejor reprobar con gusto. DULCE: Mira, yo tengo que preguntarle algo al maestro de matemáticas y la verdad es que no entiendo nada para el examen. BRENDA: A ver a ver Dulce... Tú ni en dos meses entiendes nada ¿Si? No seas <i>tarada</i>. Súbete. Ándale. ¡Súbete!</p>	<p>Brenda espanta a Dulce, está viste pantalón de mezclilla negra y playera roja, la escena se desarrolla en el exterior de la calle. Brenda viste pantalón negro, blusa gris con detalles negros y zapatos de color negro.</p>	

14	Descriptivo	<p>(Dulce accede y se dirige a la puerta del automóvil de lado del compañero del conductor, pero Brenda la detiene y le dice:)</p> <p>BRENDA: No, no, por el otro lado</p> <p>DULCE: ¿Cómo por el otro lado?</p> <p>BRENDA: Sí, ya me cansé de llevarte a todos lados.</p> <p>DULCE: No, yo no sé manejar Brenda y lo sabes</p> <p>BRENDA: Ay, ya sé mensa por eso yo te voy a enseñar a manejar para yo dejar de ser tu chofer.</p> <p>DULCE: ¿En serio?</p> <p>BRENDA: Sí, obvio, ándale, súbete.</p>	Brenda espanta a Dulce, está viste pantalón de mezclilla negra y playera roja, la escena se desarrolla en el exterior de la calle.	
15	Descriptivo	<p>BRENDA: Si serás, a ver, esto es una llave ¿sí?, nada más que moderna no como las que tú usas. La metes y le aprietas “start” que es encender ¿Entendiste? ¿Si sabes que es encender? Bueno, luego presiona. (Dulce presiona el botón) ¡Vaya! No eres tan tonta. Ok, entonces como este coche es automático. Lo único que tienes que hacer es pisar el freno y cambiar la palanca de “P” que es “Parking” a “D” que es “Drive” ¿ok? ¿Entendiste?</p>	Dulce pantalón de mezclilla negra y playera roja, la escena se desarrolla en el interior del carro de Brenda. Brenda viste pantalón negro, blusa gris con detalles negros y zapatos de color negro.	
16	Descriptivo	<p>BRENDA: Espérate, ¡frena!, ¡frena!, ¡frena! ¿Qué te pasa estúpida?</p>	Brenda y Dulce se encuentran en el interior del carro, el propósito es enseñar a Dulce a manejar.	

17	Descriptivo	(Brenda golpea en la cara a Dulce) ¡Por poco y chocas mi coche! DULCE: Perdóname Brenda por favor	Brenda golpea en la cara a Dulce.	
18	Descriptivo	BRENDA: ¡No!, es que neta que ¿no poder ni moverlo? Por eso la <u>gente pobretona</u> como tú tienen que andar trepados como changos en el autobús y neta que asco.	Brenda golpea en la cara a Dulce, y esta se molesta, se lleva la mano a su mejilla para aliviar un poco el dolor y reclama la acción de Brenda.	
19	Descriptivo	BRENDA: A ver Dulce, Dulce, Dulce. Espérate. Ya perdóname. Me pasé, me pasé. Ya súbete. (Brenda la jala del brazo) DULCE: ¡Ey! No quiero que me vuelvas a tocar BRENDA: Dulce perdóname, siento mucho lo que te dije. ¿Ok? Tú eres mi mejor amiga. Ya súbete y yo manejo. Perdón.	Dulce reclama a Brenda su maltrato y denota en su mirada coraje, le exige que no la vuelva a tocar.	

20	Descriptivo	DULCE: Mamá, mamá vámonos por favor. Vámonos de aquí, vamos a cambiarnos de casa ¿sí? Por favor mamita te lo suplico	Dulce en el comedor de su casa, le suplica a su mamá que se vayan de ahí, viste pantalón negro y playera roja.	
21	Descriptivo	MAMÁ DE DULCE: Tranquila, ¿Qué pasa? No te entiendo hija DULCE: Es que mamá, mamá ya estoy harta. Estoy harta mami estoy harta	Se hace un close off de la cara de Dulce, que denota tristeza y desesperación por la situación en la que vive.	
22	Descriptivo	BRENDA: Oye oye ñoña ¿Qué onda contigo? Ayer te estuve marcando toda la tarde a tu casa y tu mamá me dijo que no estabas. ¿Por qué te niegas? Si es por lo de mi coche ya te había pedido disculpas... DULCE: Ya a ver a ver a ver yo no me estaba negando, pues es que realmente no estaba. BRENDA: Ay si, estabas con un amigo ¿no?	Brenda viste falda corta color verde y blusa negra, Dulce viste pantalón de mezclilla y blusa gris, la escena se desarrolla en el interior del patio de la escuela.	

23	Descriptivo	<p>Dulce, no seas fantasiosa, tú única amiga soy yo, y nadie quiere ser tu amigo. DULCE: Pues ayer si hubo alguien BRENDA: ¿Quién? Ay de seguro una de esas <i>losers</i> igualitas a ti que tienen basura en la cabeza. BRENDA: <u>Noña</u> ya estás grandecita para inventarte amigos imaginarios BRENDA: Ay es que nada, de seguro es uno de tus inventos. Ya sabía eres una <u>loser, Loser</u></p>	<p>Brenda viste falda corta color verde y blusa negra, Dulce viste pantalón de mezclilla y blusa gris, la escena se desarrolla en el interior del patio de la escuela. Brenda tiene una actitud de reproche hacia Dulce y la arremete diciéndole que es una perdedora.</p>	
24	Descriptivo	<p>EDUARDO: Perdóname que me tarde un poco pero es que pase a comprarte esto. (Muestra unas flores rojas y blancas a Dulce) BRENDA: ¿Claveles? Ja ja. Esas usamos en los baños de mi casa. Hola soy Brenda (Se dirige a Eduardo y le da la mano)</p>		
25	Descriptivo	<p>(Eduardo se acerca a Dulce y le dice al oído) EDUARDO: La verdad pensé que solo íbamos a estar tu y yo solos DULCE: Entiéndeme es mi amiga. EDUARDO: Bueno hacemos lo que ustedes quieran. BRENDA: Pues a mí me encantan los juguitos, ¿vamos no? Acompáñenme.</p>		

26	Descriptivo	<p>BRENDA: Ay Dulce por favor, atínale al 100 no al 10, no seas <u>tarada</u>. ¿Así o más <u>mensa</u>?</p> <p>EDUARDO: No no, no te preocupes, lo importante es que lo intentaste ¿eh? Si quieres mejor vámonos a otro juego (Dulce mueve la cabeza afirmando)</p> <p>BRENDA: ¡Ay no, no, no!, yo ya me aburrí. Vamos a otro lado, porque no a comer.</p> <p>DULCE: Ah bueno si quieren comer, podemos ir aquí a la comida rápida, digo ahí hay un lugar donde sabe rica ¿no?</p> <p>BRENDA: Ay luego luego a sacar el <u>cobre</u> <u>¡Naca!</u> Esa comida sabe horrible. Yo hablo de ir a un lugar bien, un restaurante fino. Yo invitó</p> <p>BRENDA: Ay tú qué dices si siempre me andas gorreando, si nunca traes un peso.</p>		
27	Descriptivo	<p>BRENDA: ¿Ya ves? Siempre que abres la boca es para decir una estupidez que arruina el momento.</p> <p>DULCE: A ver, Brenda en esta ocasión yo...</p> <p>BRENDA: Ah, ya, ya cállate. Aunque déjame decirte que... Estuvo un poco distante, pero ese rancherito me gusto.</p> <p>DULCE: ¿Cómo? A ver, me quieres decir que ¿te gusto Eduardo?</p> <p>BRENDA: Ajá, así que si te habías hecho ilusiones con él</p> <p>(Le arranca las flores que tiene en sus manos Dulce y las tira al bote de basura).</p>		

28	Descriptivo	<p>Brenda llega con Dulce y le ofrece un celular. DULCE: ¿Y eso? BRENDA: Pues toda la tarde te estuve marcando y no estabas, con eso de que no tienes celular, te lo regalo, ahora si te voy a poder localizar. DULCE: No Brenda muchas gracias. BRENDA: Es viejo, lo use el año pasado, te lo regalo. DULCE: No es que la verdad no lo necesito, muchas gracias pero no BRENDA: No te digo, <u>mugrosa, pobre y orgullosa.</u> ¿Hacia donde piensas llegar Dulce? DULCE: Pues ojala que sea algún lugar en donde no estés tú.</p>		
29	Descriptivo	<p>Dulce y Brenda en una tienda de ropa. Dulce lleva mucha ropa para en sus manos para después probarse DULCE: Brenda cuando tú me dijiste que me ibas a ayudar con lo de los vestidos, pensé que me los iba a prestar. BRENDA: Dulce, la gente cambia. Un día de repente se da cuenta que la ha regado. Y yo sé que te he tratado muy mal. Pero quiero dejar todo eso atrás ¿Ok? Ándale ve a ver que te gusta. DULCE: Bueno está bien, ¿Te la dejo? (Dulce le da su mochila a Brenda) Mientras Dulce se mete a los probadores a quitarse el vestido azul, Brenda guarda las pulseras en la mochila de Dulce, cuidando que nadie la vea).</p>		

30	Descriptivo	<p>(Cuando pasan por las barras de seguridad de la tienda, éstas suenan) GUARDIA: ¿Me permite su bolsa por favor? DULCE: Si claro (El guardia pasa la bolsa por las barras de seguridad y éstas no suenan) GUARDIA: Adelante pueden pasar. DULCE: Gracias. (Cuando intentan nuevamente pasar las barras de seguridad vuelven a sonar). GUARDIA: ¿Me permite revisar sus mochilas? ¿Me permite su bolsa por favor? (Dirigiéndose a Brenda).</p>		
31	Descriptivo	<p>GUARDIA: Su mochila (Dirigiéndose a Dulce) (Cuando el guardia pasa la mochila de Dulce por las barras de seguridad éstas suenan, y cuando abre la mochila encuentra las pulseras que Brenda había puesto ahí). GUARDIA: Tendrá que acompañarme por favor de este lado. BRENDA: Dulce ¡Que hiciste! DULCE: No a ver espérate, yo no sé cómo llegaron esas pulseras ahí señor.</p>		

32	Descriptivo	<p>Se encuentran Dulce y Brenda en la oficina del encargado de la tienda, están sentadas frente a su escritorio.</p> <p>DULCE: Yo no sé cómo llegaron esas pulseras a mi mochila, le juro que yo no me las quería robar. Mire yo nada más vivo con mi mamá, vivimos ella y yo solitas y ella trabaja como mesera, no me quiero meter en más problemas por favor. No tengo dinero para pagárselas, pero si quiere me puedo quedar aquí en la tienda y le puedo barrer o le puedo trapear o...</p> <p>BRENDA: ¡Dulce tampoco te rebajes!</p> <p>DULCE: A ver Brenda por favor ¡Ya cállate! Señor por favor se lo suplico, no llame a la policía ¿sí? De verdad que no sé como lleo esto a mi mochila yo no las quería por favor señor, por favor se lo suplicó.</p> <p>ENCARGADO DE LA TIENDA: Esta bien, lo voy hacer por ti. Porque por tu amiga (lanza una mirada a Brenda) Jamás. Váyanse y no quiero volver a verlas por aquí ¿Entendido?</p>		
33	Descriptivo	<p>Brenda y Dulce en la fiesta. Dulce se ve incómoda con el vestido azul y su maquillaje es muy cargado.</p> <p>BRENDA: Ay... obvio todos los hombres les encantan que seamos sexis, a todos. Vente vamos por unos traguitos. (Brenda jala a Dulce para donde están las bebidas (Dulce corre a una esquina de la casa y vomita)</p> <p>BRENDA: Ay eso me pasa por traer <u>nacas</u> a las fiestas.</p> <p>DULCE: Ya me quiero ir a mi casa, me</p>		

		<p>siento súper mal</p> <p>BRENDA: No, mira mejor duérmete un ratito, y al rato yo regresó por ti para irnos ¿si?</p> <p>DULCE: No, no no, por favor me siento mal</p> <p>BRENDA: Dulce, tranquila no pasa nada, ya descansa y al rato regreso por ti</p> <p>(Dulce cae mareada en la cama, y Brenda sale a la fiesta)</p>		
34	Descriptivo	<p>BRENDA: Alex, ¿vienes tantito? Permíteme, perdón, perdón. Oye me dijo mi amiga que te espera en la recámara, es un poco tímida tu sabes, pero quiere conocerte, entonces también me pidió que vayas discretamente ¿Ok? Suerte</p> <p>(Alex se mete al cuarto donde esta Dulce).</p>		
35	Descriptivo	<p>escena vemos Dulce que llega a su casa, su mamá la está esperando en la sala</p> <p>JULIA: Dulce... hija, finalmente llegaste, estaba preocupadísima ¿Qué te paso? ¿Estás bien? ¿Qué, qué paso?</p> <p>DULCE: Mamá por favor perdóname, por favor discúlpame Brenda me dejo ahí en la fiesta sola, se fue, tuve que ir al metro más cercano, caminando, tuve que esperar a que abrieran mamá, y un señor me tuvo que prestar para comprar un boleto.</p> <p>JULIA: ¿Eso? ¿Eso te hizo Brenda? ¡No puede ser esta niña!</p> <p>DULCE: (llorando) Mamá, mamá yo no quiero volver a ver a Brenda. La odio mamá, la odio y no la quiero volver a ver.</p>		

36	Descriptivo	<p>Se encuentra Brenda platicando con una joven y llega Dulce y le avienta una bolsa de cartón</p> <p>DULCE: ¡Toma! Tu vestido</p> <p>BRENDA: Permíteme tantito (dirigiéndose a la chava que estaba platicando con ella). (Jala a Dulce del brazo) ¿Que te pasa ñoña he?</p> <p>DULCE: ¿Qué me pasa? Que te traje tu vestido y ya no quiero saber nada de ti Brenda nada.</p> <p>BRENDA: A ver mensa estás exagerando.</p> <p>DULCE: A ¿Exagerando? Por tu culpa el chavo ese de la fiesta casi... casi me viola.</p> <p>BRENDA: Exageras.</p>		
37	Descriptivo	<p>Exactamente, para evitarte, porque en el único lugar donde puedo ser feliz es en donde no estás tú. ¿Por qué te molesta tanto que yo quiera ser feliz?</p>		
38	Descriptivo	<p>BRENDA: Porque simplemente una ñoña y pobretona como tú, no se merece ser feliz, y yo estoy aquí para que no se te vaya a olvidar, por eso soy tu mejor amiga, porque soy sincera y te recuerdo como es la realidad, tú realidad.</p> <p>DULCE: Pues ya no, tu y yo ya no somos amigas (Dulce se marcha y Brenda dice para sí misma)</p> <p>BRENDA: Al rato vas a regresar con la</p>		

		cola entre las patas		
39	Descriptivo	<p>Brenda llega a su casa, que está adornada con globos en las paredes y serpentinas Brenda observa la mesa donde hay un pastel de chocolate y vasos de plástico. De repente sale su mamá BRENDA: ¿Tú organizaste esto? MAMÁ DE BRENDA: No, no fui yo, fue... Dulce DULCE: Felicidades Brenda, unos... unos amigos y yo queríamos darte esta sorpresa DULCE: (Se acerca a Brenda y la abraza por detrás) Nosotros a pesar de todo, queremos que nuestro regalo fuera nuestra amistad.</p>		
40	Descriptivo	<p>Brenda sentada y leyendo en una banca en un jardín. Llega Dulce y la saluda DULCE: Hola, ¿Se puede? BRENDA: Hola, si pásale, siéntate</p>		
41	Descriptivo	<p>DULCE: Sí, sí a lo mejor podemos volver a ser mejores amigas, pero con todo lo que esa palabra implica, sin abusos, sin golpes, sin maltratos y sin prejuicios BRENDA: Si, te prometo que va hacer así.</p>		

				
42	Descriptivo	Voz en Off de Dulce: Por pertenecer a un grupo, a veces permitimos muchos abusos, psicológicos, físicos, pero la que se diga tu amiga de verdad, no te hace daño, no te habla con malas palabras, con apodos, al contrario, te cuida te quiere, pero sobre todo te respeta como eres.		

Lo que se rescata del análisis del discurso de estos programas es que se va desarrollando un problema aislado que enfrenta una mujer, por medio de estos fotogramas se evidencia cómo es el actuar de algunas mujeres frente a problemas como estos, en nuestro primer caso, nos muestra una mujer que lucha por ser la mejor de las esposas, siguiendo siempre los dictados propuestos por el sistema patriarcal, sin embargo, se olvida de sí misma, dejando de lado sus anhelos, sueños y expectativas de vida, por ello, es una mujer rica, pero que no es comprendida por su esposo. Con este ejemplo nos damos cuenta que efectivamente no importa la condición social, al final, por el simple hecho de ser mujer se debe seguir un protocolo enseñando desde hace mucho tiempo, el de servir al marido, ser la “esposa perfecta”, pero a costa de lo que queremos lograr como ser individual.

La perspectiva del discurso del programa muestra una violencia psicológica para nuestras protagonistas, en el primer programa analizado, podemos observar que las palabras que están en cursiva son los discursos que se rescataron ejemplificando la esencia del discurso por medio de palabras como:

Ay eres inútil como mujer,... yo traté de complacerlo en todo,... el destino de una mujer es obedecer a su marido,...estamos en el siglo XXI, las mujeres ya no tenemos que someternos al hombre.

Estos calificativos muestran, por un lado, que la sociedad considera como negativo el no cumplir con las expectativas que corresponden a los roles de género, tal y como lo ha señalado Bustos (2001). Por otro lado, muestran como el incumplimiento de estas expectativas se convierten en violencia psicológica y simbólica para con las mujeres.

Es interesante analizar la oración anterior, la cual deriva de pequeñas frases que se dijeron a lo largo del capítulo: una mujer a la que su marido la juzga inútil porque trató de complacerlo olvidándose de lo que ella quiere pues la

educaron para obedecer al marido, sin embargo, los tiempos cambian y las mujeres hoy en día ya no deben someterse al marido.

Como vemos en el capítulo “Una esposa perfecta” la reproducción del discurso está viviendo una fisura que puede obedecer al cambio generacional pues algunas mamás educan a sus hijas con la idea de ser mujer, madre y esposa perfecta, es decir, reproduciendo el sistema patriarcal. Sin embargo la moraleja del mismo capítulo es que aún con la opresión y maltrato, debemos tener el reconocimiento individual, dado que somos seres humanos con derechos y merecemos el respeto y reconocimiento como tal, lo cual podría abrir la puerta para el cambio.

En el capítulo de “Best Friends”, se ejemplifica cómo una mujer adolescente sufre el acoso de otra mujer que la menosprecia por ser pobre. El tema principal, que es discriminación y violencia, se intensifica a través de los golpes, las humillaciones, el hostigamiento y el control económico y emocional que tiene Brenda, nuestra protagonista (mujer güera, de ojos claros, de estrato social alto), en contra de Dulce (morena y de clase baja).

Aquí nos muestran que las diferencias socio-económicas son factores que contribuyen a una identidad social para una mujer. En este capítulo se observan formas por demás despectivas pues se da poco valor a la mujer por su aspecto físico y social, ejemplifica que una mujer es menos por ser pobre, y toda aquella que es rica puede aspirar a tener lo mejor. Con esto se produce un esquema de desigualdades y jerarquiza a las mujeres con mejor posición social como un sujeto con poder y autoridad sobre las demás. Pero al final, igual que en el capítulo anterior, dan un mensaje, una premisa del como guardar silencio no lleva a nada, al contrario, cuando se está consciente de la situación, ésta se acepta, se rompe el silencio, y se puede enfrentar el problema, lo que puede llevar a la toma de una decisión del cómo vivirlo.

En ambos programas, podemos ver como la imagen de la mujer es estereotipada, en el primero como una “esposa perfecta” que vive por y para su

marido, convirtiéndose en su esclava, sin voz. En el segundo, vemos estereotipos en relación con la edad y la condición social: pobre-rico (a), bonito(a)-feo (a), güero(a)-moreno (a) y vemos cómo estas categorías se conjugan para establecer relaciones de discriminación y de poder. Así, vemos enfrentarse a las “amigas”: una rica, bonita y güera en contra de una pobre, fea y morena.

En ambos casos, lo que se privilegia son las relaciones de violencia en todas sus formas: psicológica, física, verbal e incluso simbólicamente. Coincidiendo con Goffman (1963) encontramos que las construcciones sociales acentúan aspectos relacionados con lo físico (como el color de la piel o el cabello [ya sea el largo o la forma en que usa]). Así mismo, recuperando a Bandura (1986), encontramos que los estereotipos se reproducen y se imitan, tratando de obtener a través de estos procesos una posición social y la aceptación por parte de los otros. La conjunción tanto de los estereotipos como de su reproducción e imitación, dice Curran, permite otorgar un significado a la identidad y a la realidad en la que se vive.

Veamos ahora los resultados de las entrevistas.

5.3 Resultados Entrevistas

5.3.1 Resultados del análisis de contenido de las entrevistas por variable

La siguiente tabla contiene las categorías y color que distingue por rango de edad a nuestras entrevistadas, del color azul comprende el rango 1 que va de 15 a 19 años son un total de 4 entrevistadas, del rango de 2 con color rojo son 1, del rango 3 de color amarillo que comprende de 25 a 30 años son 3, y del rango 4 con color verde de 30 años en adelante son 7.

A continuación se muestra la tabla.

Tabla 7. Variable Edad

CATEGORIAS Y COLOR QUE LAS DISTINGUE

Rango 1 (15 años - 19 años)
Rango 2 (20 años - 24 años)
Rango 3 (25 años - 30 años)
Rango 4 (30 años en adelante)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8. Matriz de Variable Edad (con número de adjetivos)

Categoría según EDAD	Nº de entrevista	Nº de adjetivos negativos que mencionó en la entrevista. (algunos adjetivos los repetía)	Nº de adjetivos positivos que mencionó en la entrevista.	Nº de adjetivos respecto a EDAD/ Edo. Civil que mencionó en la entrevista.	Nº de adjetivos respecto a aspecto físico que mencionó en la entrevista.
Rango 3	1	6	1	0	0
Rango 4	2	2	3	0	0
Rango 4	3	13	1	0	1
Rango 4	4	3	0	2	0
Rango 4	5	10	1	1	0
Rango 4	6	5	2	0	0
Rango 4	7	2	0	0	0
Rango 4	8	4	3	0	0
Rango 1	9	26	7	0	3
Rango 3	10	3	0	1	0
Rango 1	11	13	1	4	3
Rango 1	12	3	1	0	0
Rango 2	13	10	1	0	0
Rango 1	14	6	0	0	0
Rango 3	15	7	0	0	0

La tabla muestra el número de adjetivos que utilizaron nuestras entrevistadas para referirse al programa y su contenido, observamos que la mayoría de los adjetivos negativos fueron arrojados por el rango 1 y el rango 4, es decir nuestros extremos de edad, son los que enfatizaron en ellos. Los medios tienen menor uso de adjetivos negativos.

Durante las entrevistas pudimos comprobar que efectivamente nuestras entrevistadas de menor edad (15 a 19 años) y las de mayor edad (30 años en adelante) hacen uso mayor de calificativos porque están más expuestas a la televisión (de un total de 15 entrevistas, el promedio de horas fue de 2 a 3 hrs. con un porcentaje de 58 por ciento , seguido del 25 por ciento que la ve más de 6 hrs. y un 17 por ciento sólo por la tarde) o a estos programas, dado que sus actividades demandan menos tiempo de realización o pueden mirar la televisión al tiempo que realizan sus quehaceres.

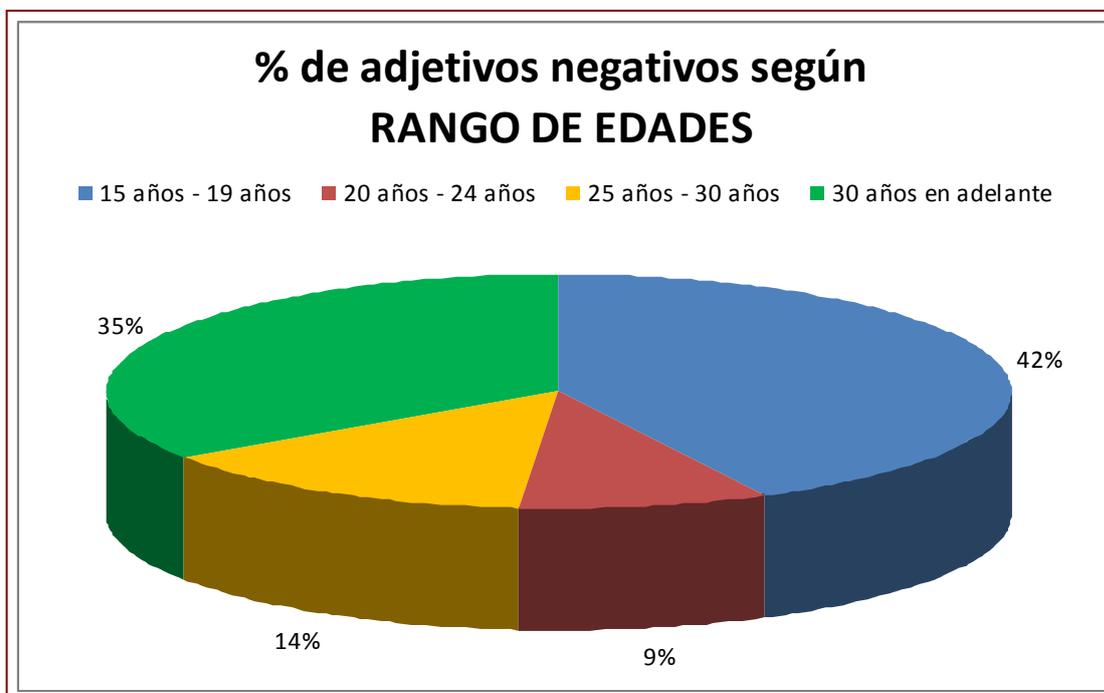
Tabla 8-A Adjetivos Negativos según la variable edad

Rango de Edades	Número de adjetivos negativos
15 años – 19 años	48
20 años – 24 años	10
25 años – 30 años	16
30 años en adelante	39

Fuente: Elaboración propia.

Observamos que efectivamente los rangos extremos son los que hicieron mayor uso de calificativos negativos acerca del contenido del programa. El rango 1 (15 a 19 años) tiene el 42 por ciento de adjetivos negativos, y el rango 4 (30 años en adelante) tiene un 35 por ciento.

Grafica 1. Correspondiente a la tabla 8-A Variable edad asociada a adjetivos negativos.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8-B adjetivos positivos correspondiente a la variable edad

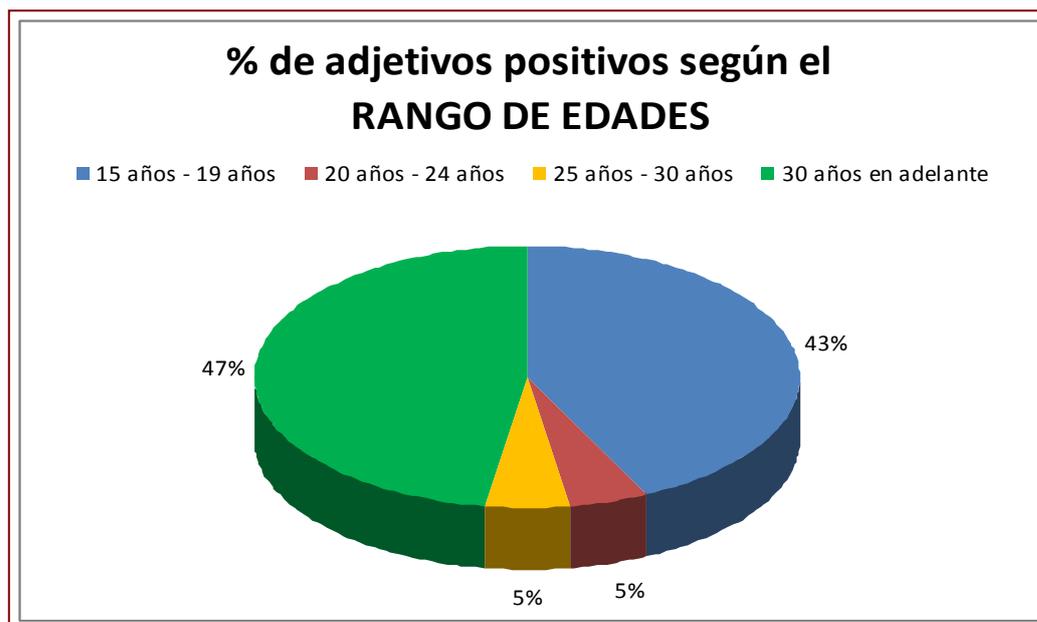
Rango de edades	Número de adjetivos Positivos
15 años – 19 años	9
20 años – 24 años	1
25 años – 30 años	1
30 años en adelante	10

Fuente: Elaboración propia.

En la siguiente tabla se muestra cómo los adjetivos positivos, al igual que los negativos se concentran principalmente en los rangos extremos, con 19 adjetivos positivos, en contraposición con los rangos medios que suman tan solo 2.

Al igual que en los resultados anteriores, podemos inferir que esto se debe a que en la mayoría de estas entrevistadas, se da mucho mayor peso al programa, porque son las que pasan mayor tiempo visualizando lo que se presenta en la televisión, y muchas veces puede ser que interioricen lo que se presenta en él y utilizan el mismo discurso para dar cuenta de la realidad.

Gráfica 2. Tabla 8-B Adjetivos positivos según variable edad



Fuente: Elaboración propia.

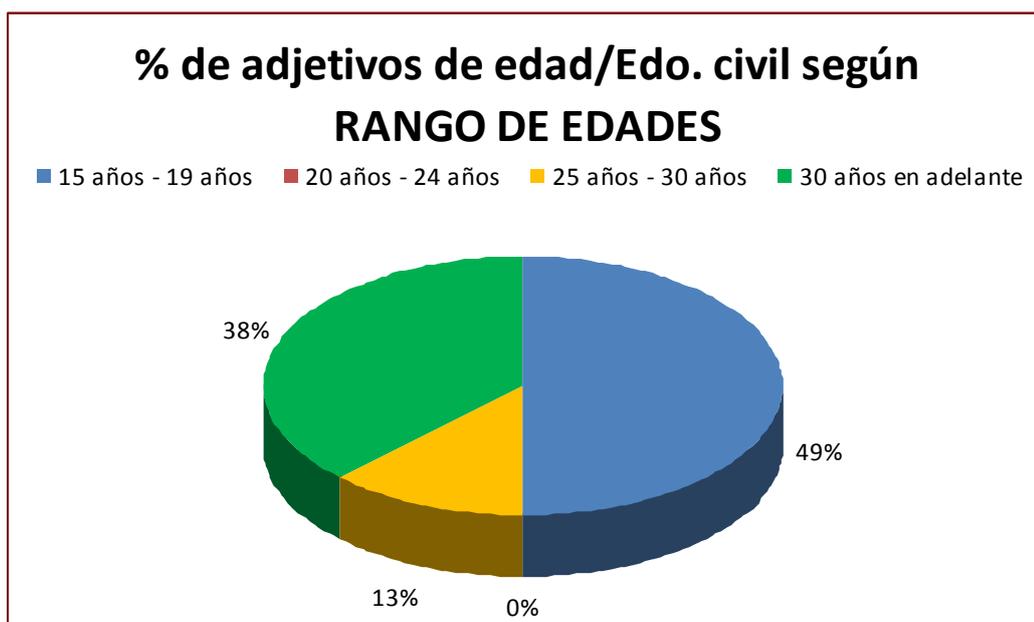
La siguiente tabla muestra como sólo los rangos extremos fueron los que hicieron mención de adjetivos correspondientes a cuestiones de estado civil o edad (madurez), por ejemplo en la categoría 1 (15 a 19) se utilizan adjetivos como “soltera”, “vieja”, “doña”. A diferencia del rango 4 que utiliza el adjetivo “chica”. Se deduce que estos adjetivos, muestran la diferencia generacional que existe entre nuestras entrevistadas, dado que las mayores (rango 4) se refieren a las menores como “chicas” en cuestión de edad (madurez para enfrentar la vida) y las del rango 1 se dirigen hacia las mayores como “doñas” y “viejas” (anticuadas en la forma de ver la vida).

Tabla 8-C Adjetivos estado civil correspondiente a la variable edad

Rango de edades	Adjetivos edad/edo civil
15 años – 19 años	4
20 años – 24 años	0
25 años – 30 años	1
30 años en adelante	3

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 3. Tabla 8-C Adjetivos estado civil según variable edad



Fuente: Elaboración propia.

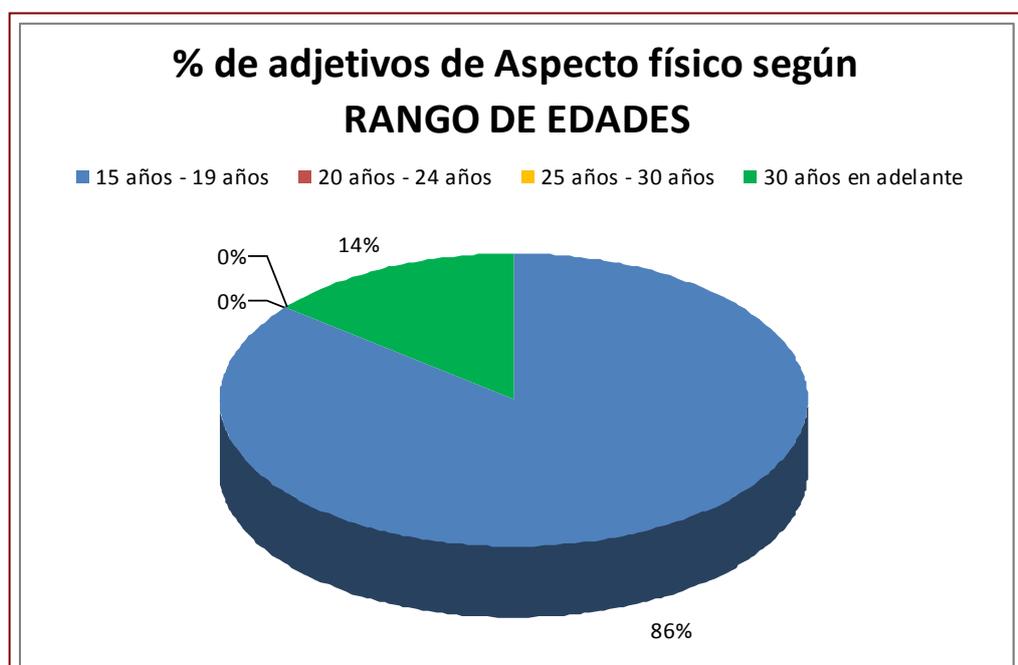
La tabla muestra los adjetivos físicos con los que se refirieron las entrevistadas, el rango 1 hizo mención de 9 adjetivos, seguido del rango 4 con 1, los rangos medios no tienen mención.

Tabla 8-D Adjetivos aspecto físico correspondiente a la variable edad

Rango de edades	Nº de adjetivos Aspecto Físico
15 años – 19 años	6
20 años – 24 años	0
25 años – 30 años	0
30 años en adelante	1

Fuente: Elaboración propia.

Grafica 4. Tabla 8-D Adjetivos aspecto físico según variable edad



Fuente: Elaboración propia.

Variable Escolaridad

Con respecto a la variable escolaridad, de un total de 15 entrevistadas, 5 son de primaria, 5 de secundaria, 3 de preparatoria y 2 de licenciatura.

Tabla 9 variable escolaridad

CATEGORIAS Y COLOR QUE LAS DISTINGUE

Primaria (A)
Secundaria (B)
Preparatoria o Equivalente (C)
Licenciatura (D)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9 Matriz correspondiente a nivel de preparación

CATEGORIA DE PREPARACIÓN	Nº de entrevista	Nº de adjetivos negativos que mencionó en la entrevista. (algunos adjetivos los repetía)	Nº de adjetivos positivos que mencionó en la entrevista.	Nº de adjetivos respecto a EDAD/ Edo. Civil que mencionó en la entrevista.	Nº de adjetivos respecto a aspecto físico que mencionó en la entrevista.
C	1	6	1	0	0
B	2	2	3	0	0
A	3	13	1	0	1
B	4	3	0	2	0
C	5	10	1	1	0
A	6	5	2	0	0
A	7	2	0	0	0
D	8	4	3	0	0
B	9	26	7	0	3
B	10	3	0	1	0
A	11	13	1	4	3
B	12	3	1	0	0
D	13	10	1	0	0
A	14	6	0	0	0
C	15	7	0	0	0
		113	21	8	7

Fuente: Elaboración propia.

La matriz corresponde a la agrupación de adjetivos utilizados por las entrevistadas y clasificados de acuerdo a su nivel académico, en ella se muestra el número de adjetivos utilizados, por ejemplo del nivel de escolaridad primaria son 5 entrevistadas, donde mayoría son del rango 4 (30 años en adelante), del nivel secundaria son 5, 2 de rango 1 (15 a 19 años), 2 del rango 4 (30 años en adelante) y 1 del rango 3 (25 a 30 años). De nivel preparatoria son 3 y se encuentran 2 dentro del rango 3 (25 a 30 años) y 1 del rango 4 (30 en adelante). El nivel licenciatura sólo cuenta con 2 y están 1 en el rango 2 (20 a 24 años) y 1 en rango 4 (30 en adelante).

Nuevamente son nuestros rangos extremos son los que hacen mayor presencia en nuestros datos.

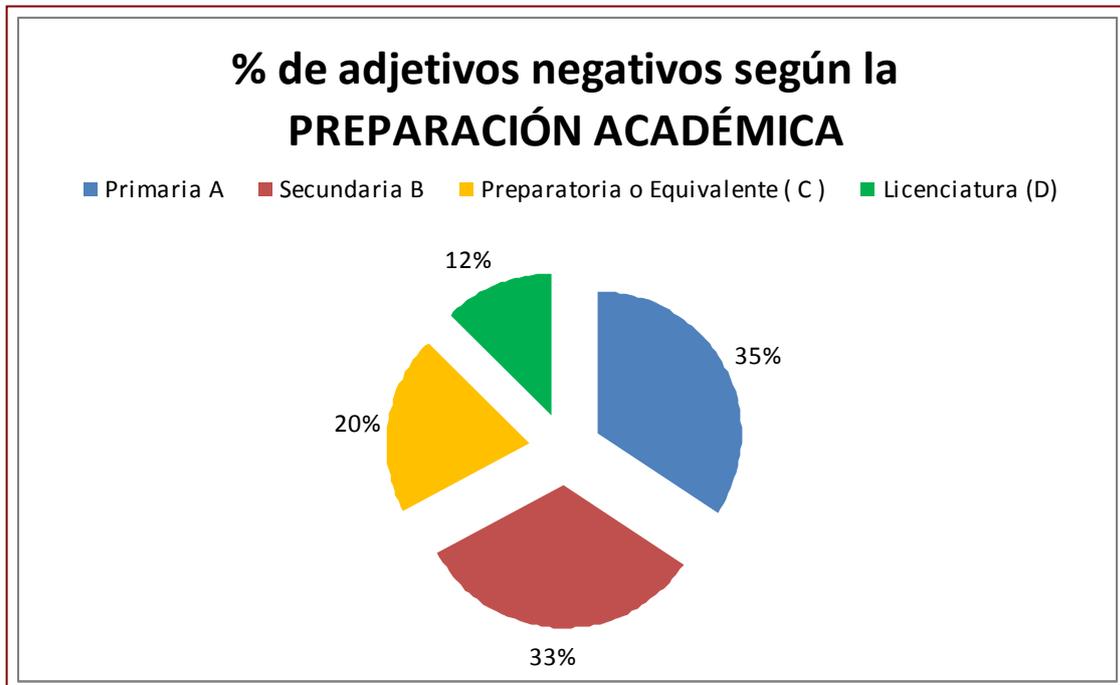
La siguiente tabla muestra los adjetivos negativos, las entrevistadas de nivel primaria (nivel A) junto con las de secundaria (nivel B), son las que más adjetivos utilizaron. El resultado de éstas es de 76 adjetivos negativos que dan un total de 69 por ciento, podemos inferir que por el nivel académico que tienen las entrevistadas, no pueden expresarse de otra manera, más que utilizando los adjetivos despectivos que presenta el programa. Vemos también como en la medida en que el nivel académico aumenta, los adjetivos utilizados disminuyen.

Tabla 9-A Adjetivos negativos correspondiente a la variable preparación

Primaria A	39
Secundaria B	37
Preparatoria o Equivalente (C)	23
Licenciatura (D)	14

Fuente: Elaboración propia.

Grafica 1 Tabla 9-A Adjetivos negativos según variable preparación académica.



Fuente: Elaboración propia.

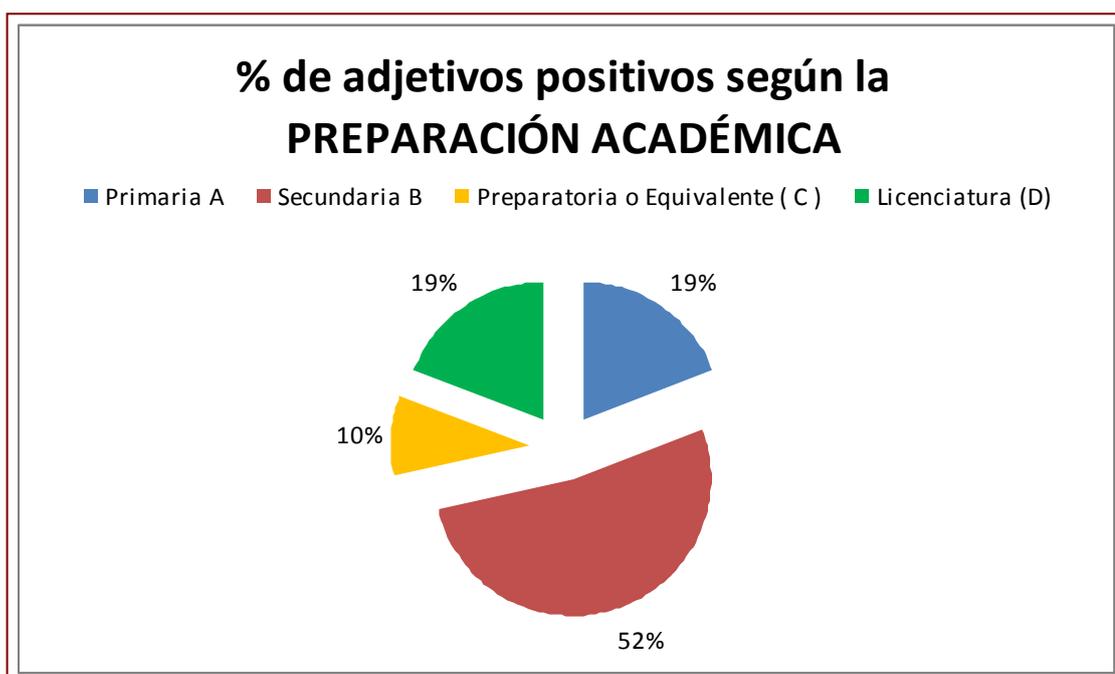
En esta tabla se muestran ahora los adjetivos positivos que arrojaron las entrevistadas, con un total de 21 adjetivos, la mayoría de éstos se encuentran dentro del nivel básico (primaria y secundaria), aunque también el nivel licenciatura cuenta con el mismo número que el de primaria.

Tabla 9-B Adjetivos positivos correspondiente a la variable preparación académica

Primaria A	4
Secundaria B	11
Preparatoria o Equivalente (C)	2
Licenciatura (D)	4

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 2. Tabla 9-B Adjetivos positivos según variable preparación académica



Fuente: Elaboración propia.

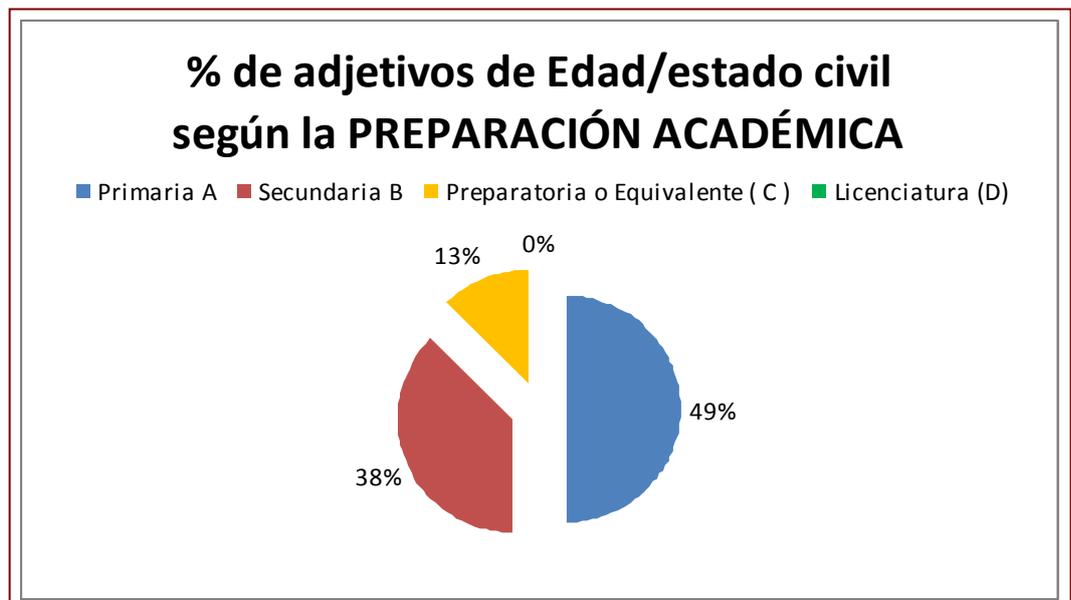
La tabla y gráfico muestran los resultados de la variable estado civil con respecto a la escolaridad. El nivel primaria sobresale de todos al hacer uso de adjetivos como “Jovencitas”, “niñas”, pero los adjetivos fueron mencionados por entrevistadas que se encuentran en el rango 4 (30 años en adelante)

Tabla 9-C Adjetivos estado civil correspondiente a la variable preparación académica

Primaria A	4
Secundaria B	3
Preparatoria o Equivalente (C)	1
Licenciatura (D)	0

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 3 Tabla 9-C Adjetivos estado civil según variable preparación académica



Fuente: Elaboración propia.

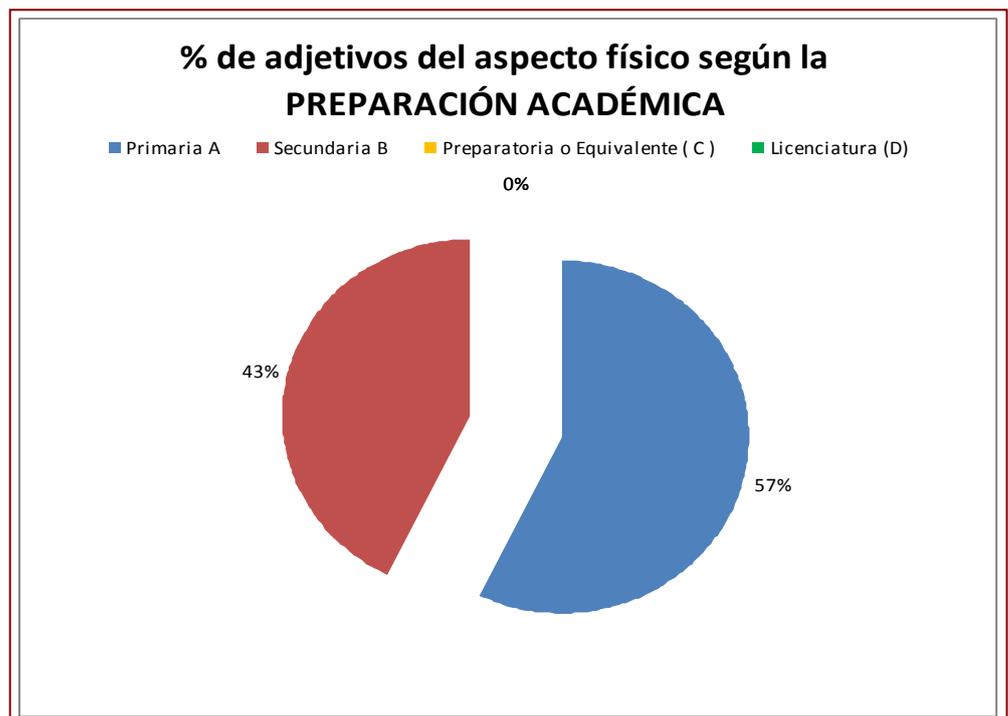
En esta tabla y gráfica se muestra el resultado arrojado de adjetivos físicos (aspecto) de la variable preparación, nuevamente los rangos de nivel básico (primaria – secundaria) son los que presentan su totalidad de adjetivos derivados de las entrevistas, con un total de 7 adjetivos. Por ejemplo “celulítica”, “gorda”, “greñuda” etc.

Tabla 9- D Adjetivos aspecto físico correspondiente a la variable preparación académica

Primaria A	4
Secundaria B	3
Preparatoria o Equivalente (C)	0
Licenciatura (D)	0

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 4 Tabla 9-D. Adjetivos aspecto físico según variable preparación académica



Fuente: Elaboración propia.

5.4 Resultados del análisis de contenido de las entrevistas

El análisis de contenido que se realizó en las entrevistas fue muy enriquecedor, ya que se analizaron los resultados respecto a las categorías que se manejaron en la metodología: edad y la preparación académica.

Primeramente se localizaron todos los adjetivos arrojados en las respuestas de las 15 entrevistadas. Después se agruparon según: adjetivos negativos, adjetivos positivos, adjetivos de edad y estado civil y adjetivos del aspecto físico. Se realizó esta clasificación por el tipo de adjetivos que se encontraron en las entrevistas.

Ahora bien, para encontrar el porcentaje de esta clasificación de adjetivos pero respecto a la preparación académica y el rango de edad, se identificó en cada entrevista su clasificación respecto a la propuesta inicial; es decir, en qué rango de edad y en qué tipo de preparación académica entraba cada entrevista.

Finalmente, cada entrevista fue identificada con el tipo de edad y nivel académico. Se elaboraron las gráficas según: adjetivos negativos, adjetivos positivos, adjetivos de edad y estado civil y adjetivos del aspecto físico.

Los adjetivos negativos fueron los más encontrados en las entrevistadas, quienes calificaron de manera negativa la idea y la imagen que presenta el programa de las mujeres, y también cómo son vistas por ellas mismas. Las mujeres que tienen una preparación sólo de primaria (ya sea concluida o inconcluida) dieron más adjetivos negativos que las mujeres que tienen una preparación de licenciatura. El rango de edad de 15 años a 19 años, en las entrevistadas, fue el que arrojó más adjetivos negativos, seguido por las mujeres que tienen 30 años en adelante.

Los adjetivos positivos fueron los que ocuparon el segundo lugar en aparecer en las respuestas de las entrevistadas. Las mujeres que tuvieron una preparación académica hasta la secundaria fueron las que más adjetivos positivos mencionaron, cuando se referían a las mujeres. Mientras que las mujeres con una preparación académica hasta la preparatoria fueron las que menos calificativos positivos mencionaron hacia las mujeres. Respecto a las edades las mujeres de 30 años en adelante fueron las que mencionaron más adjetivos positivos en la mujer, mientras que las mujeres de 20 a 24 años y las de 25 a 30 años de edad tuvieron un empate, al ser las que menos mencionaron adjetivos positivos hacia las mujeres.

Los adjetivos de edad o estado civil fueron los que ocuparon un tercer lugar, después de los positivos. Las entrevistadas que contaban con una educación a nivel primaria fueron las que más aportaron este tipo de calificativos como: Niñas, viejas, jóvenes, solteras, etc. Las entrevistadas que contaban con una educación a nivel secundaria fueron las que, en segundo lugar, aportaron este tipo de calificativos. Mientras tanto no hubo mención de éstos adjetivos en las entrevistas de mujeres con preparación académica a nivel preparatoria y licenciatura. Las mujeres entre 15 y 19 años de edad mencionaron un 50 por ciento de estos adjetivos, mientras que las mujeres de entre 25 y 30 años de edad fueron las que menos los mencionaron.

Los adjetivos del aspecto físico fueron los menos mencionados por las entrevistadas. Las mujeres con una preparación académica a nivel preparatoria y licenciatura no mencionaron éstos adjetivos, mientras que las mujeres que contaban con primaria fueron las que más mencionaron éstos adjetivos, pero de manera negativa como por ejemplo: gorda, greñuda, fea, etc., mientras que las mujeres que contaban con la secundaria fueron las que, en segundo lugar, mencionaron también algunos de éstos adjetivos.

Las mujeres de 20 a 24 años y de 25 a 30 años no mencionaron este tipo de adjetivos. Las mujeres de 15 a 19 años fueron las que más lo mencionaron con un 86 por ciento de éstos adjetivos encontrados en las entrevistas. Las mujeres de 30 años en adelante siguieron en segundo lugar con un 14 por ciento de éstos adjetivos. Se muestra que al final los rangos 1 (15 a 19 años) y 4 (30 años en adelante) son los que más adjetivos utilizaron en sus respuestas para referirse a las mujeres siguiendo los modelos estandarizados de la mujer en México, y sobre todo de la mujer en un ambiente machista.

Por ejemplo en los párrafos siguientes de las entrevistas realizadas se denota:

“Pues sí y no, porque pues como te decía de mi abuela, ella era así como bien dejada, **hacia todo lo que le decía mi abuelo**, bueno ella me cuenta así, y pues no disfruto muchas cosas...” (C-9, mujer, 18 años).

“Estamos cambiando la concepción del actuar masculino, **ya no deben ser los machistas y mandones**, ahora deben compartir y compaginar con nosotras, somos un matrimonio, una pareja, y no amo y esclava”(C-1, mujer, 25 años).

“Pues nos deja pensando que ya son otros tiempos, que no se trata de por ser mujer sufrir, **sabemos que hay que obedecer al marido**, pero se puede hablar” (A - 3, Mujer, 30 años).

“Pues ahí muestran mujeres **que siempre están bajo las ordenes de los hombres** o que sufren”. (C-5, mujer, 30 años)

Al analizar las respuestas de las entrevistas y el contenido y discurso del programa, podemos observar que efectivamente hay una correspondencia proporcional en ambos casos. Lo que pasa en el programa son casos aislados de orden doméstico en espacios privados (casa, oficina, escuela); y se ve reflejado en las conductas y respuestas de las espectadoras del programa que se consultaron para la investigación, ya que éstas perciben el problema, lo interiorizan, lo reflejan y dan su opinión acerca del cómo se sienten al ver tales situaciones que no son ajenas a su entorno, si no que por el contrario, se identifican y buscan, al igual que lo que presenta el programa, una solución y una esperanza para que cambie el trato y concepto de la mujer hoy en día.

Por ejemplo con las siguientes respuestas se ejemplifican lo antes mencionado.

“Pues cuando me da tiempo, pero la verdad si me gusta, **a veces las cosas que pasan ahí, pues una las vive**, no del todo, pero si hay cosas”... como me dio coraje, cuando la mamá dice que **uno esta para servir y obedecer al marido**, no , que les pasa, yo no tuve papá y pues eso es lo que a veces me hecha en cara mi marido, porque dice que yo por eso no se del tema, **porque mi mamá no tuvo gobierno de marido”** (C- 5, mujer, 30 años).

“Yo no soy sirvienta de nadie... nos tachan a las mujeres, esta mal, nos ponen así de mensas, de que no servimos para nada, y no es cierto somos **bien chingonas, hasta podemos tener hijos, imagínate, nomás con eso, ya les ganamos a los tarados de los hombres...”** (C-9, mujer, 18 años)

Con estas ideas presentadas en las entrevistas se realizo el análisis de resultados con respecto a las ideas y categorías presentadas en los discursos de las respuestas.

5.5 Resultado del análisis del discurso de las entrevistas (analizado por ideas y categorías)

Respecto de las ideas vertidas por las entrevistadas en sus respuestas, encontramos una gran variedad de opiniones, sin embargo, pudimos aglutinarlos de acuerdo a las preguntas realizadas y a los contenidos afines, los cuales convertimos en categorías de análisis. Así, respecto de la televisión encontramos que las mujeres piensan que es, fundamentalmente, un medio de entretenimiento y en menor proporción un medio para obtener información. Eso lo podemos ver en las siguientes respuestas⁷:

“Entretenimiento en el programa. La televisión como medio de entretenimiento e información. Como medio utilizado para ver y descansar. Elemento de compañía, medio de información.”

Respecto de la idea de mujer que muestra el programa, encontramos que la más utilizada es la de “mujeres en situaciones difíciles” aunque las entrevistadas consideran que no necesariamente corresponde a lo que sucede en la realidad, pues “lo exageran mucho”.

Encuentran también que el programa muestra a mujeres en transición. Ello queda expresado en ideas como

“Estamos en otra época (ahora es equidad). Las cosas cambian, el hombre no debe ser Machista y mandón. La lucha es con, no contra los hombres. Una mujer contemporánea no debe servir a los hombres, (pero la entrevistada dice que ella si porque es su responsabilidad como mamá). Los hombres deben ayudar y no sólo mandar. Antes se dejaba del marido, ahora ya no. Su abuela se caso a los 15 años y le aconseja que mejor ella estudie y no sea suata como ella.”

Estas frases, pronunciadas por las entrevistadas, hacen evidente la percepción de que los tiempos cambian y con ellos el papel de las mujeres. Por ello, cuando ven

⁷ Los colores cambian de acuerdo a la clasificación que se hizo de las entrevistas, el cual ya ha sido explicado en la parte metodológica.

el programa hay una serie de emociones encontradas. Al respecto dijeron que sienten

“coraje al ver el programa. El coraje la hace reflexionar. No existe un castigo más evidente al final y eso da más coraje. Enojo y coraje al ver maltrato y celos. La imagen de la mujer es exagerada y por lo tanto le da coraje. Siente coraje cuando a la mujer se le dice que obedezca y sirva al marido. Existe coraje porque hay mujeres que enfrentan esa clase de situaciones. Le da coraje pero le gusta el programa. La frustración y el coraje hacen que se recuerdan más del programa”.

Como vemos el coraje es una constante entre las mujeres que ven el programa pues sienten que la situación en la que presentan a las mujeres no está bien. Antes lo era, ahora ya no, y señalan que

“El cambio empieza por uno mismo, ponerse las pilas. Saber llevar la vida para tener beneficios. Yo no voy a ser como ella. Los hombres también pueden lavar o servirse de comer ellos solos. Los tiempos cambian. Las mujeres igual que los hombres merecen respeto. Los tiempos cambian ahora la mujer ya está despertando.”

Estas ideas nos muestran que las mujeres están comenzando a hacer conciencia no sólo de que las cosas deben cambiar, sino también de que el cambio tiene que incluir a los hombres y que éste debe iniciar con uno apara poder cambiar la situación que vivimos las mujeres, las cuales son el abandono, las humillaciones y los malos tratos.

Para cambiar esto, las mujeres deben cambiar y al respecto notamos que está en ciernes un proceso de empoderamiento al considerar que la mujer debe ser:

“el complemento, no el sexo débil. La mujer se debe de poner al tiro, el programa nos dice que hacer. Es momento de afrontar que las mujeres valemos y mucho. Está amansando al marido. La mujer debe depender de sí misma. La mujer es inteligente y tiene muchas virtudes que la hacen única. La mujer día a día con creces demuestra

que es mejor. Yo no soy sirvienta de nadie. Somos bien chingonas. Los hombres son tan inútiles que no saben hacer nada sin una mujer a lado. La mujer gana más que el hombre. No voy a ser como esas viejas que están ahí. Las mujeres no somos así de sufridas y dejadas. Las mujeres no estamos para obedecer. La mujer paciente obtiene recompensa. Después de sufrir le pasa algo bueno. La mujer es más débil que el hombre. La mujer saca una fuerza interna que tenemos ante tales acontecimientos. Una mujer alegre no comete errores”

Al respecto, encontramos también que las entrevistadas consideran que el programa da soluciones y alternativas.

“Enseña a cómo lidiar con las situaciones. Ayuda a que la mujer se ponga a pensar en las cosas que deben cambiar. Ofrecen soluciones, nombran lugares a dónde se puede acudir y sirve para que una abra los ojos y así no dejarnos. Permite abrirnos los ojos a las mujeres. Hace saber que cuenta con el apoyo de sus seres queridos. Y que existen instituciones que se dedican a brindar ayuda. No es cierta la imagen que forman de la mujer. Nos dejan mal paradas. Mostrar una solución que las mujeres sepan que pueden hacer. Soluciones mostrar asociaciones. Hace ver las consecuencias que viven las mujeres. Refleja las situaciones que viven las mujeres. Se muestra una ayuda. Sirve a las mujeres para que se den una idea de cómo es su imagen proyectada. Solo entretiene a las mujeres que no hacen nada. La situación de las mujeres.”

Encontramos que del programa, lo que más recuerdan las mujeres, además de que existen lugares donde se puede encontrar ayuda, son situaciones difíciles. “Se recuerda el drama. Se recuerda la violencia, [pues hay un] aumento de actividades delictivas hacia las mujeres”.

Las mujeres encuentran que lo que muestra el programa televisivo es exagerado pero real. Al respecto dicen

“Los casos son reales, existe una relación con la realidad en que vive. Si pasa en la televisión debe ser real. Hay mujeres que les pasa lo que se presenta en el contenido del programa. Ha visto casos en su contexto social sobre violencia hacia la mujer. Relaciona el contenido del programa con su propio entorno. Los temas son reales. El programa muestra tal cual las cosas. Las situaciones pasan en la realidad. A veces es cuestionable lo que pasa en el programa. Lo relaciona con sus momentos que ha vivido y que son parecidos a los que proyecta el programa. Las mujeres en la vida real no hacen nada. Se proyecta la imagen que ve en su mamá. Los temas son cercanos a la realidad.”

Respecto de los temas, señalaron, están relacionados con

“violencia intrafamiliar, obesidad. Violencia hacia los niños, hombres que se aprovechan de la mujer. Violencia, violaciones y hombres que son enfermos sexuales. Temas que no muestran un panorama alentador para las mujeres. Sufrir de los niños, gente pobre, la familia. Violencia, violaciones. Violencia, maltrato, violaciones. Los temas son exagerados. Maltrato violencia, acoso sexual, drogas, discriminación. Violencia”

La tónica, en todos los casos, es la violencia ejercida por los fuertes en contra de los débiles, de decir, por los hombres en contra de los niños, las mujeres, los enfermos o los pobres.

Las ideas anteriores, coincidentes con la teoría, nos muestran como las espectadoras relacionan sus experiencias personales y grupales con lo que proporciona la televisión, lo cual permite crear un sentido y apropiarse o no de un modelo.

Las mujeres consideran que la situación de las mujeres depende de la educación. En algunos casos consideran que las cosas suceden así porque las mujeres no

tienen como valerse aunque en otras piensan que “Es increíble pensar que una mujer preparada esté sometida al marido. No fomenta una conciencia ciudadana”

El cambio que perciben en la idea de ser mujer les lleva a expresar también cambios en la idea de pareja. Al respecto señalan que se debería “Ser uno mismo”, “jalar juntos en lo económico, cuidado de los hijos, convivencia cotidiana, respeto”. Este cambio en las relaciones de pareja, acarrearía luego un cambio en la sociedad, el cual puede ser positivo o negativo, por ejemplo, una entrevistada dijo que *La mujer que gana más dinero que el hombre causa problemas.*

Señalan que la mujer debe prepararse más, debe incursionar en otros ámbitos y valerse por sí misma, pero, al mismo tiempo no debe *anteponer sus necesidades básicas a su familia. Servicial. Dejar siempre comida lista para la familia.*

Estas ideas son interesantes pues las percibimos como una contradicción. Por un lado proponen un cambio, pero por el otro siguen ancladas en ciertas labores consideradas como propias de las mujeres (Bustos, 2001) y más de las buenas madres o de las buenas esposas. Sin embargo, siguen apareciendo las inconformidades con el estereotipo de mujer que presentan los programas pues muestran una *“Idea de mujer poco valorada, sólo para servir y sufrir. Nadie pregunta qué es lo que ella quiere. ¿Dónde queda la mujer? se siente como una sirvienta. La imagen de la mujer crea más estereotipos.”* Es decir, las mujeres entrevistadas son conscientes de que lo que ellas quieren ser como mujeres no es lo que muestra la televisión, pero también que sin la televisión no podrían ver esas exageraciones para no ser así, por lo menos en el discurso pues lo que ven en su familia o en su contexto es que hay mujeres que *“Sufren abusos por parte de los hombres, son el sostén de la familia. La mujer para sobresalir tiene que dejar muchas cosas. El hombre está ausente. Los hombres están de adorno al educar a los hijos. Hay poca comunicación con su esposo”.*

Distinguen también las entrevistas entre tipos de mujeres. Hay

“Amas de casa, profesionistas (debería ser más fácil salir adelante para éstas) Las amas de casa en cambio no tienen un nivel educativo alto. Dejadas, golpeadas, vende tragedia, las que les va mal en la

vida. Engañadas, maltratadas que al final aprenden algo. Aún las mujeres preparadas las tratan mal. Jovencitas, niñas, maltratadas. La preparación de la mujer es elemental para que no abuse el marido o un hombre de ella. Abnegadas. La mujer sin estudios se deja. Mujer dejada. Mujeres de distinto estatus social. Mil usos, obediente y servil. Maltratadas y sumisas. Sufridas, mujeres como ella y de distintas edades. La mujer que se deja de todo. Estatus sociales y estereotipos (rica mala, pobre buena) sumisa, dejada, golpeada, maltratada por el hombre.”

Esta gama de mujeres pueden luego ser agrupadas en categorías, pero el común denominador es que son dejadas, maltratadas, sufridas y sumisas, sean niñas, jóvenes, viejas o incluso profesionistas.

Para evitar estas situaciones, dicen, la mujer tiene que ser más inteligente. “No ponerse al brinco con su pareja, si es así terminarían mal”. Uno como mujer, dicen, se da sus mañas. Y así tiene que ser porque, afirman “los hombres no cambian”. Los hombres son:

“Machos, celosos. El marido que les toca es huevón o valemadrista. Hombres que apoyan pero también que son flojos. Los hombres no siempre son iguales. Utilizan la fuerza bruta, sólo a golpes saben resolver los problemas. Sólo quieren una esclava y satisfacción en la cama. No cambian. ¿Por qué entre ellos no se enfrentan? Hombres ideales, hombres fieles.”

Por ello, como los hombres no cambian, las mujeres somos las que tenemos que cambiar y habrá que enseñarles a los hijos “a no ser como sus padres de huevones”. Hacer algo por lo que nos gusta.

5.6 Las mediaciones en el análisis del discurso de las informantes

A partir de la clasificación de mediaciones propuesta por Orozco y Barbero, se analizan las mediaciones que inciden en las entrevistadas de la investigación.

5.6.1 Mediación Cultural

De la cultura surgen el resto de las mediaciones, al ser las participantes sujetos activos orientados socio-culturalmente, es decir su comportamiento es un reflejo del entorno en el que se encuentra, Barbero dice que la cultura es la gran mediadora de todo proceso de comunicación, ya que de acuerdo a su campo cognitivo cada una de nuestras entrevistadas actúa y tiene un proceso de aprendizaje de diferente manera. Podemos ejemplificar que esta mediación cultural se hace presente en la forma de expresarse, por ejemplo con adjetivos y situaciones que comentan nuestras informantes.

Orozco afirma que:

Tanto la cultura como la subcultura en la que esta inmerso un sujeto, influyen decisivamente en lo que el sujeto aprende. La cultura provee al sujeto con una serie de experiencias y juicios acerca de lo que vale la pena aprender (Orozco, 1989, 12).

Tal es el caso de nuestra entrevistada número tres, ella repite los estereotipos del papel en el que esta una mujer: La cocina y en la limpieza.

“Me levanto temprano... voy al molino... preparo mi comida, después aseo mi changarro (negocio) lo dejo limpio para la tarde” (A-3, mujer, 56 años).

Otro ejemplo es del papel de ama de casa:

“Me levanto en la mañana, dejo a los niños en la escuela, regreso, recojo mi casa, hago de comer para volver a ir por los niños, regreso les doy de comer” (A- 6, mujer, 57 años).

Los datos arrojados con respecto a las actividades de nuestras entrevistadas, el 45 por ciento son amas de casa y trabajan, 25 por ciento solo es ama de casa, 25 por ciento trabaja y 5 por ciento solo estudia.

Nuestras entrevistadas desde su crecimiento actúan dependiendo del entorno social y familiar en donde ya existen conocimientos y costumbres, de tal manera que esto incide en apropiarse de ese mundo preestablecido, de una repetición o incluso reproducción de estereotipo como lo menciona Bustos (2001) en su clasificación de roles y estereotipos de la mujer. Al ser nuestro 45 por ciento ama de casa que a la vez trabaja, es la encargada de el rol de esposa-madre-ama de casa, y cumplir con el estereotipo de cariñosa, sumisa, pasiva, tierna, sensible etc; que en determinado momento se transforma.

“Estamos en otra época (ahora es equidad)” (C-1, mujer, 18 años).

“Una mujer contemporánea no debe servir a los hombres, (Pero la entrevistada dice que ella si porque es su responsabilidad como mamá)” (A- 3, mujer, 30 años).

En las repuestas dadas por nuestras informantes, todas dan su opinión de acuerdo al entorno y modo de vida que les toco, aquí entra en juego la mediación de temporalidad social de Barbero, ya que cada una de ellas interioriza y lleva a cabo su mediación individual.

5.6.2 Mediación Institucional

Las entrevistadas son también objeto de mediaciones institucionales. Este tipo de mediaciones tiene lugar debido a que un televidente nunca es solo eso, sino que simultáneamente participa en otras instituciones. Por ejemplo, es miembro de una familia o grupo de amigos, participa de una religión, trabaja en un lugar determinado donde trabajan otros, o vive en un barrio o lugar geográfico concreto. En todas estas interacciones, el sujeto televidente intercambia y produce significaciones, y da sentido a su interacción.

5.6.2.1 La familia

La familia como elemento natural de la sociedad es el primer grupo donde se lleva a cabo la socialización del individuo, nuestras entrevistadas hablan mucho del hacer y quehacer familiar, lo que implica responsabilidades y reglas por cumplir en ese entorno. Dado que los estereotipos son producto de tradiciones, además de que la familia es uno de los pocos lugares donde los individuos se confrontan como personas y donde encuentran alguna posibilidad de manifestar ideas.

La televisión con su contenido produce la sensación de inmediatez, y por ella nuestras entrevistadas relacionan fácilmente lo que ven con lo que viven, por ejemplo:

“Los casos son reales, existe una relación con la realidad en que vive. Si pasa en la televisión debe ser real. Hay mujeres que les pasa lo que se presenta en el contenido del programa. Ha visto casos en su contexto social sobre violencia hacia la mujer. Relaciona el contenido del programa con su propio entorno. Los temas son reales. El programa muestra tal cual las cosas. Las situaciones pasan en la realidad. A veces es cuestionable lo que pasa en el programa. Lo relaciona con sus momentos que ha vivido y que son parecidos a los que proyecta el programa. Las mujeres en la vida real no hacen

nada. Se proyecta la imagen que ve en su mamá. Los temas son cercanos a la realidad.”⁸

El programa es un espacio que provoca una relación con la vida, un espacio de mediación entre su contenido y la capacidad que tienen nuestras entrevistadas como audiencia para integrarlo y reproducirlo en su actuar cotidiano ya sea con la familia, escuela o trabajo.

5.7 Resultados del análisis del discurso de los programas

En cuanto al contenido y análisis del discurso de los capítulos del programa, se hizo una comparación hombres/mujeres en cantidad y en calidad. Destaca que respecto de las mujeres abundan los adjetivos negativos, mientras que entre los hombres la carga es positiva.

El programa está proponiendo y reproduciendo una serie de estereotipos de género como: el hombre siempre es guapo, trabajador, fiel, profesionalista, lo cual está acorde con lo propuesto por Bustos (2001) y con más cualidades que la mujer, quien aspira a tener su hombre ideal. Las mujeres, por su parte, aparecen estereotipadas, por ejemplo; las güeritas siempre son ricas, bonitas, de buen cuerpo, guapas, queridas, deseadas etc., mientras que las morenas son pobres, feas, y con necesidades económicas etc.

El capítulo del 17 de mayo 2011 “Una esposa perfecta” tuvo un total de 167 adjetivos, 82 fueron negativos, y nos muestra como la sumisión, el poco valor emocional y sobretudo la idea de servir, se hace presente durante todo el capítulo, se observó durante la transmisión como una mujer lucha por tener un lugar más allá del solo hecho de ser la esposa, la que aseas su casa, cuida de sus hijos, atiende al marido, que tiene como consecuencia un tiempo nulo para ella; se olvida de sí misma y termina abandonada por atender las necesidades de los demás en lugar de las de ella.

Se encuentran varios puntos a analizar, entre ellos; el cómo de generación en generación, se enseña que se debe obedecer al marido por encima de todo,

⁸ Ideas resumidas de las entrevistadas de la investigación

nuestra protagonista recibe reproches de su madre por no saber obedecer a su marido, que fue lo que ella le enseñó, por otro lado su hija cuestiona el por qué es tan dejada. En este caso, lo que vemos es una brecha generacional a la que también han aludido las entrevistadas. La idea de que los tiempos cambian y que ahora ya no es como antes, se evidencia en las ideas de la abuela, la madre que está en crisis por la transición y la hija que está en un nuevo modelo social.

6.- DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Los adjetivos presentados en las entrevistas fueron las unidades de análisis. A partir de ellas nos dimos a la tarea de sistematizar la información en matrices, desde un nivel muy particular (enunciado) hasta una interpretación más abstracta (ideas). En cada una de las entrevistas, así como en los discursos del programa, se fue clasificando los adjetivos en categorías distintas para su definición.

Al leer detenidamente las entrevistas escritas, se clasificó cada adjetivo de acuerdo a las respuestas de las preguntas y de quiénes nos contestaban (número de entrevistada). En una segunda etapa, se dio a la tarea de nombrar las agrupaciones de adjetivos y graficarlas y finalmente dar la interpretación de las gráficas.

En la mayoría de nuestras entrevistadas, la televisión ocupa un lugar visible y sobre todo entran en la rutina cotidiana de las mismas.

“...pongo la Tele, antes de ir por mis hijos, caliento mi comida que hago por la noche para un día después, entonces mientras caliento y hago la comida, pongo la televisión. Y como mi mamá vive cerca, pues ya de carrerita voy por mis hijos, para llegar y comer todos juntos, y ver la televisión...” (C- 1, mujer, 25 años)

Lo anterior está en concordancia con lo propuesto por Barbero (1987) que comenta que se intenta responder el papel que juega la televisión en la vida cotidiana de la sociedad. Y que no sólo las telenovelas, sino la recepción televisiva en general, están íntimamente ligadas a los procesos cotidianos de producción de significados, tanto en lo individual, como en lo social. Durante la investigación se tuvo como resultado que 48 por ciento de nuestras entrevistadas destinan de 2 a 3 horas para ver televisión.

Muchas de las mujeres relacionan lo contenido del programa con su vida o incluso lo relacionan con lo que le pasa a una tercera persona, que es conocida por ellas y,

al encontrar estas concordancias, adoptan como verdadero el discurso propuesto, aunque, como ya señalamos antes, algunas dicen que está muy exagerado.

En este sentido, lo encontrado en esta investigación, coincide con la propuesta de los estudios llevados a cabo por Newcomb y Hirsch (1984), (citado en Curran, 1996) los cuales revelan la diversificación de significados que proporciona la televisión.

Ya que existe una variedad interpretativa de los programas de televisión y más aun interpretaciones diferentes, en las cuales los espectadores generan sus propios significados y entienden los programas en términos de sus experiencias personales variadas y de sus propios marcos interpretativos (Curran, Morley, Walkerdine 1996, p. 217)

Aunado a esto, el maltrato físico y emocional que presenta el contenido del programa es una constante en la interpretación que hacen nuestras entrevistadas y la entrevista se presenta como una oportunidad de desahogo de la injusticia que viven.

“...me da coraje que presenten casos, así donde ponen a las mujeres como unas tontas,...que no sabe hacer nada si no tiene marido, debemos analizar que ya estamos cambiando la concepción del actuar masculino, ya no deben ser los machistas y mandones, ahora deben compartir y compaginar con nosotras, somos un matrimonio, una pareja, y no amo y esclava...” (C-1, mujer, 25 años)

“...somos más mensas nosotros por dejarnos, o cuando por ejemplo una amiga mía su novio le pegaba y le decía, así cosas bien feas, le decía, gorda, greñuda, celulítica, y cosas así, y a mí me daba un chingo de coraje, y le decía no seas pendeja, no te dejes, o mándalo a chingar a su madre...” (C-9, mujer, 18 años).

Hay casos en los que el maltrato emocional es una constante, la inconformidad que las mujeres presentan a los quehaceres o responsabilidades han derivado en

problemas, donde se enfatiza que el hombre claramente tiene una posición privilegiada con respecto a la mujer, tal y como lo ha señalado Bustos (2001).

Las entrevistadas están conscientes de que el trato que reciben es injusto, relatan cómo son y cómo esto ha hecho que su visión hacia el hombre y el valor de ellas mismas cambien paulatinamente y por ende estén en desacuerdo con la situación, pero no manifiestan ninguna estrategia o planes para cambiarla, se está consciente que debe haber un cambio, o incluso que estamos en otros tiempos, pero la prioridad sigue siendo estar bien en su casa, por el valor moral o necesidad económica. Aquí se ejemplifica el pánico de la moral Curran, Morley, Walkerdine (1996) es decir no se hay un cambio total para no causar un malestar a la sociedad, porque se están reforzando actitudes ya existentes y se está suministrando un foco para las frustraciones y los descontentos actuales.

Las historias presentadas en el programa son interpretadas con similitud a la realidad de nuestras entrevistadas, e incluso se puede llegar a suponer que los escritores toman sus ideas de las situaciones que se presentan con las mujeres. Sin embargo la manera en la cual resuelven los problemas es muy diferente en la realidad que la ficción. El esfuerzo que exige la vida cotidiana es mucho más duro que la televisión, pues en la vida real no hay tantos apoyos o alcanzarlos es más difícil opinan sobre la ayuda que ofrece el programa.

“Enseña a cómo lidiar con las situaciones. Ayuda a que la mujer se ponga a pensar en las cosas que deben cambiar. Ofrecen soluciones, nombran lugares a dónde se puede acudir y sirve para que una abra los ojos y así no dejarnos. Permite abirnos los ojos a las mujeres. Hace saber que cuenta con el apoyo de sus seres queridos. Y que existen instituciones que se dedican a brindar ayuda. Mostrar una solución que las mujeres sepan que pueden hacer. Soluciones mostrar asociaciones. Sirve a las mujeres para que se den una idea de cómo es su imagen proyectada.”⁹

⁹ Ideas de respuestas de mujeres entrevistadas durante la investigación de 15 a 30 años

Aun cuando la edad y escolaridad diversifican las características del género, las mujeres aprenden lo socialmente aceptado en torno a lo femenino en los medios, en este caso hablamos en particular de la televisión y del programa “Lo que callamos las mujeres”. El programa aporta ideas y elementos que las mujeres apropian según su etapa y situación de vida, es aquí donde entran en juego las mediaciones de Martín Barbero.

“Las mujeres consideran que la situación de las mismas depende de la educación. En algunos casos consideran que las cosas suceden así porque las mujeres no tienen como valerse aunque en otras piensan que es increíble pensar que una mujer preparada esté sometida al marido. No fomenta una conciencia ciudadana”¹⁰

Otro aspecto en el programa que capta el interés de las mujeres es la capacidad de mejorar su condición de vida, por medio de su propio esfuerzo, estudio y trabajo.

“Sí, porque hay unas amas de casa y son así, hay otras que son profesionistas y son así, nada más que sus situaciones son diferentes, de que una *mujer preparada sale adelante con más facilidad* y una mujer ama de casa nada mas está esperando que el esposo le dé, es mas sumisa.” (B- 2, mujer, 50 años).

“ Me da frustración, coraje y tristeza ver en que estoy, ósea apenas tengo 17 años, y mis amigas de mi edad están estudiando, van a bailes y salen a divertirse y yo estoy aquí en chinga como ya una doña, cuando apenas estoy comenzando a vivir”. (A-11, mujer, 17 años).

“Si algo he aprendido es que entre más se este preparada, si nos pasa tener un marido así, pues podemos salir adelante, si una tiene preparación” (C-4, mujer, 30 años).

¹⁰ Ideas de respuestas de mujeres entrevistadas durante la investigación de 15 a 30 años.

Aún cuando estas situaciones se asemejan a las circunstancias que rodean su vida, las mujeres comentaron que les ayuda a comprender, aceptar y tolerar otras posibilidades. En este sentido, mencionaron la importancia del estudio y la preparación en la mujer para evitar situaciones de discriminación o salir de ellas.

En los relatos, surge la relación de su interpretación del contenido del programa con sus principales preocupaciones o conflictos, los cuales se matizan de acuerdo a su edad y escolaridad. Las preocupaciones centrales en su vida orientan su manera de percibir el programa y a la vez sus conflictos y la reconfiguración de su identidad se nutre lo que ven en él.

Con respecto a la identidad se partió del supuesto de que la identidad de la mujer es fruto de una construcción social, que ha tomado diversos rumbos a través de la historia y que ésta es cambiante, dinámica. Por ejemplo, en el programa “Esposa perfecta” el siguiente diálogo, hace énfasis en el papel que debe ocupar el hombre en la familia:

-ALMA- : Ya no me digas, ya no me digas más. ¿Sabes? Vine aquí en busca de apoyo, de amor, de refugio. No vine a que me regañes mamá

MAMÁ DE ALMA: No te estoy regañando hija. Simplemente te estoy diciendo que algo has de haber hecho para que tu marido tomara la decisión de... bueno de que te fueras

ALMA: Es que hablas igual que Gaby. ¿Por qué asumen que la culpa la tengo yo? Eh, o sea, ahora resulta que Rafael es un santo, que yo soy la villana de la historia ¿no?

MAMÁ DE ALMA: Bueno, tranquila hija, tienes que tranquilizarte

ALMA: Pero ¿de qué lado estás mamá?

MAMÁ DE ALMA: No se trata de tomar partido

ALMA: Mamá, Rafael me echó de mi casa, lo hizo por teléfono, ni siquiera se tomó la molestia de hacerlo de frente, me dejó sin un centavo para colmo y, ¿sabes qué?, no pude recoger mis cosas, todo lo que

tengo en la vida, todo lo que me queda en la vida está en esa triste maleta

MAMÁ DE ALMA: Ya, ya, ya ni modo, el destino de una mujer es obedecer a su marido

ALMA: Y como... ¿Cómo si fuera qué? ¿Su esclava o que? El amo y señor ¿no?

MAMÁ DE ALMA: Es que lo es hija

ALMA: No mamá, por Dios, estamos en el siglo XXI, las mujeres ya no tenemos que someternos al hombre

MAMÁ DE ALMA: Pues si es tu marido y te mantiene... ¡Si señorita!

ALMA: Ningún hombre tiene esos malos tratos con una mujer mamá, por Dios

MAMÁ DE ALMA: Es que hija, pon los pies en la tierra ¿Si? Rafael es un buen hombre y es un excelente padre para Gaby. Y tú dependes de él para vestir, para comer, para todo ¿Qué vas hacer ahora?

ALMA: No sé

MAMÁ DE ALMA: Ves como sigue siendo tu amo y señor

De este diálogo se asume que la identidad de la mujer se construye en relación con los demás, tal y como lo propone Goffman (1963). La conformación de la identidad de género es un proceso multidimensional y dialéctico. Sin embargo, históricamente, se consideró a la mujer como un ser dependiente, sin autonomía. Este concepto de identidad femenina, sólo responde a los requerimientos de los demás, es decir, la mujer existe y vale en tanto sirve a los otros, en tanto procura y cuida a su familia, sus hijos y su esposo porque ese es su rol (Bustos 2001).

De este sistema social, se proporcionan diversos calificativos para identificar a las mujeres ya sean amas de casa, niñas, adultas, jóvenes, trabajadoras, esposas, solteras. Y es a través de estos calificativos que se va construyendo una identidad que categoriza y ubica a las mujeres en diversas posiciones de dominación respecto del padre, del esposo, de los hijos, del jefe, etc.

En el programa analizado se hace énfasis en el papel centrado sólo en funciones de esposa, madre y ama de casa, absorta en este papel, tratando de cumplir con el ideal establecido socialmente, pero nulificada personalmente. En el mismo capítulo se presenta como antítesis la imagen de una mujer seductora y moderna, liberal, y, por lo mismo, fuera del ideal de mujer perfecta, que contrasta con el ama de casa sumisa y responsable.

Son muchas las mujeres que, es su afán de cumplir con el rol de mujer socialmente aceptado no tienen una vida propia; es decir, no pueden tomar sus propias decisiones, mujeres que por diversas razones dejan de ser lo que son y lo que quieren ser, y por ende dejan sus actividades para vivir en función de otros; ya sea en el hogar o trabajo, que es donde llevan a cabo su socialización.

Tanto el análisis de contenido como el análisis del discurso nos permite ver que el programa estudiado oscila entre dos extremos que pretende conciliar: por un lado, presente imágenes de mujeres “buenas”, “deseables” para mejorar la condición social, totalmente apegadas a una visión tradicionalista de la mujer. Sin embargo, estas mujeres sufren una serie de problemáticas que deben evitarse, tales como el maltrato, la violencia en todas sus formas, la discriminación, la falta de oportunidades, etc., e intentan orientar a quienes puedan estar en la misma situación. El programa entonces cumple una función social: orientar a quien vive la problemática. Sin embargo, no otorga los elementos suficientes para que las mujeres inicien un proceso de reconocimiento, de construcción de una identidad diferente y, sobre todo, de liberación para alcanzar el empoderamiento. A lo largo de los capítulos analizados hay atisbos, hay frases que indican que hay cambios, que las cosas ya no son como antes, pero no se va más allá pues a las mujeres que son diferentes de los roles tradicionales aceptados se les sigue presentando como poco deseables, tal es el caso de Laura en el programa de “La esposa perfecta”.

7. CONCLUSIONES

Al iniciar el trabajo, se presentaron una serie de problemas propios de la realización al acercarse por primera vez se a la investigación. Inicialmente cuestionaba el ¿para qué de la investigación? ¿Cómo elegir, que título poner, qué metodología utilizar, cuáles serían las preguntas y a quiénes realizar las mismas? Ciertamente los medios nos muestran propuestas de identidad y vida. La televisión entra en las rutinas diarias de las mujeres entrevistadas, y el hogar representa su lugar de trabajo, su contexto y su realidad; algunas incluso tienen empleo fuera de casa, sin embargo su hogar representa su área. La posibilidad de romper con el rol real de la mujer, dentro de la cotidianidad, que por lo general implica aburrimiento, rutina y actividades monótonas; hace que las mujeres dediquen sus horas libres únicamente a ver televisión. Con los programas de 1 a 2 horas, las mujeres encuentran satisfacción e incluso se involucran con el contenido ofrecido en el programa. Los programas de televisión ofrecen a las mujeres un tema de conversación, haciendo de este medio una herramienta de socialización.

Como hemos visto, los medios de comunicación difunden imágenes ideales que sirven como parámetro para la construcción de la identidad femenina, sin embargo, las mujeres no son víctimas, se requiere de una complicidad; ejemplo de ello es que todas las entrevistadas hacen una lectura diferente del programa e incluso llegan a sentirse identificadas con los problemas que tienen las mujeres del programa, así como también escuchan y siguen los consejos que se presentan.

Es así que se retoma lo dicho en el apartado teórico conceptual por Curran (1996), las audiencias y los medios de difusión se refuerzan mutuamente, dando como resultado la creencia en modelos que ya existen en la conciencia popular de los individuos para después ellos modificarlos y/o hacer su propia apropiación e interpretación.

Casi todas coinciden en que lo presentado en el programa es real, se sienten identificadas con las situaciones que enfrentan los personajes y su manera de resolverlos. Por lo tanto toman conciencia del programa teniendo ya una carga de

la realidad, su realidad y por ende la subjetividad juega un rol importante para cumplir los deseos y expectativas de cada espectadora.

De esta manera, los mensajes que reciben y adoptan para sí, le presentan o prometen un cambio, que les brinda esperanza, al mostrarles que la realidad femenina puede ser diferente, y mucho mejor que la vivencia cotidiana propia. Quizás en el programa ven una manera de desahogo de los problemas que enfrentan las mujeres, ya que se identifican con los conflictos, deseos, coraje, frustraciones, etc., de los personajes.

Con frecuencia utilizan elementos de contrastación que con facilidad recuerdan los acontecimientos, cuando enfrentan situaciones similares, esto les da un impulso para tomar alguna decisión y por ende, implica un primer momento de cambio de actitudes y conductas, de tal manera que se puede cambiar y el final feliz tarde o temprano aparecerá. Por lo tanto el programa es significativo para las mujeres, más que un programa es un análisis de la realidad.

Un aspecto que no se deja de lado es efectivamente que a pesar de que la recepción fue colectiva, el significado que otorgan nuestras entrevistadas a los mensajes no es homogéneo, varía en cada mujer, y es donde entra en juego la mediación, ya que de acuerdo a los diversos códigos de recepción, cada mujer produce su identidad y sentido a la historia presentada.

- Lo más importante en la ficción es que parezca la vida real, la vida cotidiana.

Analizar los discursos que circulan en nuestra sociedad se ha constituido en un objetivo importante y en una clara tendencia de las Ciencias Sociales y Humanas. No existe una técnica única para realizar el análisis de contenido y discurso. En la búsqueda de explicaciones y soluciones, el discurso es señalado, a menudo, como un lugar donde los prejuicios, estereotipos, y representaciones negativas se producen.

La identidad no es una propiedad intrínseca del sujeto, sino que surge y se desarrolla en la interacción cotidiana con los otros. El individuo se reconoce a sí mismo solo reconociéndose en el otro, esto basándonos en la teoría de Mead (1973).

La interacción de la televidente se multiplica más allá de su entorno inmediato, ampliándose las posibilidades de comparación, reconocimiento y reflexión ante otros. Las concepciones que nos formamos de los demás dependen del refuerzo que obtenemos de ellas, de sus respuestas y muchas veces de sus gestos que son congruentes de acuerdo a sus roles sociales.

El concepto de género presenta dificultades en su uso debido a que en ocasiones se ha orientado para referirse sólo a las mujeres o a las construcciones culturales que se han desarrollado a partir de la diferencia sexual entre la dicotomía hombre/mujer.

Las identidades de género son construidas para legitimar el poder. Los estereotipos presentados en los medios y en especial en el programa "Lo que callamos las mujeres" muestran la opresión de las mujeres, y no brindan la oportunidad de elegir de forma más libre la definición de identidad de género; sino que este ya viene definido por la sociedad que sigue recreando patrones y adjudicándolos como algo establecido.

Marta Lamas (1995) explica que esto se da porque la cultura es un resultado, pero también una mediación, las representaciones culturales son construcciones simbólicas.

Se comprobó que la edad y escolaridad, se ubican como las mediaciones que más determinan la recepción del programa en la vida de nuestras entrevistadas.

Acorde con la teoría recapitulada en nuestro marco conceptual, la identidad de género se presentó tanto como un elemento que determina nuestro lugar en el mundo y cómo nos desenvolvemos en él, pero también como un proceso individual

en donde permanentemente configuramos nuestra propia identidad de género, y también nuestra comprensión de identidades de otros.

Los contenidos televisivos son un elemento más, que de manera diferenciada nutren el continuo proceso, contradictorio en sí, de reproducción y a la vez de cuestionamiento de las identidades, y en un sentido más amplio, de las significaciones sociales. Lo que aceptamos como culturalmente válido, está continuamente en transformación.

Se considera que los medios de comunicación, y en particular la televisión, deberían ofrecer diversos géneros, tanto informativos como de ficción, que dieran cuenta de nuestra realidad, y de otras, de una manera más transparente, honesta y con calidad, para que los referentes de que disponen los televidentes apoyen de mejor manera sus reflexiones, conocimientos y aprendizajes, de los cuales parten las decisiones que son solo suyas. Finalmente, no es la televisión la que sostiene, apoya, influye y permite un cambio en la vida de los seres humanos, sino otros seres humanos.

El objetivo se cumplió al encontrar que, efectivamente, existe una incidencia del programa en las mujeres que lo ven, tal incidencia se hace evidente al comprobar mediante el análisis de contenido y del discurso, tanto del programa como de las entrevistas, que lo expuesto en el programa propone una identidad de género, y que las mujeres siguen siendo un porcentaje alto de consumidoras de este tipo de programas que determinan las funciones y características que integran aquello que denominamos identidad femenina. Y sobre todo que reproducen y difunden discursos acerca del ser y actuar femenino.

El punto clave que se consideró fue que refleja una realidad mezclada con fantasía, y esto hace que se presente una incidencia y una identificación con los personajes y mensajes que se muestran en el programa.

La hipótesis de la que se partió fue que el programa “Lo que llamamos las mujeres” sí contribuye a una reproducción o transformación de género. Al término de la

investigación, encontramos que la hipótesis es aceptada, se encontró y comprobó que efectivamente hay un incidir del contenido del programa donde los estereotipos que presentan contribuyen a una identidad de género y al despertar de una conciencia social.

Además las amas de casa ven que el programa representa un desahogo y un impulso para tomar de decisiones.

Es así como el objetivo se cumple, se conoció de que manera incide el contenido y discurso del programa, ya que con las repuestas de nuestras entrevistadas y al hacer el cruce de datos con el contenido y el discurso de los capítulos, se demuestra que se presentan roles y estereotipos que reproducen una identidad femenina, establecida por la misma sociedad.

El rol de esposa-madre-ama de casa se enfatizo durante el programa "*Una esposa perfecta*" las imágenes presentadas en este capítulo sirvieron de apoyo para nuestras entrevistadas, ya que efectivamente este medio genera y muestra una realidad que se convierte en modelos de representación y contribución.

El análisis de contenido y discurso presenta a mujeres tipificadas dentro de la sociedad mexicana, por medio de los adjetivos (que representaron cualidades, atributos y rasgos), se ejemplifico los estereotipos de género.

Con las entrevistas se logro hacer un análisis de recepción del programa y de esa manera identificar que mediaciones incidían en nuestras participantes. Y sobre todo si estas ven una identidad de género.

7.1 Sugerencias

El objetivo inicial de la investigación fue conocer sí el contenido del programa, incide y si éste contribuye o no a una conformación de identidad de género en las mujeres que lo ven, sin embargo, a la largo del trabajo fueron apareciendo una serie de variables que son importantes para profundizar en su estudio, tales como el empoderamiento. Margaret Shuler (1995, Sección C, p 97) define a éste como “un proceso por medio del cual las mujeres incrementan su capacidad de configurar sus propias vidas y su entorno, una evolución en la concientización de las mujeres sobre sí mismas, en su estatus y en su eficacia en las interacciones sociales”. Ésta definición proviene del inglés *empowerment*, y el término se tradujo al español como empoderamiento, se utilizó por primera vez en la IV Conferencia Mundial de Beijin, refiriéndose a la participación de las mujeres en la toma de decisiones y acceso al poder. Utilizando esta categoría analítica, pueden surgir nuevas líneas de investigación que pueden seguir enriqueciendo la investigación no solo en relación al género sino, sobre todo, desde la perspectiva de la comunicación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGER, Peter y Thomas Luckman, (1968), *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, amorrtu editores.

BIAGI, Shirley (1999), *Impacto de los medios; una introducción a los medios masivos de comunicación*. Editorial Thomson.

Borrador de la Plataforma de Acción de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, 1995, Sección C, párrafo 97.

BUSTOS, Romero, Olga. (2001). "Género y socialización: familia, escuela y medios de comunicación". En M. A. González Pérez y J. Mendoza García, *Significados Colectivos: Proceso y Reflexiones Teóricas*. México: ITESM-CIIACSO.

CANO, Gabriela (2007), "*Ciudadanía y sufragio: el discurso igualitario de Lázaro Cárdenas*" en *Marta Lamas, Miradas feministas al siglo XX*, México, FCE.

COSTA, Joan. (1999), *La comunicación en acción: informe sobre la nueva cultura de la gestión*. Barcelona, España. Editorial Paidós.

CURRAN, J., Morley, D., Walkerdine, V. (1998). *Estudios culturales y comunicación: Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. España, Barcelona: Paidós.

DUBET, Francois, (1989), *De la sociología de la identidad a la sociología del sujeto*, en *Revista de Estudios Sociológicos*, volumen VII, número 21, septiembre-diciembre, El Colegio de México, México.

DUBY Georges, (1993), *Historia de las mujeres de occidente*. Madrid, Editorial Taurus.

GOFFMAN E. (1963). *Estigma. La identidad deteriorada*. Buenos Aires, Amorrortu.

JENNING, B. (1996). *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

KRIPPENDORFF, klaus (2002), *“Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. España: Paidos.

LAMAS, Martha (2003). *El genero. La construcción cultural de la diferencia sexual*. PUEG programa Universitario de Estudio de género. México, UNAM. Editorial Porrúa.

MARTÍN, Barbero Jesús. (1992), *De los medios a las mediaciones*. México Ediciones G. Gili, S.A. de C.V

MARTÍN, J. (1992). *Televisión y melodrama*. Colombia: Tercer Mundo.

MEAD, George Hebert (1973). *Espíritu, persona y sociedad desde el punto de vista del conductismo social*. Barcelona, Editorial Paidós.

MENACHO Chiok, Luís Pedro. *Glosario sobre género* Lima: sin editorial, 2005

OROZCO, G. (1996). *Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo*. Madrid: Ediciones de la Torre y UIA.

OROZCO, G. (2000). *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Guadalajara, Jalisco, México: Universidad Nacional de La Plata Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario.

SERRANO, Martín Manuel. (1986), *La mediación social*. Madrid, Editorial Akal.

VALLES, Miguel. (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis S.A.

Otras fuentes

Argomedo, J. (2007, Julio 3). Recepción: enfoque crítico y teoría de las mediaciones. Extraído el día 27 de noviembre de 2010. Desde: <http://julioargomedo.blogspot.com/2007/05/recepcin-enfoque-crtico-y-teora-de-las.html>.

Avalos, Mónica María (2009). Influencia del consumo televisivo sobre la formación de la identidad de género en la niñez intermedia (8-12 años). Extraído el día 19 noviembre 2010. Desde [https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:YUB2M2YLDEYJ:www.zonaconductual.com/archivo/influencia_del_consumo_televisivo_sobre_la_formacion_de_la_identidad_de_genero_en_la_ninez_intermedia.pdf+M%C3%B3nica+Mar%C3%ADa+Avalos+\(2009\)&hl=es&gl=mx&pid=bl&srcid=ADGEESihPKC8Hfuu306HXWVEziQW7yFuSh2B27Di9UB6R-FbVbcuA_qqVVb2FJMGEdu2CCngC93QUZ4eMMhdy6Bh3I0UYBFJIWzrboryFOK1z_8139EDz--5edcokesVogorCLv9ZPjv&sig=AHIEtbSGGRReBpnJmvXc24cEIFS2YmmhAiw](https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:YUB2M2YLDEYJ:www.zonaconductual.com/archivo/influencia_del_consumo_televisivo_sobre_la_formacion_de_la_identidad_de_genero_en_la_ninez_intermedia.pdf+M%C3%B3nica+Mar%C3%ADa+Avalos+(2009)&hl=es&gl=mx&pid=bl&srcid=ADGEESihPKC8Hfuu306HXWVEziQW7yFuSh2B27Di9UB6R-FbVbcuA_qqVVb2FJMGEdu2CCngC93QUZ4eMMhdy6Bh3I0UYBFJIWzrboryFOK1z_8139EDz--5edcokesVogorCLv9ZPjv&sig=AHIEtbSGGRReBpnJmvXc24cEIFS2YmmhAiw)

De lima, C. (1999, Diciembre). Los Estudios feministas y los culturales: la crítica cultural feminista en diferentes topografías. Extraído el 28 de noviembre de 2010 desde: http://bidi.xoc.uam.mx/resumen_articulo.php?id=2963&archivo=1-180-2963krh.pdf&titulo_articulo=Los%20Estudios%20feministas%20y%20los%20culturales:%20la%20cr%C3%ADtica%20cultural%20feminista%20en%20diferentes%20topograf%C3%ADas.

De los Campos, Hugo. Diccionario de Sociología, En memoria de Ambrose 'bitter' Bierce. Primera edición marzo de 1998, última actualización diciembre de 2007. Extraído el día 29 de junio del 2012. Desde <http://ciberconta.unizar.es/leccion/sociodic>.

Giraldo M, (2006) Mediaciones circulares y didácticas. Una introducción al concepto de mediación. Extraído el día 25 de noviembre de 2010. Desde:

<http://www.slideshare.net/adrysilvav/teorias-de-las-meciaciones-406542>Lo que
callamos las Mujeres sinopsis. Extraído el 19 de noviembre 2010. Desde:
www.tvazteca.com/telenovelas/loque_callamos/sinopsis.shtml

INEGI, (2009, 8 de marzo) *Estadísticas a propósito del día internacional de la
mujer*. Extraído el día 15 de noviembre de 2010 desde
<http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/estadisticas/2009/mujer09.asp?s=inegi&c=2685&ep=10>

Lagarde, M. Identidad Femenina. Extraído el día 22 de noviembre de 2010. Desde:
<http://www.posgrado.unam.mx/servicios/productos/omnia/anteriores/20/04.pdf>.

La mujer mexicana y el voto. (n.d). Extraído el 10 de noviembre de 2010 desde
<http://www.esmas.com/salud/home/noticiashoy/517108.html>Soto, L. (2006).

Lo que callamos las Mujeres sinopsis. Extraído el 19 de noviembre 2010. Desde:
www.tvazteca.com/telenovelas/loque_callamos/sinopsis.shtml

Maestrojuan, K. Identidades de género: Múltiples nombres en lucha por la
diferencia. Extraído el día 15 de Agosto del 2010. Desde:
http://igualdadgenero.suite101.net/article.cfm/identidades_de_genero#ixzz17wyPEeK1

Martín, M. (2008). La mediación social. Extraído el día 24 de noviembre de 2010.
Desde:
<http://www.ucm.es/info/mediars/Biblioteca/files/de656ee9059d6b1c642b6d235fcd4cc6-1.html>.

Mujer casos de la vida real, información. Extraído el día 19 de Octubre 2010.
Desde www.espectaculosmexico.com

Orozco G. De las mediaciones a los medios. Contribuciones de la obra Martín Barbero al estudio de los medios y sus procesos de recepción. Extraído el día 24 de noviembre de 2010. Desde: <http://www.scribd.com/doc/7788256/De-las-mediaciones-a-los-medios-Contribuciones-de-la-obra-de-JMB-G-Orozco>.

Ortiz, Q. Universidad Andina Simón Bolívar “Cultura y globalización” De los medios a las mediaciones o las preguntas por el sentido. Extraído el 17 de noviembre de 2010.

Desde:http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:ohyBL7gxCV8J:www.flacso.org.ec/docs/i4_ortiz.pdf+martin+barbero+de+los+medios+a+las+mediaciones&hl=es&gl=mx&pid=bl&srcid=ADGEEESirkJLE-kt4ml58TAMWbFO2ktQfv07-qc2BpxAYxUHE2159HAw4Gh38nWNWIFMT3i0skbW0HKhaJr3DypMn8hq-Ko_vJply1T25v1z7X4L4luiSYvlJgCIMtgATjIUS5hkIXrX5&sig=AHIEtbSUilam_-F-NQODsYAz5yyUKBfjlg.

Padilla, Rebeca de la Torre, Ser mujer se aprende, enseña, disfruta y sufre. Telenovela cultura e identidad de género. Culturales. Enero – junio. Año/vol 1, número 001. Artículo extraído 19 noviembre 2012 desde <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/694/69410107.pdf>

Pantoja Gabriela y Chacón Mirna, (2008). Artículo Influencia de la Televisión en la conducta de los niños. 2008, Febrero 10 - 23:37 — Odiseo. Revista. Extraído el día 16 noviembre 2010 desde <http://www.odiseo.com.mx/articulos/influencia-television-conducta-ninos/>

Prieto, Norma Iglesias (1997), “Reconstruyendo lo femenino: identidades de género y recepción cinematográfica”. Extraído el día 19 noviembre 2012. Desde http://www2.colef.mx/fronteranorte/articulos/FN18/3-f18_Reconstruccion_de_lo_femenino_percepcion_cinematografica.pdf

Soto, L. (2006). Teoría de las mediaciones sociales. Recuperado el 20 de noviembre de 2010.

En: <http://www.slideshare.net/lili369/cap-17-teoria-de-las-mediaciones-sociales>

Teoría de las mediaciones sociales. Recuperado el 20 de noviembre de 2010.
En: <http://www.slideshare.net/lili369/cap-17-teoria-de-las-mediaciones-sociales>

Torrero, José, (2006). Concepto de mediaciones y teorías de la mediación.
Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Consultado el.13 de
septiembre 2012. En:
<http://educomunicinlidiaarcosfuentes-lidia.blogspot.mx/2010/03/tercera-actividadconcepto-de-mediacion.html>