



“Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género”.

Mtro. Mario Ayala.

META 2

. “El impacto de los medios masivos de comunicación en los altos índices de embarazo adolescente. Un análisis de la temática sexual de la educación informal frente a la educación escolarizada.

BAJA CALIFORNIA SUR. DICIEMBRE 2011

“Este material se realizó con recursos del Programa de Fortalecimiento a la Transversalidad de la Perspectiva de Género. Empero el Instituto Nacional de las Mujeres no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por las (los) autoras(es) del presente trabajo”.

“Este Programa es de carácter público, no es patrocinado ni promovido por partido político alguno y sus recursos provienen de los impuestos que pagan todos los contribuyentes. Está prohibido el uso de este Programa con fines políticos, electorales, de lucro y otros distintos a los establecidos. Quien haga uso indebido de los recursos de este Programa deberá ser denunciado y sancionado de acuerdo con la ley aplicable y ante autoridad competente”.



INTRODUCCIÓN

La influencia de la comunicación audiovisual, desde la opinión de los expertos, en la libertad sexual de las adolescentes es un esfuerzo por develar el papel que juegan los medios masivos de comunicación audiovisual en informar y formar a las jóvenes de nuestro estudio, de tal manera que las lleve a tomar decisiones con respecto a su sexualidad. Y básicamente nos referimos por libertad sexual al derecho de las y los adolescentes a la expresión de su sexualidad, ya sea de manera informada o desinformada, así entrará en nuestro estudio la triada: medios audiovisuales + comportamiento sexual + información. La presente investigación se realizó en la ciudad de La Paz, municipio del mismo nombre, en Baja California Sur, en la cual y durante cuatro meses aproximadamente se aplicaron cuestionarios (uno sobre medios audiovisuales y otro sobre sexualidad) a alumnos y alumnas de tercero de secundaria y de los tres grados de preparatoria, se realizaron sesiones de grupos focales tanto con alumnos y alumnas como con profesionales expertos en el tema, se revisó el estado del arte y mediante la Teoría Fundamentada, se procedió a la redacción final que constituye este documento.

Se realizarán las entrevistas y las pláticas de los Grupos Focales en dos preparatorias de la localidad de La Paz, una dentro del área urbana y otra que se encuentra en la periferia de la ciudad; así mismo, se trabajará en una secundaria dentro de la ciudad (Secundaria Morelos). Lo anterior pensando en la obtención de datos de los grupos de edad en la que se eleva la estadística de embarazo temprano dentro del periodo considerado la etapa de la adolescencia, que va de los 10 a los 19 años, de modo que tomamos el tercer grado de secundaria y los tres grados de preparatoria, es decir, de 15 a 18 años. Lo anterior en un periodo de vigencia del 9 de septiembre al 31 de diciembre de 2011.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿A cargo de quien está la responsabilidad de formar a las y los jóvenes en cuanto a su sexualidad?
- ¿Qué clase de información les llega y por qué medios?
- ¿Están las adolescentes conscientes de la información que reciben de los medios masivos de comunicación?
- ¿Qué criterios consideran las adolescentes para la toma de decisiones en cuanto a su sexualidad se refiere?

Para lograr dar respuesta a estas cuestiones revisaremos algunas estadísticas, temas como la sexualidad en el adolescente así como algunas particularidades de la etapa del desarrollo en la que se encuentra, temas de sociología y cultura de masas y comunicación, de manera particular, la teoría semiótica como marco referencial del análisis de algunos programas y canciones, y analizaremos los datos de los cuestionarios y la información cualitativa que se obtenga de los grupos de enfoque.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y ANTECEDENTES.

En los últimos años se ha venido incrementando el número de embarazos en adolescentes en Baja California Sur, en un rango de edad de 15 a 19 años el incremento es de 25%. Esta problemática es compleja pues impacta en varios aspectos, no sólo de la vida de la joven, sino de su familia y de la sociedad, pues conlleva problemas de orden emocional, psicológico, físicos y de salud, de relaciones interpersonales, laborales y económicas, entre otros. La liberación sexual ha venido ganando terreno en la mentalidad colectiva desde las décadas de los 60's y 70's, favoreciendo principalmente a las mujeres, incluso rebasando esta demanda de actitudes liberales, la respuesta informada de la escuela. En la época actual, pareciera

que vivimos otra revolución sexual en alto grado permisiva en cuanto a vivir tempranamente experiencias sexuales sin contar aún con la madurez emocional y psicológica, y muchas veces sin la seguridad económica, poniendo a las adolescentes en situación de vulnerabilidad y frustrando un desarrollo personal y profesional a futuro.

Para precisar datos, resulta que Baja California Sur, en su nivel de embarazo temprano, supera al porcentaje nacional en 3%. Y si comparamos la población de mujeres con hijos en el año 2000, del municipio de La Paz, con los datos correlativos pero del año 2010, se observa un incremento del 1.3% del número de mujeres con hijos en el rango de edad de 15 a 19 años pero también se observa un decremento significativo en el número mujeres con hijos en el rango de edad de 12 a 14 años.

Edades	Embarazos 2005	Embarazos 2009
12-14 años	25	47
15-19 años	398	766
12-19 años	423	813

Nuestra inquietud por indagar más sobre los asuntos relacionados con la problemática de sexualidad actual de las adolescentes, surgió de la lectura de la investigación realizada por el M. Mario Ayala Rodríguez y la Psic. Margarita Ortega Embrión, titulada: *“Historias de vida de un grupo de madres adolescentes del programa de becas para madres jóvenes y jóvenes embarazadas de Baja California Sur.”* En este trabajo se trató el problema del embarazo temprano como una problemática social de urgente atención, se plantearon diferentes factores como causales y se dejaron abiertas posibles líneas de investigación. Cito: *“Otro factor influyente que*



se presentó en el grupo de jóvenes estudiadas es la limitada formación sexual y la falta de servicios de salud sexual y reproductiva en sus comunidades o escuelas (...lo que lleva a que...) las jóvenes experimentan una confusión para construir su identidad.” (p.) De esta cita hemos desprendido dudas sobre la problemática de la formación sexual de las y los adolescentes, haciéndonos preguntas como: ¿a cargo de quién está la responsabilidad de formar a los y las jóvenes en cuanto a su sexualidad? ¿Qué clase de información les llega y por qué medios? ¿Están las adolescentes conscientes de la información que reciben de los medios masivos de comunicación? ¿Qué criterios consideran las adolescentes para la toma de decisiones en cuanto a su sexualidad se refiere? Estas y otras preguntas nos dirigen la atención hacia la influencia que los medios tienen sobre los comportamientos sexuales de las adolescentes. Nos interesa dirigir nuestra indagación hacia las mujeres porque creemos que con los avances en materia de equidad de género, la lucha de poder entre los sexos sigue en perjuicio de las mujeres, tan sólo por el simple hecho de que cuando una joven resulta embarazada, su vida cambia casi por completo y generalmente en perjuicio, en cambio, los jóvenes padres, siguen con su vida casi intacta, no dejan la escuela y/o el trabajo, ni sus otras actividades o estilo de vida.

En un estudio de Francisco García Alcaraz se vió que la mayoría de los jóvenes encuestados dicen que los amigos no influyen en su comportamiento sexual, pero cuando esta variable la atraviesa el sexo, se encuentran diferencias en las que los hombres hay mayor influencia que en las mujeres. Veremos en nuestro estudio local, cómo se manifiesta este dato.

En una interesante investigación realizada en México, Cruzvillegas mostró que las mujeres pasan más tiempo viendo televisión, especialmente telenovelas, mientras que los hombres consumen menos tiempo y prefieren programas como de deporte, cómicos y películas. En nuestro estudio, veremos cómo se comporta esta variable y qué opinan de eso las y los jóvenes de los grupos focales.

JUSTIFICACIÓN.

A partir de la incursión de las mujeres en la vida laboral de la sociedad, se han movido las estructuras que daban sustento a la familia, ahora también las madres salen de casa a trabajar, lo que ocasiona que el tiempo que les queda “libre” lo ocupen en labores domésticas y relegando para lo último, la crianza de las y los hijos, la cual queda, en gran medida, en manos de los medios de comunicación. Es importante aclarar que de ninguna manera las madres son responsables de esta situación problemática sino de la falta de reestructuración en la familia, en la que deben el padre y la madre repartirse equitativamente los roles y las tareas dentro del hogar, de tal manera que ambos se responsabilicen de la educación moral y la disciplina de hijos e hijas. Ya se han hecho innumerables estudios sobre la influencia de los medios masivos de comunicación en las estructuras sociales, en este caso nos enfocaremos al influencia que tiene en la conducta sexual de las adolescentes. Lo cual nos permitirá obtener información valiosa para coadyuvar en las políticas públicas de comunicación, salud y educación.

Es importante aclarar, a manera de advertencia que esta investigación no pretende dar argumentos a favor o en contra de vivir experiencias sexuales a temprana edad sino mostrar que las y los adolescentes están tomando decisiones sin pensar, influenciados en mayor medida por los medios masivos de comunicación y por ende, tomando riesgos innecesarios. También a manera de premisa, partir de que como agentes de investigación apegados a la Teoría Fundamentada, incursionamos en el problema con la mente abierta, sin prejuicios y con la capacidad de ser flexibles ante las demandas de los datos. Partimos de que los medios de comunicación son

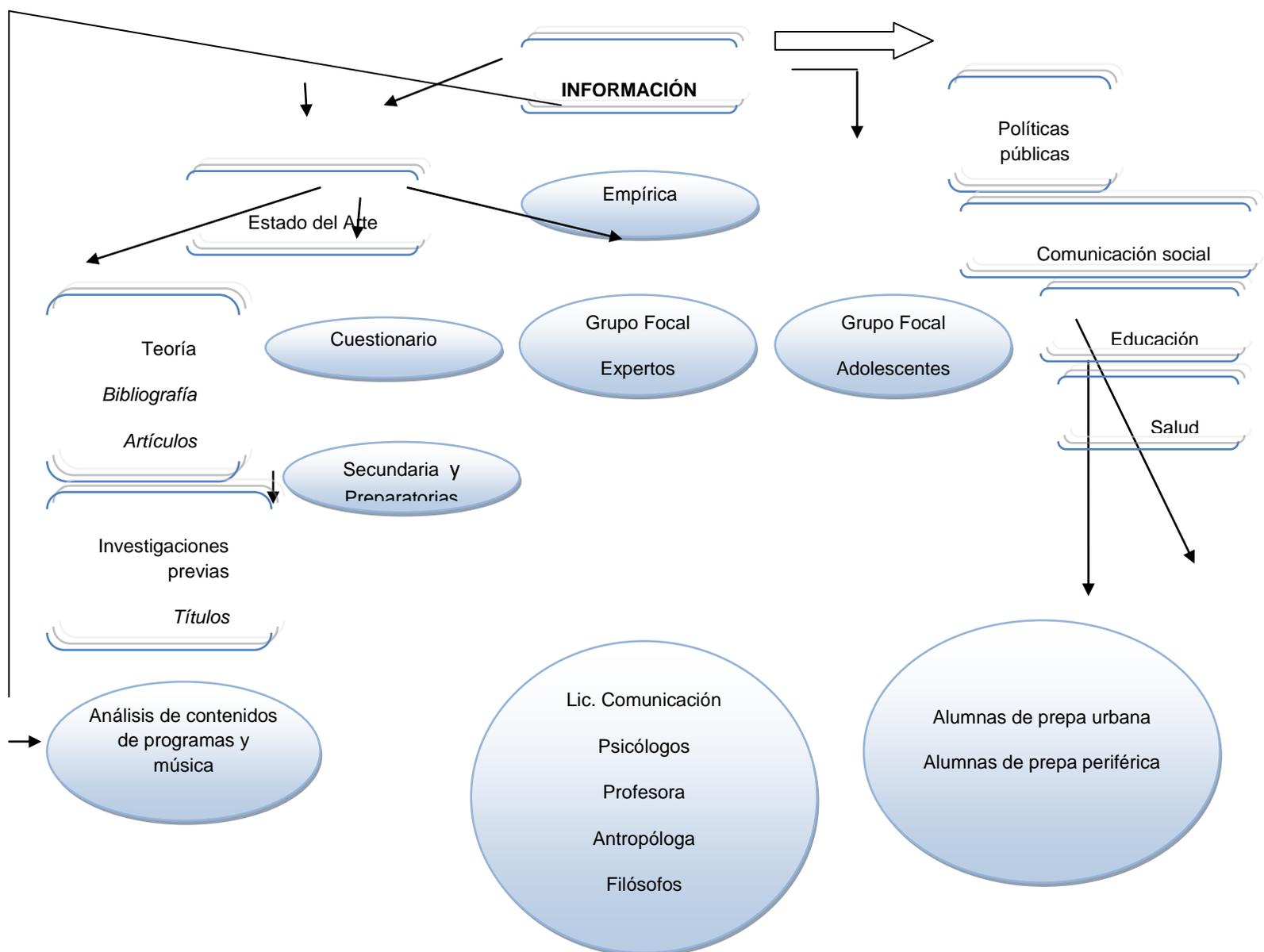


justamente medios a los que se les pueden atribuir diferentes usos, y no los satanizamos ni consideramos ingenuas e inocentes herramientas de socialización.

METODOLOGÍA.

La forma de cómo se organizó el desarrollo de la investigación se muestra en el siguiente mapa semántico. El trabajo se realiza desde una perspectiva cualitativa.

MAPA SEMÁNTICO DEL DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN



La presente investigación tomará como base metodológica la Teoría Fundamentada en los datos, que Glaser y Strauss (1967) exponen en su libro *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, ya que ésta nos brinda las herramientas teóricas y prácticas para construir un teoría a partir de los datos obtenidos poniendo énfasis en la relación lógica entre los conceptos y los grupos de conceptos mediante la codificación de los mismos de una forma sistemática y con miras a contribuir al avance de la sociología.

Para la recolección de la información empírica partimos de la adaptación del cuestionario que sobre sexualidad y anticoncepción en jóvenes diseñaron Francisco García Alcaraz y Antonia Alfaro espín(1) y diseñamos un cuestionario sobre medios audiovisuales para indagar acerca de gustos y preferencias en cuanto a programas de televisión, uso de internet y la música que escuchan. El primer cuestionario consta de 30 preguntas cerradas y el segundo de 24 preguntas cerradas y dos abiertas.

Se determinó una muestra, no estadística, conformada por adolescentes y jóvenes de ambos sexos alumnos de tercer año de una secundaria y alumnos de dos preparatorias de la ciudad de la Paz.

Lo anterior pensando en la obtención de datos de los grupos de edad en la que se eleva la estadística de embarazo temprano dentro del periodo considerado la etapa de la adolescencia, que va de los 10 a los 19 años, de modo que tomamos el tercer grado de secundaria y los tres grados de preparatoria, es decir, de 15 a 18 años.

CANTIDAD DE CUESTIONARIOS APLICADOS

	3° año	1° semestre	3° semestre	5° semestre
Secundaria (S)	74			
Preparatoria periférica (P1)		116	60	69
Preparatoria Urbana (P2)		86	70	79
TOTAL 554				

OBSERVACIONES DE LA APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO EN LA SECUNDARIA (S) Área urbana.





La secundaria cuenta con todos los servicios, se encuentra dentro de la ciudad, todas las calles que la rodean están pavimentadas y hay casas y negocios alrededor; los negocios incluyen tiendas, una gasolinera, papelerías, servicios automotrices y agencias de autos. Se puede decir que la colonia en la que se encuentra es de clase media y media baja. Es una escuela con dos turnos, grande, rodeada de barda y, algunas partes, reja con algo de malla ciclónica. Tiene canchas, cafetería, laboratorios y salones muy amplios (aunque con poca luz) para los talleres de electrónica, costura y contabilidad. Nos llamó la atención que el salón de esta última materia tenía una pared pintada con caricaturas como de jardín de niños. En general, las instalaciones están en mal estado y hay áreas con matorrales secos y basura. Las aulas cuentan con aire acondicionado.

Se aplicaron cuestionarios a los 5 grupos existentes en el turno vespertino. Es una escuela muy sucia, muy desordenada y el turno vespertino, macabro, con áreas muy oscuras y sin vigilancia, incluso los salones tienen poca iluminación. La organización escolar se percibe como de baja a regular, aunque la atención del subdirector fue amable. Los alumnos, en su mayoría, están desaliñados y se observa indisciplina, sobre todo en el taller de electrónica, en el cual hay solamente una mujer. Los alumnos bromean durante la aplicación del cuestionario para tardarse más y no tener clase. Los maestros nos comentan que no importa si nos tardamos.

Discriminan al alumno con autismo porque no dejan que participe por miedo a que los demás se rían de él.

Se evidencia su falta de información y cultura general; algunos no saben lo que significa esporádico, algunos no tienen claro qué significa sexualidad y desconocen los términos homosexual, bisexual y heterosexual; preguntaron mucho sobre el periodo de ovulación. El sexo oral no lo entienden como relación sexual, incluso un muchacho pensaba que se trataba de hablar con la pareja.

En el cuestionario no viene la opción de jugar, en lo que haces en internet.



En algunas preguntas faltó la opción de no sé.

Es evidente que mantienen relaciones sexuales sin protección porque se acercan a preguntar cosas elementales y desconocen o no entienden cosas del cuestionario.

Una alumna no sabía qué es moral.

OBSERVACIONES DE LA APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO EN LA PREPARATORIA (P1) Área periférica.



GOBIERNO
FEDERAL



Esta preparatoria cuenta con todos los servicios, es urbana pero se encuentra en la periferia de la ciudad, rodeada de calles de tierra, hay alrededor casas humildes, lotes baldíos, una bodega abandonada y el cerro. La colonia es de clase baja. La escuela tiene malla ciclónica como protección y muros altos de piedra que limitan con el cerro. Todas las áreas se ven despejadas, con buena vigilancia. Cuenta con cancha, cafetería, patios y áreas verdes, todo en muy buen estado. Las aulas cuentan con aire acondicionado.

Se aplicaron cuestionarios a los 8 grupos existentes. En esta ocasión trabajamos en el turno matutino. La escuela está muy limpia y ordenada, incluso se ve al personal de intendencia manteniendo la escuela en buenas condiciones. Mesabancos y escritorios también en buenas condiciones, las y los alumnos con buen aliño. Se trata de una escuela más rígida en cuanto a organización y reglas. La subdirectora nos atendió personalmente, junto con la psicóloga de la escuela y



ambas fueron muy amables, le dieron seguimiento a nuestras actividades, atendieron nuestras necesidades e incluso hicieron una reunión con algunos jóvenes para informarles de qué se trataba el Grupo Focal y seleccionar voluntarios, luego solicitaron por escrito el permiso a los padres de las y los adolescentes para que pudieran participar. Pudimos percatarnos que la subdirectora conoce a la mayoría de los alumnos y alumnas y sus necesidades.

Otra persona que nos acompañó a los grupos fue la que está a cargo del programa de USAER, nos dimos cuenta que no tiene ni la información ni la educación para tratar con alumnos y alumnas de ningún grado escolar. Es una persona inculta y poco preparada, habla de maricones, lo que nos dice que tiene estereotipos y prejuicios.

Volviendo a la aplicación de cuestionarios, algunos no sabía cómo contestar la parte de los datos socio demográficos. Hacen muchas preguntas.

Algunos comentaron que les daba pena contestar, aún y cuando es anónimo.

Nos comentaron algunas maestras y alumnas que hay muchas adolescentes embarazadas en esta escuela.

Una alumna manifestó que tener relaciones sexuales tempranas era como “de cualquiera”, es decir, interpretamos como de mujeres vulgares y sin educación.

Un alumno no sabía qué es identidad.

La escuela cuenta con psicóloga, una persona de USAER y un módulo del Centro Mujeres atendido por las mismas alumnas, de las cuales, de 5, 3 resultaron embarazadas. Nos dijeron que el módulo se abre tres días a la semana.

En esta escuela, percibimos poca cultura por parte de los alumnos. Conforme ascendíamos de grado, las y los alumnos se mostraban más maduros con respecto a su comportamiento así como al nivel de conocimientos.



OBSERVACIONES DE LA APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO EN LA PREPARATORIA (P2) Área urbana.

Esta preparatoria está muy céntrica, cuenta con todos los servicios y rodeada de calles pavimentadas. Está rodeada de casas de mediano y buen nivel económico y negocios como tiendas, papelerías, cafés internet, y otros. Tiene muchos árboles, sobre todo en una esquina, sin embargo dentro hay muchas áreas sin sombra y no hay bancas. Aunque todos los salones a los que entramos había aparatos de aire acondicionado, no en todos servían. Cuenta con cafetería, biblioteca y están en reparación las canchas. En la entrada está la caseta del guardia.

Se aplicaron cuestionarios a 10 de 21 grupos existentes. Aplicamos los cuestionarios en el turno matutino. Se trata de una escuela muy grande, con muchos alumnos y alumnas y poco organizada. En la puerta de la entrada, si bien hay un guardia que para entrar pregunta a qué área va, con qué persona y a qué asunto, dentro de la escuela se percibe mucho ruido y demasiado movimiento, llegando a ser estresante. La persona encargada de asignarnos grupo fue la de Servicios Escolares, fue amable pero se le nota muy atareada y con frecuencia no estaba en su oficina. Cada vez que íbamos, nos decían dónde encontrar al grupo pero en la mayoría de las veces, no se hallaba ahí y teníamos que recorrer toda la escuela y preguntar varias veces para localizarlo. No todos los grados no están ubicados en la misma área. Se percibe menos disciplina en esta escuela comparada con la P1. Son grupos muy numerosos. La biblioteca se encuentra muy aislada y lejos de los grupos.

Los días que asistimos, nos tocó que había algún evento en el patio, lo que hacía verse más desorden. La escuela está en regulares condiciones de higiene.

Representó más dificultad la organización del Grupo Focal. Nos comentaron que había prefectos pero no era fácil hallarlos.

Al igual que en las otras dos escuelas, los y las alumnos carecen de información básica y preguntaron sobre el significado de palabras de uso común; se percibe poca cultura general.

También aquí comentaron que hay muchas adolescentes embarazadas.

Antes de procesarse los datos estadísticamente, se sacaron muestras de los cuestionarios y con ellos determinar frecuencias de los programas que más ven y la música que más escuchan para ser analizados desde la perspectiva de contenidos y estereotipos sexuales, a la luz de la semiótica, por lo que le hemos dedicado un capítulo entero a esta teoría de la comunicación. En los anexos de esta investigación, está la descripción y el análisis cualitativo de algunos programas y canciones que incluimos como ejemplos y que además nos sirven para documentar parte de nuestras conclusiones. El análisis estadístico incluye porcentajes de hombres y mujeres en relación con la información sexual recibida y de qué fuentes, hábitos sexuales, cantidad de horas que ven televisión y usan internet, así como en qué horarios, y otros aspectos para sacar valores significativos y algunas variables. A la par de la aplicación de cuestionarios y revisión de programas, se revisa el estado del arte de nuestro tema.

Obtención de datos vía Grupos de Enfoque

Para la obtención de información cualitativa, utilizaremos el método de Grupos de Enfoque o grupos de discusión. Este método obtiene información a nivel introspección mediante la expresión libre pero dirigida de ideas y emociones de los asistentes a la sesión.



Se trata de una conversación natural pero guiada con preguntas bien pensadas que el investigador ha preparado con anterioridad. Lo más recomendable es grabar la sesión o tener a un asistente de investigador que observe cuidadosamente a las asistentes para ir registrando lo que se dice entre líneas, así como el tono y volumen de la voz que utilizan, el lenguaje no verbal, las emociones, las dudas y las tensiones que se generen en la plática, lo que muchas veces dice más que las propias palabras. El investigador dará seguimiento cuidadoso a los comentarios para poder conducir la sesión de modo que se obtenga lo que busca, por lo que requiere del conductor habilidad para el manejo del grupo y dominio del tema a tratar.

Dentro de la metodología de Grupos de Enfoque es necesario seguir un procedimiento que va desde la preparación de la sesión, la administración del tiempo de la sesión, hasta el procesamiento de la información y la elaboración del reporte.

Como todo trabajo de investigación es trascendental no perder de vista en ningún momento los objetivos del trabajo, puesto que estos serán el eje conductor de la sesión y de la metodología en general. Básicamente los Grupos de Enfoque buscan recabar información cualitativa de primera mano, explorando la percepción, las propuestas y las implicaciones que los participantes tienen sobre el tema tratado.

Esta técnica de grupos surge a finales de los años treinta pero ha tomado auge en los últimos tiempos. Surge de la intención de algunos científicos de recabar información más imparcial, en procedimientos en los que el entrevistador tuviera un papel menos determinante, menos influyente, menos directivo y, de esta manera, los entrevistados se sintieran en un ambiente más libre de opinar para conocer la realidad desde la perspectiva del implicado.



Uno de los aspectos más característicos de los Grupos Focales es la interacción, misma que le da sentido al grupo y por la que surge la información más valiosa pues se genera a partir de los comentarios de unos y otros.

Los aspectos éticos. El investigador deberá, con toda honestidad, informar a los participantes de la sesión sobre el tema a tratar, no obligarlos a decir cosas ni siquiera orientarlos a que den ciertas respuestas. La información es confidencial, anónima y no debe utilizarse para otros fines que no sean la investigación.

Se organizaron tres grupos focales uno con alumnas y alumnos de la preparatoria P1, otro con alumnas y alumnos de la preparatoria P2 y un tercer grupo con expertos (docentes, psicólogas, filosofas, comunicólogas).

No se organizó un grupo focal con alumnas y alumnos de secundaria, por falta de tiempo y porque se pensó que sería difícil conseguir el permiso de sus padres para participar en el grupo focal.

PREGUNTAS PARA LA SESIÓN DEL GRUPO FOCAL DE ADOLESCENTES

Ruta de preguntas



GOBIERNO FEDERAL

Pregunta eje	Pregunta derivada 1	Pregunta derivada 2	Pregunta derivada N	Observaciones
<p>¿Usas la TV para entretenimiento?</p> <p>¿Qué ves en la TV?</p>	<p>¿Usas internet para entretenimiento?</p> <p>¿Para qué usas internet?</p>	<p>¿Crees que la moda que se vende en los medios influye en que las y los adolescentes se animen a tener relaciones sexuales?</p>	<p>¿Qué piensas cuando una compañera de tu escuela se embaraza?</p> <p>¿Qué harías si tú quedaras embarazada o embarazado?</p>	
<p>¿Qué opinas de los contenidos de la televisión?</p>	<p>En función de violencia y sexo.</p>	<p>¿Cómo te sientes cuando navegas por internet?</p>		
<p>¿Qué harías para mejorar la programación de la televisión?</p>	<p>¿Qué tiene tu programa de tv favorito para que te guste tanto?</p>	<p>¿Te identificas con algún personaje de la TV? ¿por qué?</p>		
<p>¿Qué música escuchas? ¿por qué te gusta?</p>	<p>Escuchar y ver un video y que opinen sobre la letra y las imágenes</p>	<p>¿Te pones a pensar críticamente en lo que ves y escuchas?</p>	<p>¿Cuál sería para ti el ideal de hombre y el ideal de mujer?</p>	



Reglas: sentadas y sentados, levantar la mano para pedir la palabra, mantener una actitud de apertura y respeto, argumentar las opiniones, no distractores, preguntar si tienen dudas, quedarse hasta el final.

Palabras constantes:

HOJA DE REGISTRO DE OBSERVACIONES

Aspecto	Frecuencia	Observaciones
Acuerdos		
Desacuerdos		
Discusiones		
Expresiones de vergüenza		
Expresiones de intolerancia		
Expresiones de indiferencia		
Expresiones de nerviosismo o ansiedad		
Rompimiento con la		

disciplina

- Voz: tono, volumen.
- Miradas.
- Risas.
- Gestos.
- Señalamientos.
- Postura corporal.

PREGUNTAS PARA LA SESIÓN DEL GRUPO FOCAL DE EXPERTOS

- Ruta de preguntas

Pregunta eje	Pregunta derivada 1	Pregunta derivada 2	Pregunta derivada N	Observaciones
¿Qué ofrece la Tv a los jóvenes?	¿Cómo te parece la calidad de los programas de TV?	¿Te parece mejor la TV abierta o la cerrada?	¿Cuál crees que influye más en las y los adolescentes?	
¿Qué mensajes emite actualmente la TV?	¿Qué piensas del contenido sexual que hay en la TV?	¿Crees que los mensajes de los medios audiovisuales han influido en las decisiones que toman las adolescentes?	¿Qué intereses hay detrás de los medios de comunicación?	
¿Cuál es la	¿Qué harías	¿Por qué	¿Qué habría	



Gobierno Federal

función social a la que responde la TV?	para mejorar la programación de la televisión?	crees que habiendo tanta información sexual, somos el 2º lugar de embarazo adolescente ?	qué hacer como sociedad para ir erradicando este problema?	
---	--	--	--	--

Fases del estudio.

1. Revisión inicial de los cuestionarios para la detección de los programas de televisión y las canciones que resulten buenos ejemplos de análisis.
2. Aplicación de los cuestionarios.
3. Preparación de las sesiones.
4. Administración de las sesiones.
5. Procesamiento de la información y elaboración del reporte.

Con la información y datos obtenidos de:

1. Cuestionarios
2. Grupos de enfoque
3. Análisis semiótico de programas y canciones y
4. Estado del arte

Se procederá al análisis con miras a sacar conclusiones a través de la teoría fundamentada. En los últimos tiempos, esta metodología de procesamiento de información ha tomado impulso en la investigación cualitativa se hace un análisis del discurso y un análisis interpretativo, cuyo objetivo es la generación y construcción de teoría fundamentada desde los datos empíricos en oposición a los

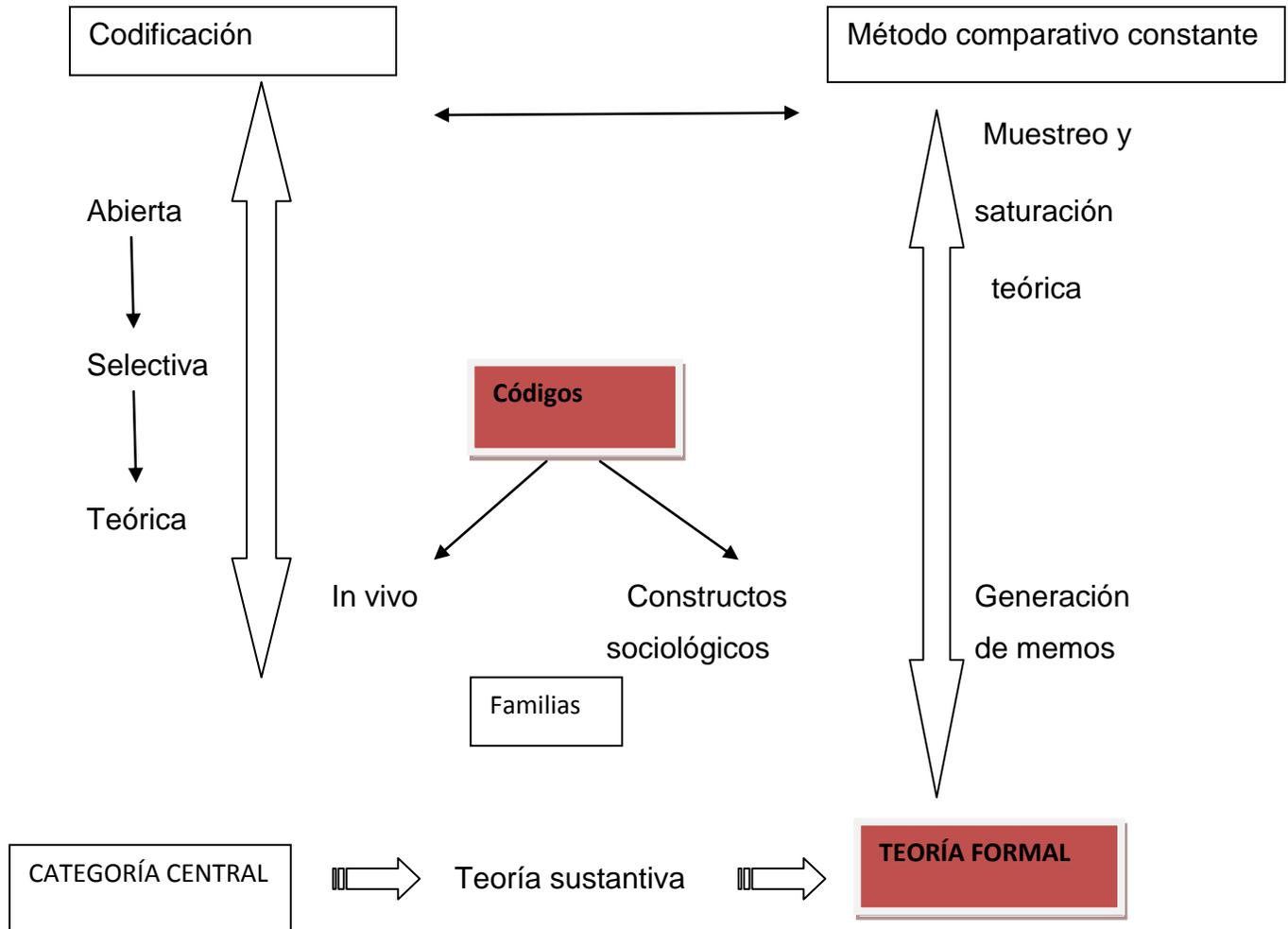
criterios de verificabilidad o confirmación-refutación derivados de los modelos positivistas de investigación.

La Teoría Fundamentada no busca la descripción de la realidad sino la explicación de esa realidad a partir de la recogida de datos empíricos y su interpretación hecha teoría.

Hablar de metodología implica una serie de técnicas en un procedimiento de actuación que nos lleve al cumplimiento de un objetivo y dentro de estos procedimientos la comparación como técnica de análisis resulta fundamental para la construcción de nueva teoría. Dicho objetivo, en términos apropiados sería la **emergencia de teoría inductiva sobre un área sustantiva**, el producto final lo constituye una formulación teórica, es decir, en lo que resulte de la transformación de la teoría sustantiva en teoría formal; no se trata de mera descripción de lo que pasa en un contexto dado sino en la emergencia de una serie de hipótesis que puedan dar una explicación o una interpretación de lo que pasa en ese contexto a modo de proposiciones teóricas. Podemos sintetizar que la Teoría Fundamentada consiste básicamente en tres aspectos:

1. Emergencia y generación de teoría (más allá de la tradicional verificación de datos).
2. Análisis desde la lógica inductiva.
3. La transformación de la teoría sustantiva a teoría formal.

En la presente investigación realizamos un análisis comparativo entre los datos cuantitativos y los cualitativos mediante interrelaciones entre diferentes categorías para comprender procesos sociales. En el siguiente esquema queremos mostrar los elementos constitutivos de la Teoría Fundamentada:



La recogida y análisis de datos se encuentran interconectados a modo de espiral porque a medida que se va dando el análisis, se puede recurrir a la indagación de otras fuentes.

En el muestreo teórico, el investigador colecciona, codifica y analiza sus datos en busca de categorías. Debe darse con una perspectiva abierta, desenfocada y flexible.

La saturación teórica se da cuando los datos comienzan a repetirse. Se inicia con categorías generales que se van reduciendo poco a poco. Estamos comparando

características de creación de ideas que delimitan patrones de comportamiento y actitudes.

Las categorías son los elementos de clasificación que se emplean para la explicación teórica que emerge de los diversos incidentes. Los códigos son la combinación de elementos que tienen un determinado valor en un sistema de categorías concreto, son como un sistema de signos que nos van a permitir comprender un discurso; son de mayor abstracción que las categorías.

Los códigos “in vivo” son los que surgen en bruto del lenguaje de los discursos, es decir, del lenguaje sustantivo de los incidentes. Los constructos sociológicos son, en cambio, productos de una teoría ya aceptada y reconocida.

La categoría central puede ser cualquier código: condición, proceso, dimensión, consecuencia, etc. El término de familias se refiere al agrupamiento o asociaciones de códigos, Glaser propone dieciocho familias guía, de las cuales el investigador usará su criterio para la elección y combinación de éstas. El cuidado que se recomienda al usarlas es que deben considerarse un medio, no un fin, es decir, son la guía para hallar patrones de comportamiento, no debe convertirse la familia en la explicación de todo, en la síntesis de la teoría emergente. Las familias de Glaser son: Seis C, Procesos, Grados, Dimensiones, Tipos, Estrategias, Interacciones, Autoidentidad, Orden y elaboración, Unidades, Literatura al uso, Modelos, entre otros. Los memos son anotaciones que hace el investigador acerca de los datos; dichos memos es conveniente guardarlos por si es necesario una futura revisión a modo de constatación, ya que es imprescindible para la teoría fundamentada demostrar que emergió de los datos empíricos de la realidad. Preguntas importantes que debemos seguir en el proceso de codificación abierta son:

- ¿Qué se pretende estudiar con estos datos?
- ¿Qué códigos nos indican cómo llegar a la respuesta?
- ¿A qué se enfrenta el investigador en el proceso de estudio?

La teoría sustantiva es el medio estratégico por el cual se transforman los incidentes (los datos) en teoría formal mediante la codificación y la categorización de esos datos. De manera más precisa, diremos que la sustantiva es generada en un proceso sistemático de recolección y análisis de datos; es por tanto, empírica y descriptiva. La teoría formal, en cambio, surge de la sustantiva y es fundamentada en los datos pero además ofrece una explicación de mayor envergadura y abstracción del fenómeno estudiado, es decir, teórica e interpretativa.

Comenzamos comparando incidente a incidente para sacar las categorías que vayan surgiendo, luego serán integradas según sus propiedades. Las categorías, al irse reduciendo se va dando forma también a la teoría emergente, en la que se van quitando los elementos no relevantes.

Las categorías deben conceptualizarse claramente para en la última etapa de la metodología, escribir la teoría resultante, en la que el investigador debe cumplir con los requisitos de parsimonia y aplicabilidad, es decir, lograr una máxima comprensión del fenómeno con pocos conceptos y lograr una teoría de cierta trascendencia para poderla aplicar a otros contextos más o menos parecidos.

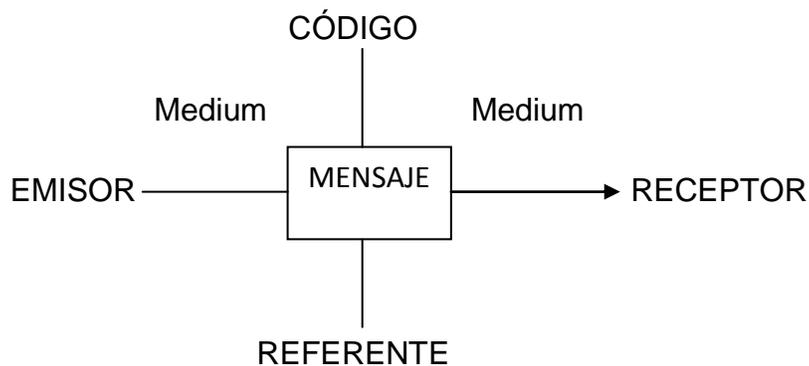
La redacción final será pautada por las categorías y las anotaciones al margen de tales categorías, que vienen conformando los temas del escrito. A partir de los resultados obtenidos se desprenderán sugerencias y recomendaciones para las políticas públicas de comunicación social, educación y salud.

(Trinidad A, Carrero V. y Soriano R. 2006. Cuadernos Metodológicos. Teoría Fundamentada, la construcción de la teoría a través del análisis interpretacional. Centro de investigaciones sociológicas, España)

SEMIÓTICA

Para Saussure, la semiótica es la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social. Es una ciencia nueva todavía por definir algunos aspectos pero para nuestro estudio conviene considerarla a través de sus tres manifestaciones más importantes: los sistemas de comunicaciones por medio de señales no lingüísticas, la noción de signo como código al tratar como sistemas de comunicación los ritos, ceremonias y fórmulas de cortesía, así como el arte y la literatura.

Empecemos por comprender al signo en su función de comunicador, es decir: comunicar ideas mediante mensajes, lo que nos remite inmediatamente al esquema tan conocido de Roman Jakobson:



La presencia o ausencia de alguno de estos elementos, determina tipos de comunicación particulares; el mensaje y el receptor siempre deben estar, pero el emisor puede estar ausente, como en el caso de la televisión y de internet. Este esquema es fundamental para comprender las distintas funciones de la comunicación, marco referencial que utilizaremos para enfocar y analizar algunos programas de televisión y algunos videos que con frecuencia ven las y los

adolescentes. Creo importante hacer una breve revisión para elegir la que mejor convenga a nuestros objetivos.

1. La Función Referencial. Es la base de toda comunicación. Define las relaciones entre el mensaje y el objeto al que se hace referencia. Ejemplo: “esto es rojo”.
2. La Función Emotiva. Define las relaciones entre el mensaje y el emisor, se trata de expresar mediante diferentes formas una idea o una emoción respecto al referente. Esta función trabaja a la par con la función emotiva, por lo que con frecuencia se habla de la “doble función” del lenguaje: una cognoscitiva y objetiva y otra afectiva y subjetiva. Ejemplo: “esto rojo es feo”.
3. La Función connotativa. Define las relaciones entre el mensaje y el receptor, con la finalidad de provocar reacciones en este último, que además, es el objetivo de toda comunicación y ya sea que llegue a la inteligencia o a las emociones del receptor. Del primer caso se desprenden los códigos de señalización y del segundo, de suma importancia para nuestra investigación, los códigos sociales que se manejan tanto en la publicidad y que se caracteriza porque el mensaje se difumina o desaparece ante los signos que buscan una reacción específica afectiva y subconsciente del receptor. En este sentido, buscan que los individuos actúen frente al estímulo, veremos si positiva o negativamente en los programas a analizar. Ejemplo: “si compras este auto, serás más exitoso”.
4. La Función Estética. Define la relación del mensaje consigo mismo, el mensaje deja de ser un medio para convertirse en un fin, como sucede con la poesía y las otras manifestaciones artísticas. También se le llama función poética. Ejemplo: “tus ojos son mi sol”.
5. La Función Fática. Tiene como objetivo afirmar, mantener o detener la comunicación. Ejemplos: “hola”, “date cuenta de lo que digo” o simplemente

“mmm”, “adiós”. Lo más interesante de esta función es que el mensaje deja de tener relevancia pues lo que importa es mantener el vínculo con la o las personas involucradas, incluso el mensaje llega a ser repetitivo, absurdo. Esta función se ve en los rituales, fiestas, ceremonias, conversaciones amorosas, entre otras. Busca la *comuni3n* entre las personas, identificarse, sentirse unidas. De la comuni3n se pasa a la colaboraci3n. Lo subrayo porque tendr3 impacto en nuestras conclusiones, pues la colaboraci3n implica trabajo com3n, llevar a la acci3n lo postulado en el mensaje de la comuni3n.

6. La Funci3n Metaling3stica. Remite el signo al c3digo del cual extrae su significaci3n, como cuando escribimos entre comas, alg3n explicativo para mejorar la decodificaci3n. De esta funci3n se desprende la elecci3n del m3dium, por ejemplo cuando la tapa de un libro nos remite al contenido.
7. Comprender y Sentir. Alude a la “doble gran funci3n de la comunicaci3n” de la que hablaba arriba: cognoscitiva y emotiva. En este sentido cito a Guiraud: “*La comprensi3n se ejerce sobre el objeto y la emoci3n sobre el sujeto*” (p.17). Las funciones antes descritas no se dan solas en un sistema de comunicaci3n, siempre se dan varias y se mezclan, sin embargo, podemos hablar de una que ser3 dominante en ese sistema.

Hay pues un lenguaje cuya intenci3n es la de hacernos *comprender* y otro con la intenci3n de hacernos *experimentar*, las artes est3n comprendidas en este 3ltimo.

8. Sentido e Informaci3n. Podemos comprender un c3digo seg3n la relaci3n l3gica que tengan los signos que lo componen:
 - Relaci3n de exclusi3n: dar3 una funci3n distintiva. (Ejemplo: el carro es rojo).

- Relación de inclusión: dará una función taxonómica. (Ejemplo: el perro es animal).
- Relación de intersección: función semántica. (Ejemplo: algunas hojas son verdes).

Una cita importante para nuestro estudio: *“Cuanto más fuerte es la redundancia, la comunicación será más significativa, cerrada, socializada y codificada. Cuanto más débil es, la comunicación será más informante, abierta, individualizada y descodificada.”* (p.21).

Esto nos es útil porque los mensajes que se muestran en los medios aprovechan esta característica de redundancia para provocar actitudes en el receptor, ya veremos en el análisis de algunos programas y anuncios cómo funciona esto.

9. Atención y Participación. La participación del receptor exige actividad porque debe decodificar ese sistema de signos desde sus parámetros mentales, su experiencia, formación, etc. Al respecto, Guiraud hace la analogía con un rompecabezas que entre más indicaciones contenga, más fácilmente será armado o construido y menos atención requiere por parte del receptor. Un programa hecho para adolescentes, así como los anuncios de la televisión son fácilmente decodificables. La redundancia relaja la atención y el interés del receptor pero es necesario precisar que hablamos de un interés intelectual, casi acrítico, de tal modo que un anuncio televisivo, podríamos decir con nuestras propias palabras, buscará llamar la atención superficial pero no el interés intelectual.

LOS MEDIA

El medio es la sustancia del signo, su soporte, y dependiendo de la función del código, será la elección del medio. El cine, la prensa, el libro, la televisión y el internet son ejemplos de medios. Y si consideramos la propuesta de McLuhan de

que los medios son extensiones de nuestros sentidos, y nuestros sentidos son los canales con los que aprehendemos y aprendemos el mundo que nos rodea, resultan trascendentales en el modo como estos representan y/o modifican la cultura y la realidad. Cito a Guiraud:

“...en la televisión (y ahora internet), los programas y diferentes contenidos no son nada en comparación con los modos de saber totalmente nuevos que ella implica. Lo importante consiste no tanto en las informaciones que el auditor –y en particular el niño- recibe sino en el modo de recepción que transforma totalmente su relación con los media tradicionales que son el libro, la escuela, el museo.” (p. 24)

En este sentido, en los medios audiovisuales que queremos analizar, no importa el contenido referencial sino el medio en sí.

También está lo que se denomina por su “temperatura”, en medios calientes y medios fríos, y que se designan por la cantidad de elementos que contenga la información, a mayor número, más caliente y viceversa. Hablamos de cantidad de elementos, no de la riqueza de la información. A la par con esta perspectiva, entra en acción el receptor, de tal manera que en los mensajes calientes el receptor tendrá menor participación porque ya todo lo da el emisor, en cambio, en los mensajes fríos, el receptor tendrá que sacar de su bagaje para completar el mensaje. La idea sería una proporción directa que entre más reglas, instrucciones e indicaciones, menor elección o poder de decisión por parte del receptor.

Algo que vale la pena rescatar aquí es que dicen los críticos de la sociedad contemporánea que se está sufriendo de un “recalentamiento intelectual”, que se está apagando, en las grandes masas de la población, no en las minorías de intelectuales, el esfuerzo de la crítica y la creatividad, y está ganando terreno la actitud pasiva de la “flojera intelectual”.

Me voy a permitir citar a Guiraud porque una de las expertas de nuestro grupo de enfoque hizo el mismo comentario, obviamente con sus palabras; Guiraud expone acerca del individuo contemporáneo:

“No es que el individuo sea menos inteligente sino que su saber le es proporcionado cada vez más por los códigos... En consecuencia, la experiencia afectiva está cada vez más descodificada, es decir, más diversificada, más rica y abundante, pero sin embargo, desprovista de sentido. Aunque integrado en el plano del saber, el hombre moderno se encuentra “desorientado” en el del deseo.” (p. 28)

La experta comentó:

Las masas experimentan con formas *seudoartísticas* y estereotipadas con la finalidad de entretener por un lado, y vender, por otro. Valdría la pena rescatar en nuestro análisis la comparación entre *jugar* y *entretenerse*, jugar implica una representación realista y el entretenimiento remite a una compensación simbólica.

Vuelvo a citar: *“La estructuración social compensa una desestructuración económica, y el déficit del ser engendra una inflación de la apariencia.”* Esto nos permite enfocar nuestro pensamiento a los estereotipos de mujer y hombre exitosos que muestran en los medios audiovisuales, que buscan compensar lo que diversas investigaciones de la CEPAL indican con respecto al aumento de la pobreza en México.

EL SIGNO.

Como sabemos, el signo es un estímulo que hace referencia a una imagen mental y que tiene por intención la de comunicar algo. Lacan nos menciona que el inconsciente se expresa mediante un lenguaje, lo que ha dado pauta para hablar, no necesariamente teorizar, de mensaje subliminales en los medios. La relación entre el significante y el significado es convencional, se trata de acuerdos por

parte de los usuarios, que tienen gradaciones distintas y que tal acuerdo debe ser respetado para que tenga validez y mayor efectividad en el momento de la comunicación. Así hablamos de que la *denotación* es más objetiva y precisa, explícita y consciente que la *connotación*. Como dato importante, diremos que tal convenciones tienen carácter estadístico, lo que significa que cuánto mayor número de personas lo interpreten de un determinado modo, más será aceptado y mantenido ese uso. Cuando hablamos de los mensajes que los medios audiovisuales exponen a las masas, pensamos que esa es su pretensión, no sólo reproducir la cultura sino mantenerla o exaltarla. El psicoanálisis ya demostró que los diferentes códigos perduran en el inconsciente bajo formas latentes.

LOS MODOS DE LA COMUNICACIÓN.

La comunicación concierne de tres modos:

- Al ser, que nos remite a la indicación.
- A la acción, que nos remite a la conminación.
- Al saber, a la representación.

En los códigos lógicos y objetivos, en el ser estaría dado por las insignias, en el actuar, por las señales y en el saber, por las ciencias. En los códigos estéticos y subjetivos, en el ser, por los modos, usos y comportamientos, en al actuar, por los ritos, las fiestas y juegos, y en el saber, por las artes y la literatura.

LOS CÓDIGOS ESTÉTICOS.

Ya vimos que la experiencia lógica se contrapone a la estética, ésta se refiere a las artes y la literatura; es importante rescatarlo porque uno de nuestros expertos, durante la sesión, hace la propuesta de que haya una educación estética de

aquellas cosas que tienen que ver con el juicio moral, el cual no puede ser justificado de forma lógica; la decisión de las y los adolescentes de tener o no relaciones sexuales a temprana edad es una decisión de corte moral. Lo estético nos refiere lo bello, el sentimiento, lo sensible, lo que lleva a la conmoción del receptor. Cito: “*La ciencia significa un orden que imponemos a la naturaleza, el arte una emoción que experimentamos frente a esa naturaleza*” (p.88)

El signo estético se desprende de la obligatoriedad de la convención, lo que le otorga su poder creador.

LOS SIGNOS SOCIALES.

El ser humano se relaciona con el mundo mediante códigos lógicos y códigos estéticos. La base de la comunicación social es la relación entre el emisor y el receptor. Un recién nacido, conforme va creciendo tiene que conocer la base de significaciones de la cultura de su espacio-tiempo para poder incorporarse a ésta. Tendrá que comprender y aprehender los signos de identidad, los de cortesía y demás protocolos, ritos y modas.

Dentro de los signos de *identidad* encontramos las insignias y los carteles, están las armas, las banderas, tatuajes, maquillajes y peinados, uniformes, nombres y sobre nombres, y las marcas de fábrica.

Dentro de los signos de *cortesía*, están los saludos, las injurias, el tono de la voz, la kinésica (movimientos, mímica y gestos) y la proxémica (el espacio y tiempo). Esto último lo vemos en las diferentes culturas, mientras que en unas se hablan las personas a corta distancia, otras prefieren mantener cierta distancia física con su interlocutor. En cuanto al tiempo que transcurre de la recepción del mensaje a que es respondido éste, se puede interpretar como falta de interés o, al contrario, profunda reflexión y cuidado de lo que se va a contestar.

En cuanto a la naturaleza de los signos sociales muchas veces tienen su origen en una simbólica arraigada en el inconsciente colectivo y de tipo estético.

Hay cuatro tipos principales de códigos sociales que brevemente describiremos para elegir los que convengan a nuestro análisis de los medios audiovisuales:

1. Los protocolos: definen la relación entre las personas de un grupo en términos de quién invita y quién es invitado, quién da y quién recibe, etc.
2. Los ritos: son los cultos religiosos, las ceremonias cívicas, etc.
3. Las modas: las maneras de ser determinadas por la vestimenta, el peinado, el alimento, el alojamiento, los accesorios y modos de transportarse. Por ejemplo, el deseo de pertenecer a algún grupo de prestigio, lleva a la persona a adoptar ciertos códigos que los caracterizan e identifican, lo que lleva a que el grupo, al sentirse invadido, rechaza esos códigos; de esta manera, la moda siempre está en constante cambio. Al igual que el entretenimiento, la moda compensa frustraciones e intenta satisfacer deseos de poder y de prestigio.
4. Los juegos: reubican al emisor dentro de la realidad como si fuera una práctica. Hay que resaltar aquí que los espectáculos son juegos para los actores y artes para los espectadores. Abarcan los tres modos de la experiencia: intelectual, social y estética.

Comprenden desde los juegos de construcción, los de representación hasta los espectáculos. Los tres modos se encuentran mezclados.

También en este aspecto, el psicoanálisis demostró que los juegos representan arquetipos culturales enraizados en el inconsciente colectivo. *“La mayoría de los desequilibrios psíquicos corresponden a perturbaciones de la comunicación...en la medida en que la relación entre el significante y el significado es irracional e inconsciente, ese sentido es mal interpretado.”* (p. 123) En los y las niñas que hacen berrinches o tienen alguna conducta



de rebeldía o indisciplina, es porque no han podido establecer el vínculo comunicativo adecuado a lo que necesitan expresar.

EL CONCEPTO DE IMAGEN EN NUESTRO TIEMPO.

Hablar de imagen hoy en día resulta imprescindible para comprender las estructuras que subyacen en la cultura (habitan en el inconsciente colectivo), que son repetidoras, reproductoras y promotoras de arquetipos y estereotipos tanto positivos como negativos.

Desde el perro de Pavlov, que reacciona ante los signos y no los objetos en sí, luego el psicoanálisis, con su postura de que los seres humanos nos conducimos más por lo que hay en el inconsciente que por la conciencia y Jung que hablaba de conductas colectivas guiadas por esos arquetipos, hasta la psicología de hoy, pareciera que los humanos elegimos con base en lo que hay en el inconsciente. Entonces vale la pena cuestionarse porqué vestimos de tal manera, porqué bebemos café o porqué tenemos prejuicios; qué hace que busquemos cosas y conductas para sentirnos parte de un grupo o qué nos impulsa a tener o abstenernos de tener relaciones sexuales a temprana edad, o simplemente qué o quién nos dice cómo ser mujer y cómo ser hombre, cuáles son las conductas esperadas para ser aceptado en la sociedad.

El texto de Vance Packard, *Las formas ocultas de la propaganda*, deja de manifiesto que nuestros deseos y gustos son irracionales y esto es aprovechado por los vendedores de productos y servicios. Lo que nos dice que generalmente no vestimos una blusa, sino una marca de blusa, no nos trasladamos en un auto sino en una marca de auto, y así podemos dar múltiples ejemplos, en los que la imagen que nos muestra la marca es a lo que aspiramos, nos envuelven de tal manera que el tener nos lleva al ser pero sólo en apariencia. Un ejemplo actual en nuestra ciudad de La Paz es el impulso de apenas unos años atrás que se le ha dado al café, a la imagen de tomar café en lugares públicos, se ha vuelto parte de

un estilo de vida, por supuesto se han multiplicado los cafés que lo promueven, quedando atrás el tomar café de olla o colado en poltronas en los patios de las casas. Se podría decir que el café de antes no demerita en calidad al de ahora, pero el tomarlo en un sitio público te da la idea y la sensación de sentirte parte importante del grupo social.

Citando a Guiraud: *“La idea de imagen, de mensaje y de una manipulación del público por medio de un conocimiento de sus motivaciones profundas es actualmente una de las claves de nuestra cultura... Vivimos una cultura de la imagen.”* (p. 132)

El mismo autor nos habla de una *conciencia semiológica*, que al ser crítica del mundo de signos que nos rodea, nos mostrará el camino para la libertad de decisión. Entonces podemos reflexionar que la recién nacida teoría semiótica (aún podemos decir que está en desarrollo) nos permite abrir los ojos con una perspectiva crítica con respecto al mundo de imágenes que nos muestran los medios de comunicación, los cuales tienen una función predominantemente connotativa y fática y cuyo objetivo es anular la capacidad crítica, anular el interés intelectual bombardeándonos de imágenes redundantes que desdibujan el contenido del mensaje para envolvernos con la forma de presentar ese contenido con miras a adquirir ese producto o ese servicio. Todos los mensajes de los medios audiovisuales están calientes, es decir, muy cargados, diríamos completos, ya está todo dicho, hasta lo que tenemos que hacer en respuesta a ese mensaje, no nos dan la opción de dialogar, cuestionar o confrontar, por lo que lleva, sobre todo a quienes están en proceso de desarrollo intelectual, a reducir al mínimo ese desarrollo.

Las imágenes que presentan en la televisión tienen cada vez mayor carga sexual, se ven más escenas en las que los personajes de las telenovelas, series y películas, tienen relaciones sexuales cada vez más explícitas, y aunque los mismos actores y actrices reconocen que son superficiales y ausentes de erotismo real, lo cierto es que al mostrarse se orienta veladamente a las masas a adquirir



arquetipos de lo masculino y lo femenino, así como a conductas y actitudes en las que tener relaciones sexuales es la norma; insistimos en que como investigadores no estamos en contra de eso ni tenemos una moral bajo las palabras, no se trata de exponer si está bien o mal sino que el mostrarlo pudiera o no influenciar a las y los adolescentes a tener relaciones sexuales a temprana edad, claro que esto dependerá de otros factores que en esta investigación saldrán a la luz, o dicho de un modo más preciso, ¿cuándo influyen estas imágenes a los y las jóvenes? O ¿a qué tipo de jóvenes influyen?



SEXUALIDAD ADOLESCENTE.

Para comenzar a hablar de sexualidad, es necesario saber que la identidad sexual se da cuando el o la adolescente se percibe como ser sexual, reconoce su orientación sexual, acepta la excitación sexual y forma lazos románticos o sexuales. Dicha identidad influye profundamente en la imagen personal y en las relaciones sociales, y aunque este proceso surge de manera natural, su expresión la define en gran parte, la cultura.

De manera personal, la diferencia en la expresión de la sexualidad, radica principalmente en la cultura; en qué información se les brinda a los y las adolescentes, cómo se les trasmite dicha información y cuándo se les informa. Es decir, aunque nuestro grupo de estudio sean las adolescentes hay que intervenir desde las fuentes de información, para que esta sea dada de manera veraz y oportuna.

Es complejo realizar investigaciones sobre la expresión sexual, ya que quienes responden preguntas sobre sexualidad suelen estar activos sexualmente y ser liberales en su actitud hacia el sexo, por ello existe la discrepancia entre lo que la gente dice de la sexualidad y lo que practica realmente; se complica por que no hay manera de corroborar lo que dicen, algunos posiblemente oculten su actividad sexual y otras tal vez la exageren, aunque de alguna manera podemos obtener información básica para el análisis de la expresión de la sexualidad en el adolescente.

El comportamiento sexual de los y las adolescentes ha cambiado en las últimas décadas; en primera instancia hay amplias variaciones en cuanto al periodo de iniciación sexual: el porcentaje de mujeres que informan que tuvieron relaciones antes de los 17 años es cada vez mayor, así mismo en los hombres. Por lo que la actividad sexual previa al matrimonio es cada vez más común, sobre todo en las chicas. Es importante destacar que es bastante común la actividad sexual sin



coito, como el sexo oral, ya que muchos jóvenes no consideran estas actividades como sexo si no como sustitutos o precursores de la actividad, sin embargo hay quienes tienen relaciones sexuales y viven con la creencia de que si no hay sexo oral no es sexo. Así mismo tienen la idea de tener que cumplir con el sexo anal, situación preocupante ya que en su mayoría, desconocen que el sexo oral y anal supone el riesgo de contraer Infecciones de Transmisión Sexual, de tal modo que con estas ideas y falta de información pudieran estar “postergando” el embarazo, pero sin tomar en cuenta los riesgos a los que se enfrentan.

Al iniciar la actividad sexual hay dos motivos importantes de preocupación, estos son los riesgos de contraer Infecciones de Transmisión Sexual y embarazarse. Obviamente quienes están en mayor riesgo son los jóvenes que inician sus actividades sexuales a edad temprana, quienes tienen varias parejas, no usan anticonceptivos, y quienes poseen información inadecuada sobre sexualidad. Entre los factores de riesgo se haya vivir en comunidades con desventajas económicas, el consumo de sustancias y comportamiento antisocial. La supervisión de los padres antes y durante la adolescencia puede ayudar a reducir estos riesgos.

Algunas adolescentes inician su vida sexual a edad temprana debido a varios factores: inicio precoz de la pubertad, la pobreza, mal desempeño escolar, falta de metas académicas y profesionales, antecedentes de abuso sexual, falta de atención de los padres y patrones culturales o familiares en los que la experiencia sexual temprana sea común. Una de las influencias más fuertes es la percepción de las normas de grupo de pares; es decir, si cierto número de jóvenes iniciaron su vida sexual en el último año de la secundaria, habrá quienes se propondrán iniciar su vida sexual igual que los demás de su grupo. Así su autoestima se ve beneficiada al sentirse parte del grupo aunque lo hagan por dicha presión social, pues aunque no se sienten preparadas y no lo deseen realmente lo hacen de manera voluntaria.



Se dice que los factores asociados con el inicio de la vida sexual activa está relacionado con situaciones como: ritmo de la pubertad precoz, una personalidad impulsiva y comportamiento arriesgado, así como síntomas depresivos, consumo de drogas, familias mono parentales y nivel socioeconómico pobre/bajo.

Respecto al uso de anticonceptivos hay datos que demuestran que uno de cada cuatro adolescentes no utilizó anticonceptivos la primera vez que tuvieron relaciones sexuales. Y una vez que inician, aunque emplean anticonceptivos no lo hacen de manera correcta y constante, por lo contrario los utilizan de manera esporádica o simplemente no los emplean lo cual hace que tengan más probabilidades de embarazarse en menos de un año.

Como lo mencioné en un inicio, muchos de los riesgos que corren los y las adolescentes, en cuanto a probabilidades de embarazos a edad temprana y/o Infecciones de Transmisión Sexual, tiene que ver con: qué, dónde, cómo y cuándo reciben información. Lo ideal sería que fueran los padres los primeros en hablar del tema con los hijos e hijas, ya que los adolescentes cuyos padres les han hablado sobre la sexualidad desde edad temprana, les han transmitido actitudes saludables y han estado para responder sus dudas, suelen esperar más tiempo para iniciar su vida sexual. Los adolescentes que pueden acudir a sus padres o a programas comunitarios, tienen mejores posibilidades de evitar un embarazo y otros riesgos relacionados con la actividad sexual.

El problema es que muchos adolescentes reciben educación sexual de los medios de comunicación, los cuales presentan una imagen distorsionada de la actividad sexual, presentándola asociada con la diversión, emoción, competencia, peligro o violencia y pocas veces muestran los riesgos de las relaciones sexuales sin protección. Es por ello que hay una fuerte influencia de los medios en la actividad sexual temprana, por lo que la televisión al menos para algunos jóvenes parece ayudar a moldear opiniones sobre lo que es normativo y cabe esperar. Valdría la pena preguntarnos por qué los medios masivos de comunicación insisten tanto en



mostrar la sexualidad y el erotismo, y ver, por supuesto, la relación que tiene este asunto con la mercadotecnia.

Muchas de las conductas de las y los adolescentes son respuesta a la forma en que procesan la información social y cómo interpretan lo que perciben del medio que les rodea. Reciben gran cantidad de información a través de los medios, principalmente por el medio visual, que es la televisión; en su mayoría cuentan con televisor en su habitación, pasando mucho tiempo viéndola (durante el día, por la mañana, por las tardes y antes de dormir) sin ser supervisados por los padres. Es decir, no es necesario prohibir que vean dichos programas o anuncios televisivos donde se hable de la actividad sexual, la diferencia radica en que tengan una adecuada orientación por parte de los padres, que estén cerca para responder sus dudas o estructurar de manera adecuada la información y no se almacene como lo proyecta la televisión. Desafortunadamente pocas veces es así, los y las adolescentes obtienen la información de los medios sin ser orientados en cuanto a las verdades y mitos que son anunciados, viviendo así con información errónea.

Hay investigaciones sobre aprendizaje social que señalan que los niños y jóvenes imitan a los modelos de los medios televisivos más que a los reales ya que la influencia es mayor cuando se cree que lo que se muestra en la pantalla es lo realmente esperado, o cuando se identifica con algún personaje y no hay una adecuada interpretación y adecuación de la información. Muchos de estos modelos son adoptados por un grupo de jóvenes de determinada comunidad, y estos marcan la pauta a seguir como ideal (un modelo de hombre viril, por ejemplo, es el que tiene muchas mujeres). En una investigación realizada en la Universidad de Albacete, España, resultó que los hombres se ven mayormente influenciados por los amigos para iniciar o mantener relaciones sexuales, aunque en las mujeres se da también esta situación.

Cuando se recibe información a través de los medios audiovisuales es posible que se absorban los valores ahí presentados y lleguen a percibir conductas no

aceptables como aceptadas. Cuanto mayor sea la dosis de medios audiovisuales, más perjudiciales son sus aparentes efectos.

Es por ello que algunos observadores le atribuyen a la influencia de los medios de comunicación el hecho de que los índices de embarazo en la adolescencia son cada vez más altos, tomando en cuenta también factores como: reducción en el estigma de la maternidad fuera del matrimonio, la *“glorificación” del sexo en los medios*, la falta de un mensaje claro de que el sexo y la paternidad son para los adultos, la influencia del abuso sexual infantil y la falta de comunicación entre padres e hijos. Además de otros factores como el que hoy en día es más común que las chicas tengan diversas parejas sexuales y es menos posible que utilicen anticonceptivos. Puede verse también una amplia permisividad frente a las conductas sexuales de las y los jóvenes; se hace más notorio en las mujeres porque históricamente los hombres tenían permiso de manifestar mayormente su sexualidad, a las mujeres no se les permitía hablar, experimentar, manifestar y, en ocasiones ni siquiera disfrutar su sexualidad.

Para disminuir dichos índices se han realizado programas en los que se promueve la postergación del inicio de la vida sexual, y en lo que respecta a la población de adolescentes que han iniciado su actividad sexual se busca mejorar el uso de anticonceptivos. Los programas antes mencionados incluyen educación sexual y adquisición de habilidades para tomar decisiones sexualmente responsables y comunicarse con la pareja, además de brindar información sobre riesgos y consecuencias del embarazo a su edad.

Aunque mucho se piensa que la educación sexual que se imparte genera más actividad sexual, las evidencias demuestran lo contrario, pues información dada de manera oportuna, no fomenta el inicio de la actividad sexual si no que por lo contrario, informar es la mejor manera de prevenir.

La socialización primaria (familia) y la socialización secundaria (escuela) deberían asumir la responsabilidad de hacer conciencia, informar, educar, formar en un



sentido crítico y autónomo a las y los jóvenes para que puedan hacer frente a los estímulos incitadores que les transmiten los medios audiovisuales, estos aprovechan la falta de uniformidad en la información y la falta de criterio para vender productos a través de mostrar estilos de vida deseables. Estas faltas llevan a una obliteración de la conciencia de la juventud; es necesario quitar toda obstrucción mental y social para que fluyan sus deseos e iniciativas pero con responsabilidad y madurez. (1)

Se ha estado observando el hecho de que hay un adelanto biológico progresivo de la edad de la menarquia, y aunque puede decirse que el cuerpo de una adolescente ya puede concebir y dar a luz, esta etapa inicial es de sumo riesgo puesto que, si bien ha iniciado, no se ha completado, lo que da lugar a embarazos de alto riesgo, alta morbilidad y alta mortandad tanto de la madre como el hijo. Si físicamente no está del todo preparada, menos aún lo están en lo emocional, psicológico y social.

Los embarazos entre adolescentes tienen consecuencias negativas, muchas de las madres son pobres, con educación deficiente e incluso puede ser usuarias de drogas; además de que no comen apropiadamente, por lo que no tienen peso suficiente sumándole una atención inadecuada o nula de los padres. Es probable que las madres adolescentes abandonen la escuela, por lo cual siguen ignorando información y esto las hace vulnerables a un nuevo embarazo y relaciones riesgosas, así mismo se alejan de sus metas académicas y no cumplen su proyecto de vida.

Por ello es importante fomentar en los y las adolescentes: metas académicas, proyectos de vida a corto, mediano y largo plazo, brindarles orientación acerca de temas específicos de sexualidad, para que realmente puedan tomar decisiones libres, responsables e informadas en cuanto al inicio de la actividad sexual, el uso de anticonceptivos y barreras de protección. Haciendo hincapié en las consecuencias de un embarazo o ITS a su edad, desvaneciendo con ello sus metas y proyecto de vida.





“Individual o colectivamente la juventud necesita creerse, a priori, superior.

*Claro que se equivoca, pero éste es precisamente el gran derecho de la juventud;
tiene derecho a equivocarse impunemente.”*

José Ortega y Gasset

CULTURA Y SEXUALIDAD.

La cultura determina el modo en que los individuos viven su sexualidad, dicta en qué medida se puede mostrar interés sexual o debe éste ser inhibido. De esta manera, las actitudes y las prácticas sexuales de las adolescentes varía según la cultura (y la época) a la que pertenezca. Podemos hacer un análisis bidimensional en tanto espacio y tiempo, considerando cómo las ideologías se insertan en las mentalidades de los miembros de una sociedad según su estructura, sus instituciones y sus valores, por un lado, y según los cambios generacionales, por otro.

En México, existe una moralidad ligada a la religión, moral que gradualmente se ido haciendo más laxa, en mucho porque los medios de comunicación intentan favorecer el consumismo a través de mecanismos de mercadotecnia con alto contenido sexual para atraer la atención. Los y las adolescentes manifiestan que existe una nueva moralidad sexual, que hay mayor apertura tanto a hablar del tema como a tener experiencias sexuales antes del matrimonio.

Vemos programas de televisión, telenovelas, videos musicales y comerciales con contenidos sexuales; las letras de las canciones que escuchan las y los adolescentes también incitan a la liberación sexual, y todo esto es posible porque la escuela no cumple con el objetivo de formar a los y las alumnas con un sentido crítico ante la información que reciben del medio, en la mayoría de los casos, se le pregunta a una muchacha sobre el contenido de una canción y, aunque se sepa de memoria la letra, no se percata de lo que está diciendo, es decir, no es



consciente del mensaje. La educación en México sigue siendo, en mucho, repetidora de datos, centrada en la transmisión de contenidos, no formadora de críticos, centrada en el desarrollo de habilidades cognitivas de las y los alumnos.

Una juventud acrítica es manipulable, influenciable. Es importante mencionar que esta investigación no pretende dar argumentos a favor o en contra de vivir experiencias sexuales a temprana edad sino mostrar que las y los adolescentes están tomando decisiones sin pensar y por ende, toman riesgos innecesarios; en tal caso nuestra defensa sería la de una educación que asumiera la responsabilidad de formar a la juventud de manera informada pero sobre todo crítica y autónoma para que las decisiones que tomen en cuanto a su sexualidad sean coherentes a sus potencialidades y niveles de responsabilidad, y que, de decidir por una vida sexual activa, sepan exactamente por qué lo hacen.

Otra situación que, como investigadores sociales debiera preocuparnos y ocuparnos, es el hecho de que el desarrollo físico de las adolescentes lleva un ritmo muy distinto a su desarrollo emocional y psicológico, por lo que encontramos un desfase meritorio de confusiones y desajustes.

Recordemos que la sexualidad va más allá del aspecto físico y los cambios hormonales de la adolescencia; la sexualidad es un rasgo de la naturaleza humana que hace referencia no sólo a las relaciones sexuales sino a la forma cómo los seres humanos percibimos, comprendemos y vivimos la reproducción, el género, el erotismo y la vinculación afectiva. La sexualidad está presente a lo largo de toda la vida, y en mucho, las experiencias vividas en la adolescencia en torno a esto, determinan cómo se viva de adulto.

Entendemos por reproducción la capacidad de tener hijos/hijas y la forma de ejercer la maternidad/paternidad. El género se refiere a los patrones culturales que dictan cómo deben ser y comportarse una mujer y un hombre en un determinado contexto social. El erotismo es la sensualidad, el deseo, el placer, las fantasías, etc. Provocadas por el gozo que implica estar con otra persona. Y la vinculación



afectiva se refiere a los sentimientos implicados al relacionarnos con otra persona como pareja.

Desde esta perspectiva multifactorial de la sexualidad, vemos con claridad que para tomar una decisión en torno a ésta, se involucran muchos aspectos de la vida de una adolescente, desde los patrones que tiene en su madre y su padre como roles esperados, lo que significa ser buena madre, la manera cómo asume el erotismo, si le es permitido o siente culpas y el lazo amoroso que pueda o no tener con su pareja.

En gran medida, las decisiones de índole sexual están determinadas por lo que la cultura nos ha heredado como los arquetipos de feminidad y de masculinidad. Incluso antes de nacer, se “nos dice” lo que se espera de cada uno de nosotros, desde que la ceremonia del “*baby shower*” para darle la bienvenida anticipada al bebé, se le regalan atuendos y accesorios de color rosa y de atributos finos y delicados si será una niña o de color azul y de atributos audaces si será un niño. Dentro de los signos sociales, vimos que los ritos, el emisor es el grupo, no el individuo y busca la *comuni3n* entre las personas, un ponerse de acuerdo sobre lo el rol que deberá jugar esa persona que ni siquiera ha nacido. Funciona como un pacto, como un tratado, de tal manera que si lo rompes, quedas automáticamente fuera del grupo, relegado y rechazado.

Inmediatamente que ese bebé nace, se inicia la socializaci3n primaria que se da en el hogar, principalmente a trav3s de la madre y el padre o de quienes est3n a cargo de la crianza. En esa socializaci3n se le invade su mundo de lenguaje y de objetos que le dicen, otra vez, qu3 se espera de 3l o de ella. A pesar de que el beb3 var3n despierta mucha ternura, conforme va creciendo, se le habla y trata distinto, as3 como los juguetes que se le acercan, las pel3culas o programas de televisi3n y los cuentos. Hay investigaciones que muestran que los ni3os y los adolescentes y las ni3as y las adolescentes tienen preferencias distintas de lecturas y pel3culas. Tambi3n hay estudios en torno al sexismo en la literatura infantil y juvenil. Aqu3 tambi3n entra la socializaci3n secundaria, que corre a cargo

de la escuela, también va definiendo en el trato y el lenguaje la diferencia de género: “son campeones los hombres” “son princesas las mujeres” o quienes confían a los hombres las tareas de lógica y a las mujeres las estéticas. En fin, ejemplos hay muchos, lo importante es resaltar que nuestras conductas no están dadas de manera monocausal sino pluricausal, y en ese contexto veremos la parte que juegan a los medios audiovisuales en la conformación de la sexualidad en las y los adolescentes. Hasta dónde la cultura le dice a las y los adolescentes qué se espera de ellos, y qué parte de esa cultura les incita a tener una sexualidad más abierta y arriesgada.

Es muy conveniente dejar claro algunos conceptos que se utilizarán frecuentemente en esta investigación:

SEXO: se refiere a las diferencias biológicas entre el macho y la hembra de la especie, tratándose de características naturales e inmodificables.

GÉNERO: Conjunto de ideas, creencias, representaciones y atribuciones sociales construidas en cada cultura tomando como base la diferencia sexual.

PREFERENCIA U ORIENTACIÓN SEXUAL: heterosexual, homosexual, bisexual, transexual, etc.

ESTEREOTIPO: Imagen mental muy simplificada de alguna categoría de personas, institución o acontecimiento, que es compartida en sus características esenciales por un gran número de personas. Frecuentemente los estereotipos van acompañados de prejuicios. Los *estereotipos pueden definirse como creencias fuertemente arraigadas* acerca de las características que se atribuyen a ciertas categorías de personas. No es muy importante establecer hasta qué punto estas creencias corresponden a las características reales de estas personas, dado que los estereotipos se graban inconscientemente a través del proceso socialización y no se adquieren a través de la experiencia ni de la razón. A pesar de ello, la influencia de los estereotipos en el comportamiento social humano es muy grande. Su importancia radica, en parte, en el hecho de que, al predisponer el



comportamiento hacia los otros, tienden a provocar en esos otros una respuesta esperada, contribuyendo de esa manera a reforzar el estereotipo.

El poderoso componente inconsciente de los estereotipos, así como la importante función de normalización de los comportamientos que generan, ayudan a explicar por qué son tan difíciles de cambiar. La imagen de género es la base del camino en el cual los adolescentes comienzan a adquirir su identidad como hombres y mujeres porque los conduce a interiorizar patrones de comportamiento esperados, los cuales determinan las expectativas existentes para hombres y mujeres.

IDENTIDADES FEMENINAS Y MASCULINAS

La familia, la escuela y el entorno cultural son los pilares del aprendizaje, nos proporcionan conocimientos, habilidades, actitudes y valores. Los medios audiovisuales y la publicidad cada vez asumen más el control sobre estos pilares, mediante el uso de estrategias comunicativas que muestran y refuerzan los arquetipos de hombre y de mujer, y las conductas sexuales esperadas como parte de esos arquetipos.

Por un lado, la crianza en el hogar se ha vuelto muy holgada en cuanto a la formación de valores y actitudes positivas, las normas de conducta se diluyen entre la rutina pesada de los padres y las madres, la abuela sobreprotectora, la nana indiferente y las múltiples actividades extraescolares con sus diversas formas de disciplina. Por otro lado, esa ausencia de los padres y madres en la crianza durante la niñez y la adolescencia, la usufructúan los medios y la publicidad para sus propios fines, los primeros, el mantenimiento de la ideología dominante, la segunda, el consumismo. Como resultado tenemos a la televisión y el internet según dice Carlos Lomas, como las “aulas sin muro” que se erigen como las amas de los aprendizajes, siendo en realidad ventanas de una moldeada realidad porque enfatizan y ocultan unos u otros aspectos de ésta.

Es imperativo comentar que en el último censo en México, el uso de internet se duplicó superando a la televisión ¿?

La televisión y el internet son las herramientas fundamentales en la construcción de estereotipos sexuales, busca el consenso y la comunión.

Esta identificación como mujer y hombre mexicanos, como siempre está en manos de la clase política (que ya por llamarse *clase* habla de lo ajeno que está del pueblo al que debe servir) antes se servía de los ritos y rituales para mantenerse en el poder manteniendo cierta ideología que le convenía, hoy en día, los ha sido sustituido x los medios de comunicación aprovechando los avances tecnológicos para llegar a más gente, más pronto y a menor costo. No podemos ser ingenuos al pensar en los medios como mero entretenimiento. Y en este contexto podemos ver que la desigualdad de género que, si bien parte de una diferencia sexual, la desigualdad ante la ley, las inequidades y falta de oportunidades de las mujeres frente a los hombres, es un constructo histórico-social en el que manda una cultura patriarcal, androcentrista y misógina. Las imágenes y los discursos que se ofrecen en los medios buscarán poner al servicio del hombre, a la mujer-objeto. Cito a Lomas:

“...mujeres y hombres son diferentes no sólo porque tengan un sexo inicial distinto. A esos cuerpos de mujeres y de hombres se añaden los modos culturales de ser mujer y de ser hombre en una sociedad y en una época, y esos modos tienen su origen no sólo en diferencias sexuales, sino también en diferencias socioculturales (como la pertenencia de cada mujer y de cada hombre a una u otra clase social, etnia o raza; el diferente estatus económico y el diferente capital cultural de las personas; los diferentes estilos de vida, creencias e ideologías...) que condicionan, al igual que el sexo biológico, las diversas maneras de ser y de sentirse mujer y hombre en nuestras sociedades.” (p. 37)



Se dice que la cultura popular, a través de las imágenes y el discurso, tiene mayor efecto en los aprendizajes que la misma educación formal.

LOS CÓDIGOS DE LO FEMENINO.

Angela McRobbie, al estudiar el lenguaje utilizado en las revistas femeninas dirigidas a adolescentes encuentra lo que llama los cuatro códigos, de los cuales nos vamos a valer en nuestra investigación para analizar algunos mensajes de los medios; estos cuatro códigos son:

- 1) El código romántico.
- 2) El código doméstico.
- 3) El código de la moda.
- 4) El código de la música pop.

Que junto con el fomento de consumo de objetos y el estímulo de las conductas heterosexuales, realizaremos una búsqueda de estos códigos tanto en las telenovelas como en algunas letras de las canciones que más escuchan las adolescentes de nuestra muestra.

Otro dato interesante es que se ha descubierto los distintos lenguajes usados en las revistas para mujeres en contraste con las de diseñadas para hombres. El lenguaje para mujeres (de estilo cooperativo, inclusivo y horizontal) es: *“de un estilo comunicativo escasamente asertivo y orientado a la cooperación conversacional, el cambio continuo de tema y la abundancia de solapamientos.”* (p. 40) Lo que nos habla de un tipo de lenguaje sumiso, débil porque busca constantemente la aprobación del interlocutor evitando el conflicto y anulando las diferencias jerárquicas. El lenguaje masculino (de estilo informativo) está cargado de tonos épicos y vocabulario bélico, entre otras características.



Aparentemente, estas revistas femeninas buscan reivindicar a la mujer haciéndola sentir valorada y capaz de lograr lo que se proponga, sin embargo esto es a modo superficial, en primera instancia por los códigos arriba mencionados que rigen la estructura de las revistas, y en segunda, porque de ninguna manera se cuestionan los estereotipos, no se ponen al descubierto ni se promueve su análisis ni crítica. Sólo le dicen a la mujer “tú puedes” con la intención de que se sienta bien al leer la revista y vuelva a consumirla. *“Es una nueva mujer, que no es sino una versión atenuada y edulcorada del viejo arquetipo tradicional de la mujer transmitido a lo largo de siglos de dominación masculina”* (p. 41)

Si el lenguaje puede hacer tanto por el fomento de las desigualdades de género, cuánto más y mayor será el efecto de la imagen, la poderosa imagen.

Quizá valdría la pena comentar que no se trata de que mujeres y hombres compartan los mismos códigos de lenguaje, lo que equivaldría a que las mujeres hablaran y se les hablara como hombres (lo que sería peor) sino que las dos formas de comunicación fueran complementarias y respetadas como diferentes sin atribuirles diferente valor social. Recomendamos a quienes quisieran profundizar en este tema, revisar las propuestas de la recién psicología diferencial, que acepta que hay diferencias de pensamiento entre hombres y mujeres; lo que en ningún momento puede hacer la diferencia ante la ley y las oportunidades de desarrollo. El estilo de habla de la mujer no debe asociarse a la sumisión, debilidad y falta de capacidad de decisión.

De hecho y en rigor, se podría pensar que la forma como se comunican las mujeres está más apegada a la teoría de la equidad de género puesto que anula las relaciones de poder, las jerarquías y promueve la cooperación.

LOS CÓDIGOS DE LO MASCULINO.



Los códigos del lenguaje masculino están asociados al manejo del poder. Sabemos que la comunicación tiene dos grandes niveles: lenguaje verbal y lenguaje no verbal, es este último entran los tonos, el volumen, gestos y movimientos corporales, miradas, posturas etc. Y se habla de que para que exista una comunicación eficaz debe existir congruencia entre el lenguaje verbal y el no verbal. El uso y abuso de poder radica en la incongruencia, desde el simple hecho de que al ser incongruentes, le dejamos a nuestro interlocutor la tarea de interpretarnos, es decir, hay *transferencia del trabajo de la comunicación*, pues si yo digo que estoy bien pero mi gesto es de disgusto, el receptor quedará confundido y tendrá que decidir qué hacer ante eso, si seguir preguntando o dejar ahí la comunicación. Casos como este hay uso de poder pues el primero asume la postura de “yo ya dije, te toca a ti entenderme”.

Estos dos niveles los podemos llevar al mensaje y al metamensaje, este último es lo que se entiende o se deduce del lenguaje no verbal, con o sin el apoyo de las palabras. Sucede que el poder utiliza como vehículo al metamensaje, pues de esta manera no necesita explicación ni justificación. Si el hombre le dice a su esposa que está cansado, ella hará cosas, que no le ha pedido directamente, para aliviar el cansancio del marido; este tipo de conductas es usual en las relaciones de pareja pero pocas veces se ve al revés, en donde el esposo interprete un mandato oculto o velado, esto por las posiciones y roles culturales en los que la mujer está al servicio del hombre. Muchas mujeres alegan que la simple figura del marido les impone simplemente por ser más alto o más fuerte o por tener actitudes bruscas.

La rebelión también se oculta en los metamensajes, expresamos nuestra inconformidad mediante lenguaje no verbal pero cumplimos con la tarea, por lo que no nos pueden reclamar nada. En esta situación también hay una relación de poder.

Los hombres, si están en reunión con otros hombres buscan imponer su autoridad, si están en reunión mixta son los que llevan la batuta, suelen anular la opinión de las mujeres y las interrumpen, incluso llegan a segregarse por sexo, separándose

del grupo las mujeres quienes muchas veces se van a la cocina u otra área del lugar. Cuando hay un grupo de mujeres platicando, también hay relaciones de poder, aunque no por cuestión de género. Pasa también que en las reuniones mixtas, llega a haber alguna mujer que se impone pero no por su género sino porque tenga alguna posición social o política de relevancia. Se ha visto también que en la mirada se muestra quién manda, la persona fuerte mira al interlocutor para asegurarse de que le está oyendo, sin embargo, cuando le toca escuchar, pone poca atención o no le mira en absoluto. La persona débil mira constantemente para escuchar con toda atención. El silencio también es indicador de dominio, la persona fuerte no es que hable más sino que tiene el poder para decidir cuándo hablar y cuándo mantener silencio.

La semejanza permite la identificación y la diferencia permite la complementariedad, en esta última es más evidente y profunda la relación de jerarquía. La semejanza también da lugar a la rivalidad, muchas mujeres hacen cosas por esta razón.

La comunicación se da en una interacción que dependerá de una intención, un contexto y una relación determinados, de tal manera que un mismo mensaje se lo decimos diferente a una amiga, a un hijo o a un doctor.

Dice Hernández González que la identidad está dada por el lenguaje, el cual a través de los códigos sociales dicen qué significa ser mujer, ser hombre, ser adolescente, ser exitoso y popular, etc.

En conclusión podemos decir que en gran parte el poder en la comunicación implica el decidir qué, cuándo, cómo, con quién y dónde hablar. El Lenguaje es el vínculo entre los seres humanos y el mundo que nos rodea, a través del entramado de las palabras articuladas, asimilamos, comprendemos y le damos sentido; aquello sin nombre pertenece al ámbito de lo misterioso, lo desconocido y hasta lo temible; la razón que se manifiesta mediante el lenguaje nos da



certidumbre de la realidad y de quiénes somos en el mundo, las palabras y los signos de *mujer, hombre, adolescencia, sexualidad* se convierten en marco de referencia del comportamiento, creemos que los medios audiovisuales saben muy bien esto y lo utilizan para sus propios intereses, pues detrás de estos hay una clase política poderosa que dicta una ideología y una moral o, al menos, lo intentan muy bien.



SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación audiovisual está presente en todos los ámbitos de la cultura, y la podemos definir: *“como un proceso de comunicación mediada, en que el emisor y el receptor están separados, no se ven, pero se comunican a través de las ondas hertzianas, o por satélite, o por cable todo tipo de mensajes en lenguaje audiovisual, en forma de imágenes y sonidos, que el receptor mediante un aparato las recibe en su casa, sentado cómodamente en el sofá, las procesa, pero que no puede él a su vez responder enviando nuevos mensajes audiovisuales a su emisor.”* (Montoya, p.10) Analicemos ahora qué implicaciones tiene esta definición o este tipo de comunicación.

En primera instancia vemos que el receptor está en desventaja al no poder responder al mensaje del emisor. El receptor está “cómodamente sentado en su sala” nos habla de que los mensajes llegan hasta la intimidad de cada hogar, llegan a hacer presencia como si fueran un miembro más de la familia.

En un texto de García y Alfaro, sobre sexualidad y anticoncepción en jóvenes universitarios de Albacete, comentan: *“Es una época de cambios muy acentuados tanto orgánica como psicológicamente, con adopción de hábitos propios del adulto y adquisición rápida de nuevos conocimientos.”* Estos conocimientos están, gracias a los avances tecnológicos al servicio de los medios de comunicación, al alcance de cualquier persona... no fue gracias a la construcción masiva de bibliotecas. Por otro lado, como veremos en algunos análisis de la programación adolescente, hay una tendencia a que las y los jóvenes asuman responsabilidades de adultos. Así, el conocimiento tamizado de ciertas imágenes y ciertos discursos promueven una liberación sexual, misma que a falta de un acompañamiento de educación sexual, llega a que las y los adolescentes tomen decisiones sin pensar y con consecuencias de infecciones de transmisión sexual y embarazos no deseados.





LA TELEVISIÓN Y LA SEXUALIDAD.

En los derechos de las y los niños, los y las adolescentes está explícito que los gobiernos deberán estar al pendiente de que los medios de comunicación no harán de promover imágenes que vayan en contra de sus mismos derechos, tales como la igualdad de género y la dignidad de la niña y la adolescente. Sin embargo esto no ha sido posible, hay detrás de los medios, muchos interés y mucho poder, por lo que habrá que buscar alternativas para que se cumpla con esto.

Hablar de la televisión implica hablar de algo sumamente complejo cuyo lenguaje será básicamente fático y conativo pero con muchas astucias y simulacros y entramados en lo que muchas veces es difícil distinguir entre lo que oculta y por qué lo oculta y lo que muestra y por qué lo muestra. Ya vimos lo que puede lograr el discurso en una revista (con imágenes congeladas), pensemos pues en lo que puede lograr la tormenta de imágenes (con escaso o nulo discurso) de la televisión...deja poco tiempo para la reflexión, lo dijo Sartori (1998) cuando dice que el *homo sapiens* ha sido sustituido por el *homo videns*.

De esta manera volvemos a la idea de que hay una atrofia intelectual a causa del bombardeo de imágenes redundantes que, además no dejan tiempo para el diálogo y como le llaman, una comunicación diáfana con efectos de pasividad. Hay una gran cantidad de estudios e investigaciones que respaldan el enorme efecto que tienen los medios masivos de comunicación en nuestra forma de pensar y actuar, están los llamados mensajes subliminales y lo que es la ciencia de la mercadotecnia.

La televisión de una manera u otra le ha marcado la pauta al internet, ha sido su maestra, su guía, lo que antes era limitado en la televisión, en internet es totalmente ilimitado en cuanto a contenidos y horarios. Por ejemplo, si la televisión tiene unos canales con ciertos horarios de pornografía, y por algunos hay que

pagar, en internet se encuentra en todos los niveles, a todas horas y gratis. Y la televisión ha explotado al máximo la imagen del cuerpo de la mujer tanto para mantener su estereotipo como para vender. Los programas y anuncios televisivos son mediáticos entre lo que es un “individuo” y lo que se espera se comporte como “masa”, aparece aquí otra vez el concepto de *comuni3n* al llevar a cada persona a que se identifique con ciertos estilos de vida que son alabados en los medios. Y recordemos que despu3s de la comuni3n, se da la acci3n o mejor dicho, la reacci3n, lo que se espera que hagan, el comportamiento deseado.

En los contenidos sexuales se privilegia el rol dominante del hombre, por sobre el vasallaje sexual y social de la mujer. Cantidad enorme de anuncios comerciales explotan esto para lograr vender un producto o un servicio; en los anuncios de cierta cerveza mexicana, se muestran los torsos femeninos, cuerpos perfectamente formados y en bikini; la falta de cabeza y piernas nos hablan de que ni la mente ni lo que logren las mujeres interesa a los hombres, lo que les interesa est3 del cuello a los muslos.

El lenguaje usado por la televisi3n (que est3 obviamente m3s controlada que el internet) es eminentemente f3tico y apelativo en un: *“af3n de crear y difundir estereotipos sexuales, los anuncios utilizan a diestro y siniestro todo su arsenal ret3rico en textos y en im3genes en los que sobresale el uso y el abuso de los tropos que establecen v3nculos entre el objeto y el sujeto a trav3s de correspondencias (metonimias), conexiones (sin3cdoques, hip3rboles, antonomasias, perifrasis, 3nfasis...) o semejanzas (met3foras).”* (p.47)

En un estudio que realiz3 Er3ndira Cruzvillegas respecto a la televisi3n y los j3venes, encontr3 que hablar de televisi3n es hablar de un lenguaje que nos dice de qu3 forma ver el mundo, de tal manera que la televisi3n influye en la cultura y no viceversa. Manda al p3blico juvenil una serie de c3digos con los que le permite construir identidades, agruparse de acuerdo a la comuni3n con estos c3digos que los hacen reconocerse entre s3.



Cuando la autora menciona que: *“con la creciente tendencia en las grandes urbes al repliegue del tiempo libre a los espacios del hogar, se desliza la atención hacia la producción televisiva dirigida a los jóvenes”* (p.) nosotros podemos comparar con la situación que viven las y los jóvenes de nuestro estudio en esta localidad, siendo una ciudad tan pequeña queda tiempo para salir de casa, sin embargo, por la misma característica es un lugar que ofrece pocas alternativas para la diversión y el entretenimiento, las y los adolescentes paceños van al cine (si tienen recursos), a la playa (si hace calor y les gusta) y lo que es más común, “dan el rol” o sea, salen a pasear en carro, a dar la vuelta generalmente por el malecón, lugar en el que se ven de carro a carro porque van muy despacio, oyendo música, tomando alcohol y charlando haciendo su propio ambiente y viendo qué pueden “cazar” pues obviamente hay coqueteo y presunción de carros. Este ritual vino a sustituir a los antiguos bailes en las plazas públicas. El resto del tiempo lo pasan viendo televisión o navegando en internet. La autora mencionada reconoce que: *“Las jóvenes mujeres son más proclives a consumir televisión y pasan más tiempo frente a la pantalla...”*

Valdría la pena preguntarnos qué muestra la televisión y qué tan cerca de la vida real del televidente está ese conjunto de imágenes, de tal manera que se identifica o no con lo que ve y qué tanto influye en sus gustos, sus valores y sus anhelos.

Cruzvillegas dice: *“Así cuando se habla de televisión no sólo se hace referencia a un medio de comunicación, sino igualmente a un conjunto de lenguajes y formas de ver el mundo que son ampliamente difundidos y asimilados”*.(p). Si la televisión es más que un simple medio porque es capaz de modificar la vida social, no podemos pensar que internet es diferente, hoy en día se habla ya de los efectos negativos y positivos que han impactado en la forma de vivir, por poner un ejemplo hay quienes aseveran que las redes sociales de internet nos acercan a las personas que están lejos pero nos separan de las que están cerca, que nos facilitan las relaciones interpersonales pero porque nos permiten ocultar lo que no nos gusta de nosotros mismos y que la expresión de emociones se reducen a



“emoticones” que son vagas expresiones de lo que en realidad son profundos y complejos sentimientos. En la escuela, básicamente instructora, se han relegado las emociones cuando debieran ser parte fundamental de la formación integral de las y los alumnos, en la escuela hablar de las emociones o queda fuera de lugar o se tacha de cursilería, ahora la tecnología, a través de los distintos dispositivos y son su enfoque reduccionista, casi desaparece la necesidad de tan siquiera ponerle nombre a cada sentimiento, además de que se pierde el lenguaje no verbal, fundamental para establecer vínculos afectivos y nos volvemos cada vez más sedentarios.

Cuando Cruzvillegas indaga en la opinión de las mujeres sobre la televisión, nos dice: *“Creen que lo que ven en la televisión es perjudicial ya que alimenta los sueños que nunca harán realidad. Las mujeres se manifestaron en el mismo sentido, haciendo énfasis que la gente menos culta se cree todo lo que pasa en la televisión. Una de ellas dijo” Por lo menos nosotras si nos damos cuenta de muchas cosas...Todos apuestan que sólo a través de una mejor educación podremos ser más críticos”*. (p.). Con esta idea podemos concluir diciendo que la televisión es un aspecto importante de la cultura, seguramente no sea el determinante pero sí vale la pena estudiar sus efectos en ésta.



PODER

Trejo Delarbre hace un escrito muy interesante en torno a la relación de los medios con el poder, afirmando que: "En todo el mundo, los consorcios mediáticos tienen una influencia política y social muy relevante". Afirma que el Estado, la sociedad y los medios de comunicación han establecido en México una relación por demás compleja y en muchos sentidos, oscura y sucia, llegando al grado que los medios han influenciado en las decisiones del Estado y en la opinión de los ciudadanos, de tal modo que en esta relación los medios se han impuesto como "hegemónicos", es decir, como si fueran un Estado alterno, de hecho, el mundo globalizado que ha determinado una economía mundial y un tipo de relaciones sociales, ha sido posible gracias a la tecnología aplicada a la comunicación. En muchos países pasa esta situación tripartita pero en México se acentúa gravemente y en perjuicio de la sociedad por cinco razones importantes:

1. Hay un monopolio de los medios audiovisuales: Televisa y Televisión Azteca tiene en 94% de las frecuencias (Televisa 68.5% y Azteca 28.3%) y entre las dos se llevan el 99% de la inversión publicitaria de la televisión, teniendo además influencia en otros medios como el radio, la prensa, así como en áreas como el deporte y la política. Además ahora se están adueñando de los negocios de la telefonía e internet. En toda América Latina, sólo en México y en Cuba, en tan pocas manos están los medios audiovisuales.
1. En México hay pocos partidos políticos fuertes, diría Trejo Delarbre que sólo el PRI es un partido fuerte y aunque el PAN y el PRD han ido adquiriendo notoriedad, no sobrepasan al primero. Durante el tiempo que el PRI estuvo en el poder (70 años) estableció con los dos consorcios una relación beneficiosa para ambos pero no para la democracia ni en mejora de la calidad de vida de las y los mexicanos. En algo coinciden estos tres partidos políticos: necesitan de los medios para presentarse, llegar, mantenerse y justificarse en el poder.

2. En México se han privilegiado a los consorcios privados y descuidado totalmente a los no comerciales. El único canal que se consideraba del Estado (canal 11) en 2005 tenía apenas 15 repetidoras, mientras que Televisa tenía 128 y Azteca 89. 4. Otro gran problema es que la sociedad mexicana está acostumbrada a una programación de muy baja calidad, los dos grandes consorcios presentan programación muy similar, muchas veces son refritos mal hechos de programas extranjeros y lo que menos fomentan en los televidentes es el criterio con respecto a la calidad de lo que ven, es decir no tienen referente para hacer comparaciones. Abundan las telenovelas, los programas de concursos y los deportes que, tratándose del fútbol, el deporte nacional, varios equipos pertenecen a las cadenas televisivas, de tal manera que los intereses caen en las mismas personas y los noticieros pasa, según el autor mencionado: "...hay escasa investigación periodística y las notas obtenidas por los reporteros se confunden con informaciones pagadas con recursos públicos." (p. 38) además que gran parte del tiempo lo utilizan para promover espectáculos del mismo canal y deportes que ellos mismos transmiten. Si bien es cierto que hay otros medios como el internet, la realidad mexicana es que el pueblo sigue dependiendo de la televisión abierta tanto para entretenimiento como para información. Por el lado de la prensa, hay poca circulación nacional, poco tiraje y los medios tienen influencia en lo que se publica y creemos además que se lee poco y quienes leen son personas de edad adulta y mayor, aunado al hecho de que en el 2006 el 67% de los y las mexicanos consideran que la televisión es muy confiable, pues se acrecienta su poder sobre las mentalidades, sobre todo de la juventud.
3. 5. El último factor a considerar es la legislación, estamos hablando de la Ley Federal de Radio y Televisión que desde 1960 no ha pasado por revisión alguna, por lo que la televisión por cable e internet quedan literalmente sin reglamentación; la sociedad cambió y la ley no. Muchos de sus artículos son obsoletos y otros tantos simplemente no se han

respetado, pongamos como ejemplo el artículo 10 que compete a la Secretaría de Gobernación: "Vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, y no ataquen los derechos de tercero, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos." Y en su apartado 2: "Vigilar que las transmisiones de radio y televisión dirigidas a la población infantil propicien su desarrollo armónico, estimulen la creatividad y la solidaridad humana procuren la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional. Promuevan el interés científico, artístico y social de los niños, al proporcionar diversión y coadyuvar a su proceso formativo." (p. 41) Y como este artículo hay otros tantos que prohíben las transmisiones que corrompan el lenguaje y las buenas costumbres, la violencia, las escenas de doble sentido y el empleo de recursos de baja comicidad. Ante lo cual habría que preguntarnos ¿hoy en día qué es corromper el lenguaje? ¿qué son las buenas costumbres? y decidir de acuerdo a lo que vivimos en la actualidad qué sería una legislación equilibrada, que no peque de moralista pero que tampoco glorifique la violencia, que dé margen a la libertad de expresión pero que no se vuelva un enemigo de los ideales de la escuela. Por otro lado, no existe un equilibrio entre la programación y los tiempos de transmisión de anuncios comerciales, no hay regulación adecuada de los productos de vicio y, hablando desde la perspectiva de género, tanto programas como anuncios están a favor de mantener y reproducir los viejos patrones del sexo fuerte y el sexo débil, reducen a la mujer a objeto sexual y/o la instalan en su rol de madre-esposa, ama de casa abnegada, dependiente e insegura. En síntesis, es urgente una revisión y transformación a fondo de esta ley.

4. Todas estas corrupciones no son circunstanciales, hay intereses detrás y acuerdos entre el Estado y los consorcios, sobre todo en cuanto a permisos, concesiones y pagos se refiere. Simplemente en 2004, el presidente Vicente Fox les otorga a Televisa y Televisión Azteca un



refrendo por 17 años de todas las frecuencias, justo en el año 2021 será el llamado "apagón digital" lo que les permitirá no sólo quedarse con tales frecuencias sino quizá tener más. Televisión Azteca se adueñó a la fuerza del canal 40 y la controversia judicial a final de cuentas benefició a Azteca. Y la conocida y debatida Ley Televisa se le llamó así porque la serie de reformas que proponía, beneficiaban tanto a esta cadena televisiva como a Televisión Azteca. La crítica va dirigida a que cómo el Estado prefiere una televisión de mejor calidad pero monopolizada a una plural, aunque de menor calidad, sobre todo tratándose de un país tan poblado y tan pluricultural.

Televisa surgió como tal en 1972 pero ya antes tenía influencia como grupo de comunicación a través de los canales 2, 4 y 5, después se agregó el 8 que se convertiría en el canal 9 contribuyendo cada vez más al crecimiento y poderío de la cadena televisiva. Televisión Azteca, con sus canales 7 y 13, que en sus inicios fue creada por el gobierno federal en 1982 luego fue puesta a la venta y ganada por licitación por el empresario Ricardo Salinas Pliego. Desde entonces, ambas cadenas han ido creciendo y ganando terreno o, mejor dicho, frecuencias, concesiones y millones de dólares.

La Ley Federal de Telecomunicaciones y de Radio y Televisión se sometió a iniciativa de ley propuesta por el PRI en la Cámara de Diputados en 2005, y en dicha iniciativa se concedía a las televisoras que pudieran difundir servicios de transmisión de datos, telefonía, internet y otros utilizando las frecuencias que ya tenían; para poder acceder a este beneficio sólo tenían que hacer una solicitud y tal vez hacer algún pago pero ese "tal vez" quedaba simplemente en el aire, además de incluir muchas insuficiencias graves. No había lugar, por ejemplo para nuevas televisoras. Esta era la conocida como Ley Televisa, entiéndase, ley para beneficio de televisa. Tras una larga y ardua discusión, llegando hasta la Suprema Corte, en la cual se analizó la conveniencia de digitalizar la televisión llegando a favorecer otra vez a los dos conocidos consorcios porque ¿hasta dónde es válido que en una nación pluricultural, un legislador prefiera mejor calidad durante el



20%, a una televisión plural que permita la participación de más voces y que se fundamente en la democracia? Y al final, algunas situaciones se cambiaron: “Gracias a las condiciones creadas por el rechazo a la Ley Televisa, y especialmente gracias a la decisión de la Corre, en el otoño de 2007 el Senado de la República aprobó una reforma constitucional en materia electoral que, entre otros cambios, estableció que la propaganda política en los medios electrónicos se realizaría únicamente en espacios gratuitos, de los que ya disponía el Estado en cada frecuencia de radio y televisión. Con esta decisión, además de quitarles un negocio de varios centenares de millones de dólares en cada campaña electoral, quedó acotada la capacidad de las empresas televisoras y radiodifusoras para presionar a los partidos políticos ofreciéndoles descuentos u horarios privilegiados para la transmisión de sus spots de campaña”. (p. 55)



GOBIERNO FEDERAL

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.

Se encuestaron a 566 alumnos, de tercero de una secundaria del turno vespertino urbana y de dos preparatorias del turno matutino, con la siguiente distribución:

Tercero de secundaria	Mujeres		38
	Hombres		36
Preparatoria	Mujeres	Urbana	141
		Periférica	150
	Hombres	Urbana	94
		periférica	101
No especificaron sexo			6
	Total		566

En la escuela preparatoria urbana se encuestaron a los alumnos de primero (86), tercero (70) y quinto (80) semestres y de la preparatoria Periférica se encuestaron también a los alumnos de primero (118), tercero (64) y quinto (74) semestres que eran los que estaban inscritos en ese momento. En la escuela secundaria se encuestaron a los alumnos de tercer grado (74).

El promedio de edad es de 15.8 años en un rango entre 13 y 20 años. El 88.5% manifestó vivir con sus padres y solamente el 0.35%, dos estudiantes, viven con su pareja.

Conocimientos sobre sexualidad y métodos anticonceptivos.

De los estudiantes encuestados el 94.1% considera que sus conocimientos sobre sexualidad son de regulares a muchos, el 5.9% los considera de pocos a muy pocos, en los jóvenes de secundaria este porcentaje se eleva a un 13.6%. El 97.5% valora, la información adquirida por su cuenta, de regular a excelente. Un

17.9 valora como mala o muy mala la información recibida de sus padres sobre sexualidad.

Manifiestan que la mayor parte de los conocimientos o información que tienen sobre sexualidad la han adquirido de sus padres (27.4%), de sus profesores (21.2%), del personal de salud (14.8%), de sus amigos (6.6%) y de internet (6.1). Estos resultados contrastan con los que obtuvieron García y Alfaro donde el mayor porcentaje lo obtienen los amigos (59.7%) y el más bajo los padres (7%). Los jóvenes de secundaria nos dicen que la mayor parte de los conocimientos o información que tienen sobre sexualidad la han adquirido de sus padres (32.5%), de sus profesores (26.5%), de sus amigos (14.5%) y del personal de salud (6%).

Respecto a los conocimientos sobre métodos anticonceptivos y la valoración que emiten sobre ellos se mantienen en la misma proporción, el 91.9% considera que sus conocimientos son de regulares a muchos. El 94.2% valora, la información adquirida por su cuenta, de regular a excelente. La información sobre métodos anticonceptivos recibida de sus padres, un 17.7 la valora como mala o muy mala.

La mayor parte de los conocimientos o información que tienen sobre métodos anticonceptivos la han adquirido de sus padres (21.3%), del personal de salud (23.5.8%) y de sus profesores (22.7%).

El 11.6% de los jóvenes de secundaria dicen haber recibido información sobre los métodos anticonceptivos de parte de los amigos contra un 7.9% de los jóvenes de la preparatoria urbana y un 3.7% de los jóvenes de la preparatoria periférica, quizás esta diferencia de porcentajes se explique porque los alumnos de la preparatoria urbana tengan más vida social y los de secundaria les sea más difícil hablar sobre el tema con adultos capacitados como el personal de salud (9.3%) y lo suplan con la información que obtienen de los amigos.

Se les plantearon las siguientes cuatro preguntas sobre sexualidad:

- a) ¿Crees que una chica puede quedarse embarazada la primera vez que tiene relaciones sexuales con penetración? 75.8% escogió la opción correcta (“sí”)
- b) ¿En qué momento del ciclo menstrual crees que es más probable que una mujer quede embarazada? 26.3% escogió la opción “**unos días antes de la menstruación**”, en los jóvenes de secundaria este porcentaje disminuye a 12.2%.
- c) Es el proceso por el cual el ovario libera un óvulo para su probable fecundación: 47.6 escogió la opción “**Ovulación**”. En los jóvenes de secundaria este porcentaje disminuye a 25.7%.
- d) Indica que una persona ha tenido contacto con el virus del VIH y que lo más probable es que el virus esté en su cuerpo, pero que hasta el momento no ha desarrollado los síntomas de la enfermedad. 32.3% seleccionó la opción “**Seropositivo**”.

En las respuestas a las preguntas, los porcentajes no presentan diferencias importantes entre hombres y mujeres, pero en la última pregunta, referida al virus VIH, los encuestados de las preparatorias fueron 40.1 para la preparatoria urbana y 24.8 para la periférica indica que estos últimos poseen una información menos precisa sobre el virus VIH.

Los resultados de las tres últimas preguntas nos sugieren un área de oportunidad para fortalecer los programas de información sobre sexualidad en las escuelas, sobre todo en las periféricas. El hecho de que un porcentaje importante de los encuestados (20 – 30%) indiquen que la información la reciben de sus padres y que un 18% la valore como mala o muy mala, nos sugiere una área de oportunidad para trabajar o fortalecer los programas dirigidos a los padres.

Los valores menores de los porcentajes obtenidos por los jóvenes de secundaria nos sugieren que se les debe proporcionar más y mejor información sobre sexualidad a los jóvenes de este nivel educativo por parte del personal de salud.

Hábitos sexuales.

El 27% de los encuestados manifestaron mantener relaciones sexuales y de ellos el 68% en forma regular y el 11% mantienen relaciones con dos o más parejas. Este porcentaje adquiere importancia ya que aunque pequeño implica riesgos para la salud sexual. Los hombres resultan más promiscuos ya que un 19% mantienen relaciones con dos o más parejas contra un 5% de las mujeres.

Respecto a los jóvenes de secundaria el 33% de los encuestados manifestaron mantener relaciones sexuales y de ellos el 77% en forma regular y el 22% mantienen relaciones con dos o más parejas. Estos porcentajes adquieren importancia ya que aunados a la información imprecisa sobre sexualidad implican probabilidades de embarazos no deseados y riesgos para la salud.

El promedio de edad en el que tuvieron su primera relación sexual con penetración es de 14.8 años en un rango de 11 a 17 años, lo que indica una iniciación precoz a su vida sexual. Un 92% dice que sus amigos no influyeron en su decisión de iniciar sus relaciones sexuales, sin embargo al observar este dato en relación al género, el 5% de las mujeres dicen que si influyeron y en los hombres se dobla este porcentaje.

El 31% dice no utilizar algún método anticonceptivo y el 15% dice usarlo a veces, En los porcentajes de los encuestados en preparatoria muestran diferencias, en la preparatoria urbana el 19% dice no usar un método anticonceptivo mientras que en la preparatoria periférica es el 39%.

Una iniciación precoz a la vida sexual, una formación deficiente sobre sexualidad, no utilizar un método anticonceptivo o usarlo esporádicamente eleva la probabilidad de embarazos no deseados en las adolescentes.

En la tabla 1 se muestran los métodos anticonceptivos conocidos y usados por los encuestados, en porcentajes.



Métodos anticonceptivos	Población total		Hombres		Mujeres		P. Periférica		P. Urbana		Secundaria	
	Conocidos	Usados	Conocidos	Usados	Conocidos	Usados	Conocidos	Usados	Conocidos	Usados	Conocidos	Usados
Preservativo	12.1	61	12.5	62	11.9	60	12	70	11.8	57	14	53
Píldora	11.1	10	11.1	10	11.1	11	11.4	14	10.9	10	10.5	6
Parche	10.6	5	10.4	4	10.7	6	10.7	2	10.3	6	11.3	6
Inyectables	8.5	3	7.4	1	9.2	4	8.5	0	8.1	4	10.5	3
Vasectomía	8.3	1	9.7	1	7.4	0	8.1	0	8.3	1	8.7	0
DIU	7.4	1	6.5	2	8	3	7.4	2	7.5	4	7	0
Método de Calendario	7.2	4	6.7	2	7.6	6	6.8	5	7.7	4	6.7	3
Coito interrumpido	7	8	7.2	5	6.9	10	6.8	6	7.3	5	6.1	19
Ligaduras de trompas	7	1	7	2	7	0	6.8	0	7.5	2	5.8	0
Espemicidas	4.9	1	5.3	1	4.6	0	4.4	0	5.3	1	4.7	0
Diaphragma	4.7	1	5.4	2	4.2	0	5	2	4.8	1	2.3	0
Implante	3.5	1	3.5	1	3.5	0	3.7	0	3.3	1	2.9	0
Esponja vaginal	2.5	1	2.6	1	2.4	0	1.8	0	2.9	1	3.8	0
Moco cervical	2.2	1	1.8	1	2.3	0	2.9	0	1.4	1	2.3	0
Temperatura basal	1.6	1	1.7	0	1.5	1	1.7	0	1.5	0	1.7	3
Temperatura y moco	1.6	2	1.2	4	1.8	0	1.7	2	1.4	0	1.7	6

Tabla 1

Como se puede observar en la tabla 1 los métodos anticonceptivos más conocidos y los más usados son, en primerísimo lugar, el preservativo, la píldora y el parche, los menos conocidos y a su vez los menos usados son implante, esponja vaginal, moco cervical, temperatura basal y temperatura y moco.

No se observan diferencias con respecto a los métodos anticonceptivos más conocidos y los menos conocidos en los grupos de mujeres, de hombres ni si es una preparatoria Periférica o urbana, los alumnos de la preparatoria urbana manifiestan conocer y usar un mayor número de métodos anticonceptivos que los alumnos de la preparatoria periférica. Destaca que de los jóvenes de secundaria, un 19% de los que tienen relaciones sexuales, refieren utilizar como método anticonceptivo el coito interrumpido, el 41% no utiliza y un 23% lo usa esporádicamente elevando la probabilidad, en las adolescentes, de quedar embarazadas.

En los métodos usados los hombres mencionan algunos como diafragma o esponja vaginal esto quizás se deba a que los usan sus parejas.

En general el 10% dice haber tenido dudas sobre su identidad sexual, en los jóvenes de secundaria este porcentaje se eleva a un 15%. Las mujeres manifiestan más abiertamente su posible filiación homosexual. El 14% de las mujeres dijeron haber tenido dudas sobre su identidad sexual mientras que en los hombres el porcentaje fue de 6%.

Creencias religiosas y otras influencias.

El 81% pertenece a la religión católica y un 8% no pertenece a ninguna, En los hombres el 74% es católico y el 13% no pertenece a ninguna religión, en las mujeres el 85% es católico y el 5% no pertenece a ninguna religión, estas diferencias sugieren que los hombres son más despegados de una filiación religiosa.

La mayoría (82%) manifiesta que sus creencias religiosas no influyeron en su comportamiento sexual, el 10% dicen que influyeron poco. Respecto a la Televisión e Internet los porcentajes varían un poco el 19% dice que la TV influyó poco, el 5% regular y el 2% mucho, respecto a Internet el 19% dice que influyó poco, el 6% regular y el 4% mucho. La TV y el Internet tienen más influencia en el comportamiento sexual que las creencias religiosas y el internet más que la TV.

El 72% cree que todos y todas los jóvenes y adultos tienen derecho a ejercer y disfrutar plenamente su sexualidad, mientras que el 21% cree que solamente los hombres y mujeres mayores de 18 años, esta creencia asocia la sexualidad con la edad adulta, mayores de 18 años.

Respecto a quienes tienen derecho a manifestar sus afectos públicamente el 10% dijo que las parejas heterosexuales, el 5% los homosexuales, el 3% los bisexuales, el 3% los ancianos y el 80% todos los anteriores.

Los medios audiovisuales y los adolescentes.

Respecto al número de televisores funcionando en su casa el 37.8% de los encuestados dice que hay dos, el 33.7% dice que tres y el 16.8% dice que cuatro. El 30.8% dice que se localizan en la sala, otro 30.5% dice que en las recamaras de los hijos(as) y un 31% dice que en la recamara de los padres.

Se puede observar en la tabla 2 que el 33.4% de los encuestados tiene Televisión abierta contra un 41.1% que posee el servicio de cable, los jóvenes de la preparatoria y secundaria urbanas tienen un porcentaje mayor de servicio de cable mientras que los jóvenes de la preparatoria periférica el porcentaje mayor es del servicio de televisión abierta esto posiblemente se relacione con la infraestructura de las colonias y nivel de ingresos de las familias. Resalta que los encuestados hombres un 16.2 posee el servicio de Sky contra un 8.2% de las mujeres seguramente se relaciona con la programación que se oferta ya que por ejemplo el 13.1 % de los hombres ve los programas de deportes contra el 4.5% de las mujeres.

Servicio de Televisión que tiene							
	Poblacion T.	Hombres	Mujeres	P.Periférica	P.Urbana	Secundaria	
Abierta	33.4	27.2	37.8	43	25.7	24.7	
Cable	41.1	39.6	42	34.1	49	39.7	
Sky	11.4	16.2	8.2	10.5	10.8	16.4	
Yoo	6.8	7.7	6.3	6.6	5.8	11	
Otro	7.3	9.4	5.7	5.8	8.7	8.2	

Tabla2

En la tabla 3 se muestran los programas que ven los jóvenes encuestados. Los programas que más se ven son las películas (16.1%), las series, espectáculos y musicales y caricaturas, los que menos se ven son los programas culturales (3%), cocina y moda.

Programas de TV que ve							
	Poblacion T.	Hombres	Mujeres	P.Periférica	P.Urbana	Secundaria	
Telenovelas	8.5	3.7	11.2	9.2	8	8.1	
Series	15.2	17.5	13.8	16.4	13.9	15.5	
Documentales	7.9	10	6.7	7.7	8.6	5.7	
Peliculas	16.1	18.3	15	15.5	16.9	15.2	
Caricaturas	12.1	12.1	12	17.3	12	11.7	
Espectaculos y music.	13.3	11.5	14.3	11.7	14.2	15.2	
Noticieros	6.1	6.3	6.1	5.6	6.5	6.4	
Deportes	7.7	13.1	4.5	8.3	6.5	10.2	
Moda	5.3	1.2	7.6	5.3	5.2	5.3	
Salud y cocina	4.8	3.6	5.6	5.1	4.8	4.2	
Culturales	3	2.6	3.3	2.9	3.2	2.5	

Tabla 3

Las mujeres (11.2%) ven más telenovelas que los hombres (3.7%) así como programas de moda y de salud y cocina, Mientras que los hombres (13.1%) ven más deportes que las mujeres (4.5%) también series y documentales. Sobresale que más alumnos de la preparatoria periférica (17.3%) vean caricaturas que los de la preparatoria urbana (12%) y que los programas culturales se ven poco ya sea en hombres (2.6%), en mujeres (3.3%), en preparatorianos urbanos (3.2) o periféricos (2.9) o en los jóvenes de secundaria (2.5).

En la tabla 4 se recogen las valoraciones que sobre los comerciales referidos al “Hogar”, “Bebidas alcohólicas”, “Ropa y accesorios” y “consejos espirituales” emitieron los encuestados.

El 51.9% de los encuestados valoran como engañosos a los comerciales de consejos espirituales, el 51.6% a los de bebidas alcohólicas, 45.1% a los de artículos para el hogar y solamente al 12.5% les parecen engañosos los comerciales para ropa y accesorios y en los jóvenes de secundaria este porcentaje disminuye a 6.2%, además para este tipo de comerciales al 44% de los encuestados les parecen interesantes y al 27.4% les parecen útiles.

A los comerciales para ropa y accesorios el 19.7% de los hombres los consideran engañosos contra el 8% de las mujeres quizás las mujeres valoran más su presentación que los hombres.

El 21.5% de los encuestados en la preparatoria Urbana consideran útiles los comerciales de consejos espirituales contra el 11.8 de los encuestados de la preparatoria periférica.



Te parece que los comerciales que se ofrecen:							
		Poblacion T.	Hombres	Mujeres	P.Periférica	P.Urbana	Secundaria
para el hogar							
	Útiles	27.6	25.3	29	24.1	31.3	28.2
	Instructivos	4.3	3.7	4.7	5	4	2.6
	Interesantes	15.6	14.9	16	14	16.7	17.9
	Engañosos	45.1	50.6	41.1	49.3	40.9	43.6
	Divertidos	7.4	5.4	8.8	7.6	7.1	7.7
Bebidas Alcoholicas							
	Útiles	10.3	11.2	9.9	6.1	12.7	16.7
	Instructivos	6.8	9.1	5.2	6.9	6.7	6.4
	Interesantes	19	22	17.1	14.2	20.2	30.8
	Engañosos	51.6	45.6	55.4	61.7	45.2	38.5
	Divertidos	12.4	12	12.5	11.1	15.1	7.7
Ropa y Accesorios							
	Útiles	27.4	26.8	27.2	27.5	26.5	29.6
	Instructivos	4	6.3	2.3	4.9	3.6	2.5
	Interesantes	44	38.3	48.4	38.3	46.6	55.6
	Engañosos	12.5	19.7	8	15	11.8	6.2
	Divertidos	12.1	9.1	14	14.3	11.5	6.2
Consejos espirituales							
	Útiles	16.3	15.3	17.3	11.8	21.5	14.7
	Instructivos	7.9	7.9	8	7.6	8.5	6.7
	Interesantes	18.3	19.4	17.3	19	17.5	18.7
	Engañosos	51.9	51.2	52.4	55.5	47.2	54.7
	Divertidos	5.7	6.2	5.1	6.1	5.3	5.3

Tabla 4

El 86.8% de los jóvenes encuestados consideran que los programas de la TV en general y del programa que ven con más frecuencia son muy buenos o buenos.

En la tabla 5 se muestra el tiempo y los horarios que los jóvenes dedican a ver Televisión. El 30% dedican entre 0.5 y una hora diaria a ver Televisión, el 51.1% le dedica entre una y tres horas, entre los jóvenes que ven TV más de 6 horas se registra una diferencia entre hombres(7.9%) y mujeres(2.1%) y entre los jóvenes de la preparatoria periférica (4.7%) y la urbana(2.2%).

Respecto al horario en que ven TV el 42.8% de los encuestados lo hace en el intervalo de 15:00 a 19:00 horas y 45.7% lo hace después de las 19:00 horas.

El 71.9% dice que hace otra actividad mientras ve televisión, el 48.4% dice que estudia o hace tareas mientras ve televisión

Tiempo y Horario en que ven TV							
		Poblacion T.	Hombres	Mujeres	P.Periférica	P.Urbana	Secundaria
Tiempo diariamente							
	0.5 - 1 Hora	30%	29.3	30.7	28	30.6	35.1
	1 - 3 Hrs	51.1	47.2	54	53.1	53.9	35.1
	3 - 6 Hrs	14.5	15.7	13.2	14.2	13.4	18.9
	más de 6 Hrs	4.5	7.9	2.1	4.7	2.2	10.8
Horario en que ven TV							
	7 -11 am	7.2	9.5	5.7	3.4	1.2	39
	11am a 3 pm	4.3	5	3.9	2.3	3.3	14.3
	3 pm a 7 pm	42.8	38	45.9	50.8	46.9	2.6
	depués de 7 pm	45.7	47.5	44.4	43.6	48.5	44.2

Tabla 5

En la tabla 6 se muestra el tiempo que los jóvenes utilizan la computadora para distracción y las actividades que realizan en Internet. El 28.2% dedican entre 0.5 y una hora diaria a utilizar su computadora para distracción, el 47.3% le dedica entre una y tres horas, entre los jóvenes que utilizan su computadora más de 3 horas se registra una diferencia entre los encuestados de la preparatoria periférica (18.9%) y los de la preparatoria urbana (28.9%) posiblemente esta diferencia se deba a que los jóvenes de la preparatoria urbana dispongan de más facilidades de acceso a internet en la comunidad donde se encuentra su escuela.



GOBIERNO FEDERAL							
Tiempo que utilizan la Computadora para distracción y actividades en Internet							
		Poblacion T.	Hombres	Mujeres	P.Periférica	P.Urbana	Secundaria
Tiempo diariamente							
	0.5 - 1 Hora	28.2%	29.3	27.3	34	23.3	23.6
	1 - 3 Hrs	47.3	47.2	47.9	47	47.9	45.8
	3 -6 Hrs	17.5	15.7	18.4	14.2	20.8	18.1
	más de 6 Hrs	7.1	7.9	6.4	4.7	8.1	12.5
Qué haces o ves en Internet							
	Videos	21	23.4	19.3	23.1	19.4	19.4
	Películas	13.6	14.2	13.3	13.6	14.6	9.4
	Tareas	30.3	29.8	30.7	30.2	30	31.7
	Redes Sociales	35.1	32.6	36.7	33	36	39.6

Tabla 6

El 35.1% dice usar el Internet para acceder a las redes sociales, el 30% para realizar tareas, un 21% para ver videos y un 13.6 para ver películas. En el uso que hacen de internet no se ven diferencias importantes en los porcentajes referidos a las mujeres y los hombres, a los preparatorianos periféricos o urbanos, es decir todos hacen lo mismo en internet en las mismas proporciones, excepto los jóvenes de secundaria quienes le dedican más tiempo (39.6%) a las redes sociales.

La tabla 7 registra dónde escuchan los jóvenes música y que tipo de música es el que escuchan.

Un 25.4% escuchan música en radio o televisión, mientras que un 71.5% la escucha en su celular, computadora o Ipod. El 20% de las mujeres escucha música en la TV y los solamente el 14.4% de los hombres la escuchan en el mismo medio, esto quizás se deba a que los hombres (44.9) disponen de mayor porcentaje de computadoras y Ipod que las mujeres (36.9)



Dónde escucha y qué tipo de música							
		Poblacion T.	Hombres	Mujeres	P.Periférica	P.Urbana	Secundaria
Dónde escucha música							
	Radio	7.6%	6.1	8.6	8.6	6.9	6.3
	Televisión	17.8	14.4	20	15.1	20.7	16.9
	Celular	31.5	31.4	31.5	32.7	29.5	33.8
	Computadora	30.2	32.6	28.6	29.6	31.4	28.1
	Ipod	9.8	12.3	8.3	10.9	9	9.4
	otro	3.1	3.2	3	3.2	2.4	5.6
Qué tipo de música							
	Salsa	1.3	0.7	1.7	1.7	0.8	1.8
	Pop	14.4	9.6	17.1	15.4	13.9	12.9
	Ranchera y Corrido	12.2	15.4	10.4	11.4	12.1	14.7
	Románticas	14.4	10.1	17	13.5	15.4	14.3
	Reggaetón	9	8.1	9.5	9.1	8.4	10.3
	Electrónica	10.8	13.1	9.5	9.7	10.7	14.7
	Clásica	5.1	4.7	5.2	6	4.8	3.6
	Rock	8.1	10.5	6.8	9	8.4	4.5
	Banda	17.4	16.4	17.9	16.8	18	17.4
	otro	7.2	11.3	5	7.4	7.5	5.8

Tabla 7

El tipo de música que más escuchan los jóvenes encuestados es banda (17.4%), le siguen pop y románticas con (14.4%), ranchera o corrido (12.2%), la música que menos escuchan es la salsa (1.3%) y la clásica (5.1%). Las mujeres prefieren el pop (17.1%) y la romántica (17%) más que los hombres (9.6% y 10.1% respectivamente)

Respecto al ingreso familiar mensual en pesos, el 24.7% manifestó estar en el rango [1000,1517], el 26% entre [1518, 3034], el 20.8% entre [3035, 4551] y el 28.5% manifestó que su ingreso mensual era superior a 4552 pesos.

En relación a lo que piensan hacer al terminar la secundaria/preparatoria el 76% dice que piensa seguir estudiando y el 20.4% trabajar. Para continuar estudiando el 45.9 dice contar con el apoyo económico de su familia y el 13.1% piensa seguir estudiando con los recursos económicos que consiga trabajando. El 37.2% dice contar con el apoyo moral de su familia para continuar estudiando.



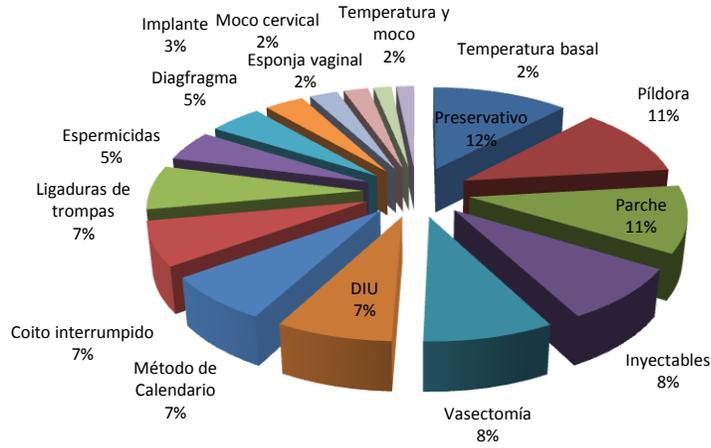
GOBIERNO FEDERAL

En la tabla 8 se registran las actividades que realizan los jóvenes en sus ratos libres. Las actividades que más realizan los jóvenes en sus ratos libres son acceder a las redes sociales (15.6%), oír música (15.1), salir con amigos(as) (13.7), ver TV (11.1), navegar en internet (10,6) y hacer deporte (10.4). A los hombres les gusta más realizar deporte que a las mujeres. La actividad de acceder a las redes sociales la realizan más las mujeres que los hombres y más los preparatorianos urbanos que los periféricos.

Actividades en ratos libres	Poblacion T.	Hombres	Mujeres	P.Periférica	P.Urbana	Secundaria
Redes sociales	15.60%	13.8	17	14.1	17.9	13.8
Leer	3.8	2.9	4.6	4.6	3.6	2.3
Deporte	10.4	15.7	6.5	11.4	10.5	7
Salir con amigos(as)	13.7	12.4	14.8	13.2	14.4	13.1
Ver TV	11.1	11	11.1	12.2	9.5	12.4
Cine	4	4.2	3.8	3	4.1	6.7
Internet	10.6	11.9	9.4	9.5	11.1	12.4
Visitar familiares	5.3	5.4	5.3	5.6	4.5	7
Nada	1.2	1.6	0.9	1.4	0.8	1.7
Estar con mi familia	9.2	7.1	10.6	9.7	8.7	8.7
Oír música	15.1	14	15.9	15.3	14.9	14.8

Tabla 8

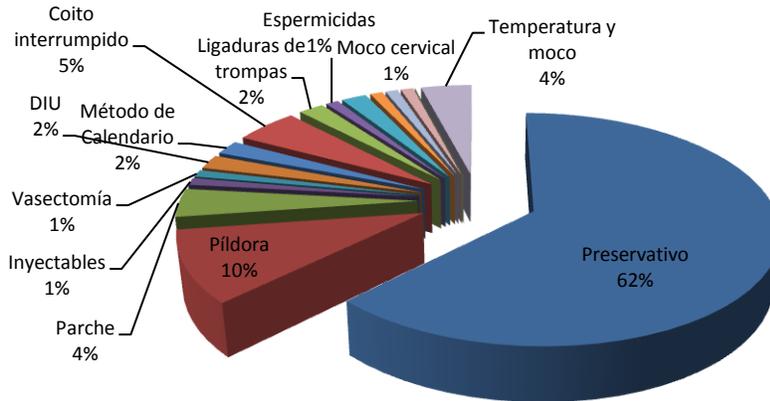
Metodos Conocidos por la Poblacion Total



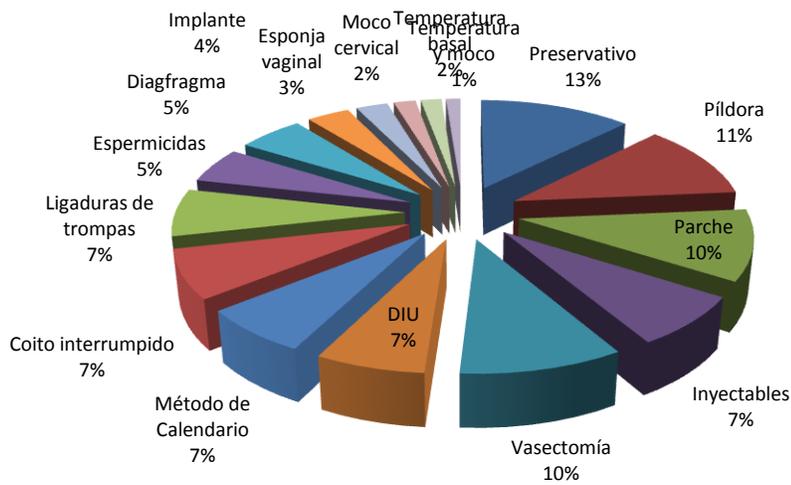
Metodos Usados por la Poblacion Total



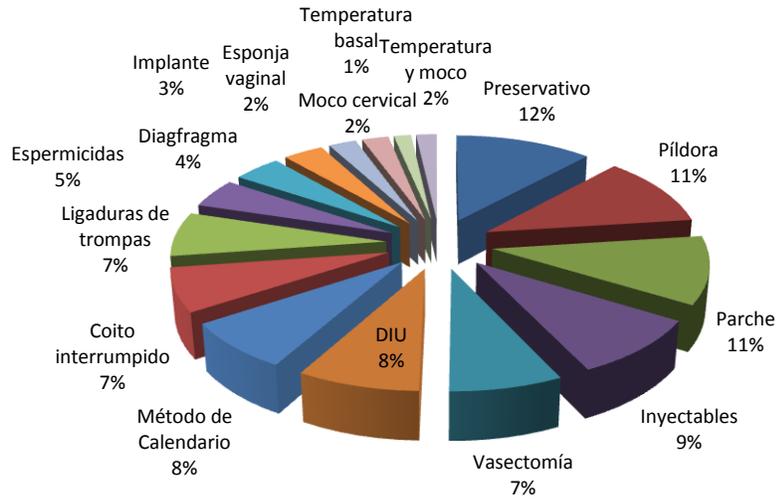
Métodos más utilizados por Hombres



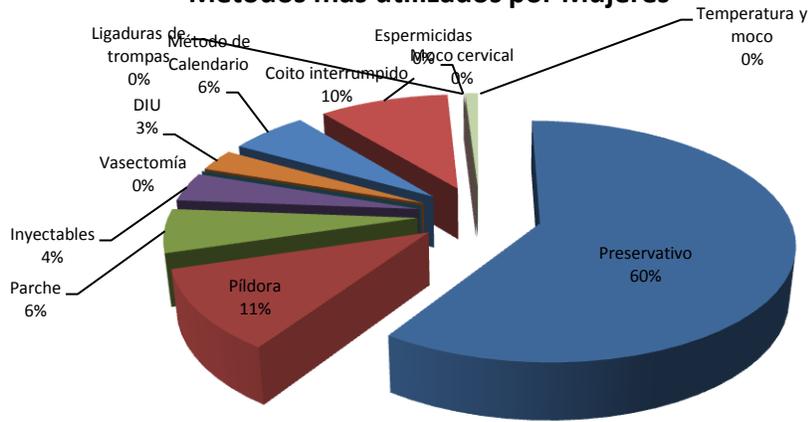
Metodos Conocidos por Hombres



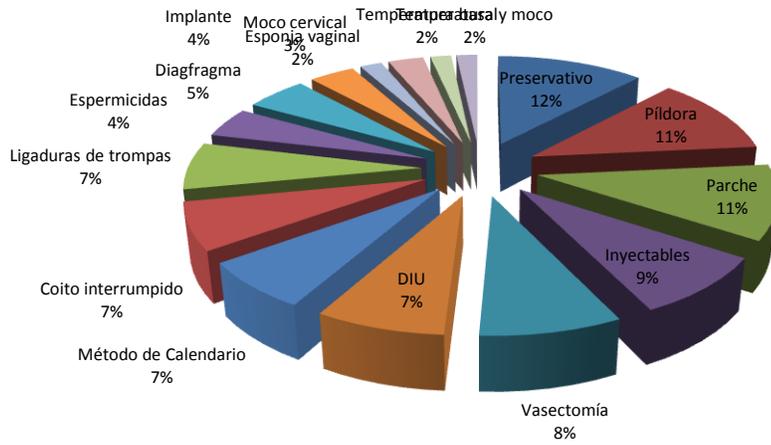
Metodos Conocidos por Mujeres



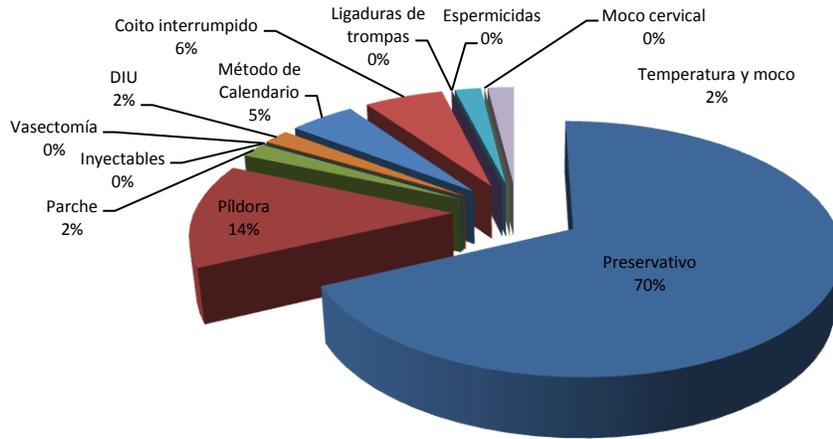
Métodos más utilizados por Mujeres



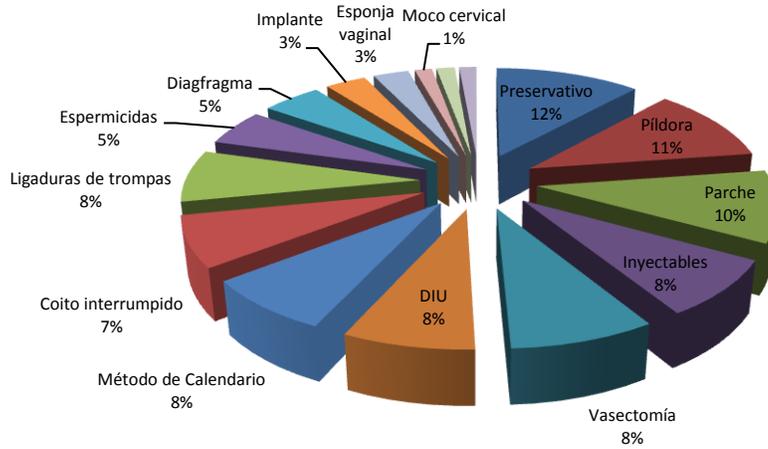
Métodos conocidos por la Población Periférica



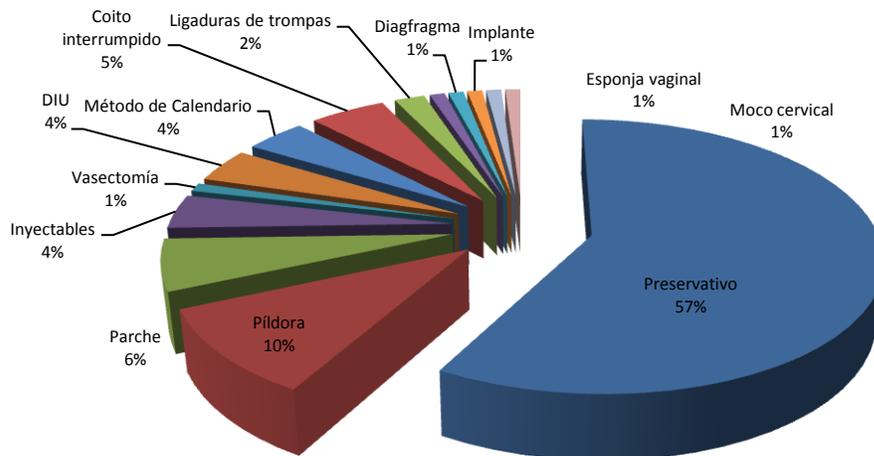
Métodos más utilizados por la Población Periférica



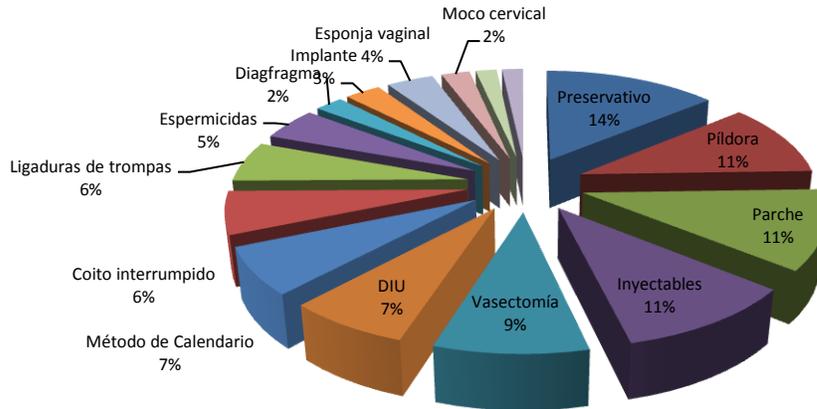
Métodos anticonceptivos conocidos por la Población Urbana



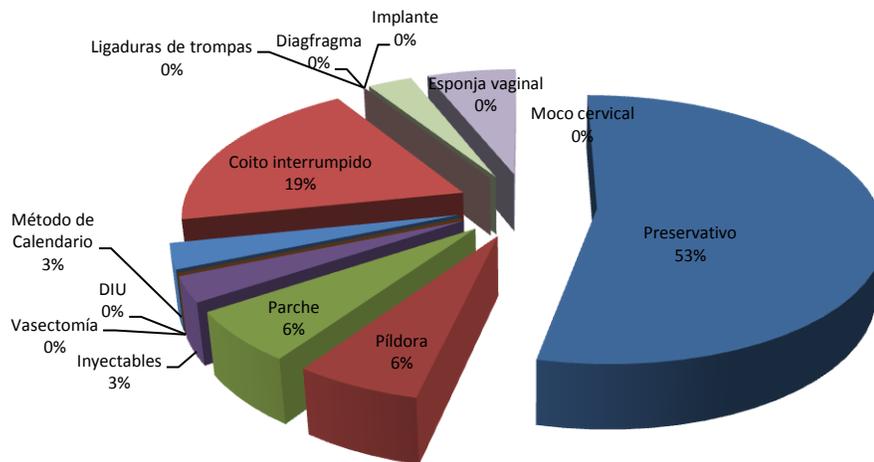
Métodos anticonceptivos más utilizados por la Población Urbana



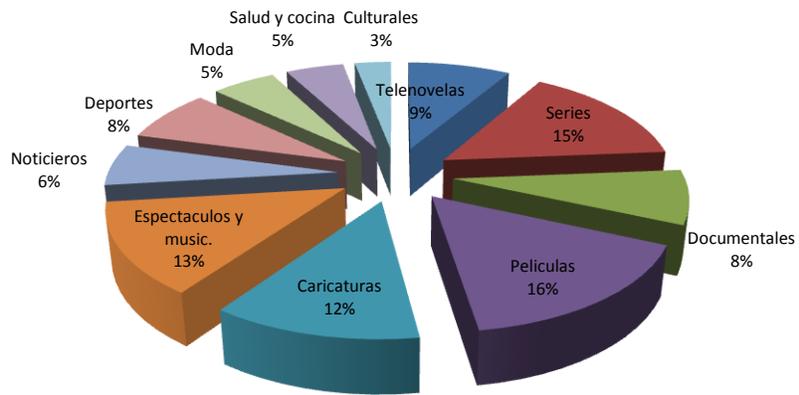
Métodos anticonceptivos conocidos por alumnos de Secundaria



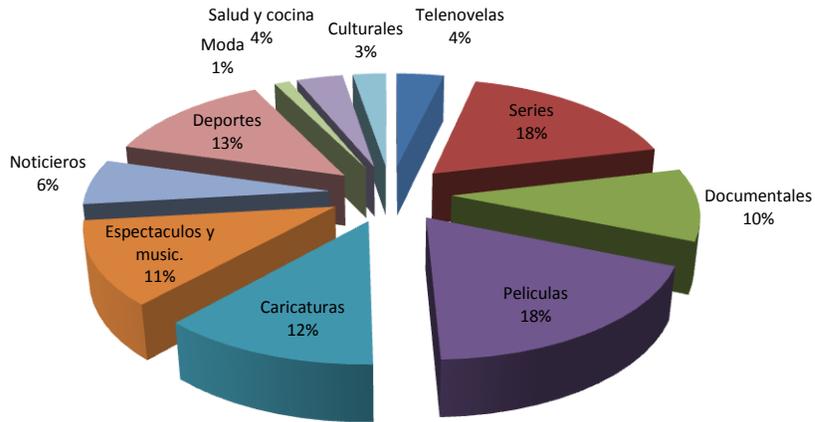
Métodos anticonceptivos más utilizados por alumnos de Secundaria



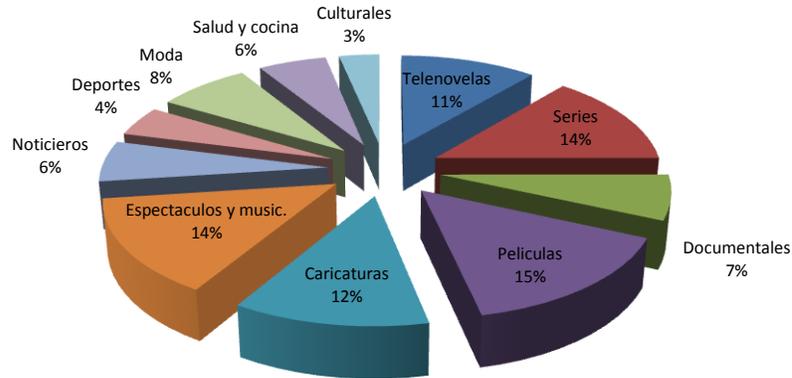
Programas de Televisión más vistos por Poblacion Total



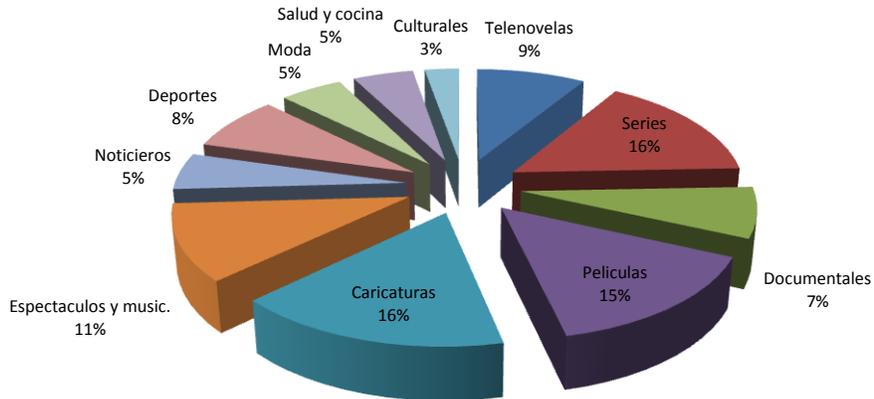
Programas de Televisión mas vistos por Hombres



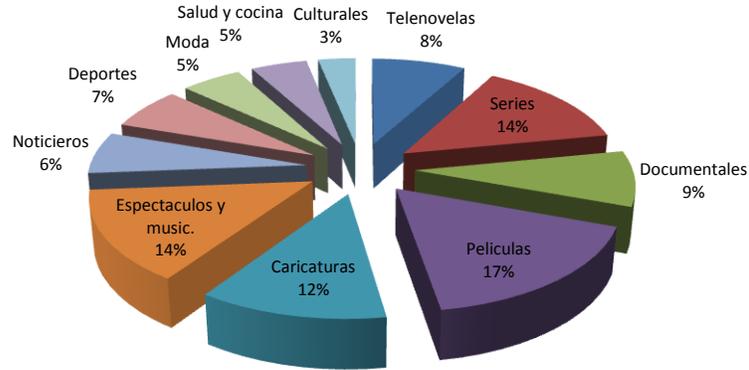
Programas de Televisión mas vistos por Mujeres



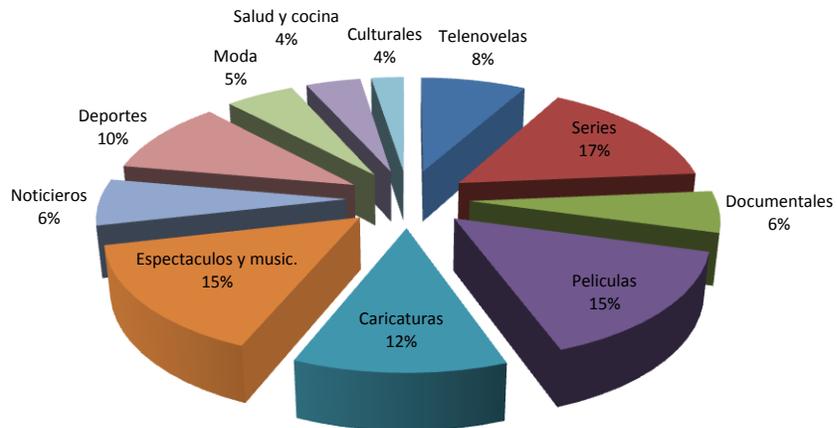
Programas de Televisión mas vistos por la Población Periférica



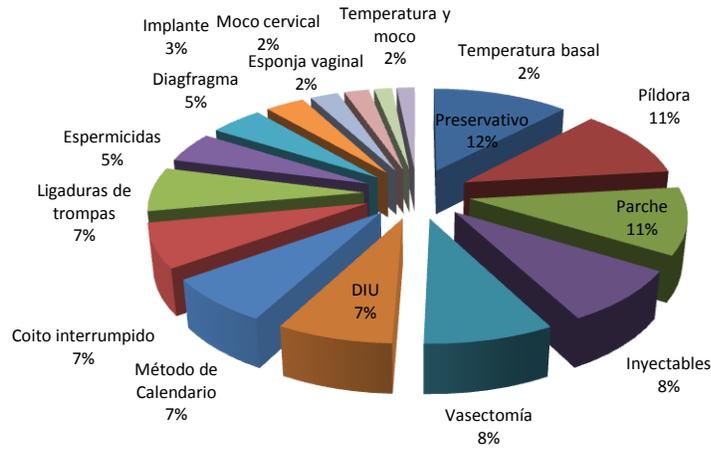
Programas de Televisión más vistos por la Población Urbana



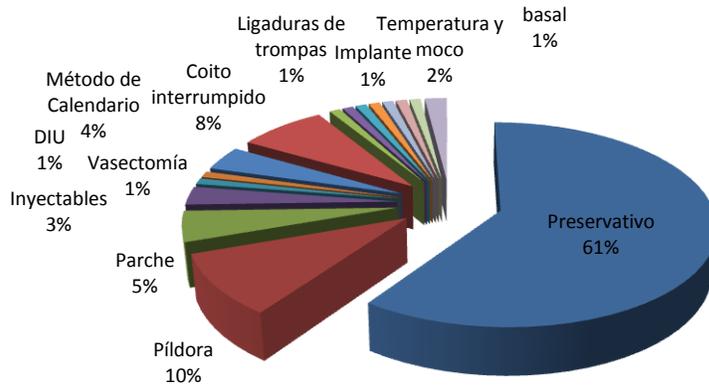
Programas de Televisión más vistos por alumnos de Secundaria



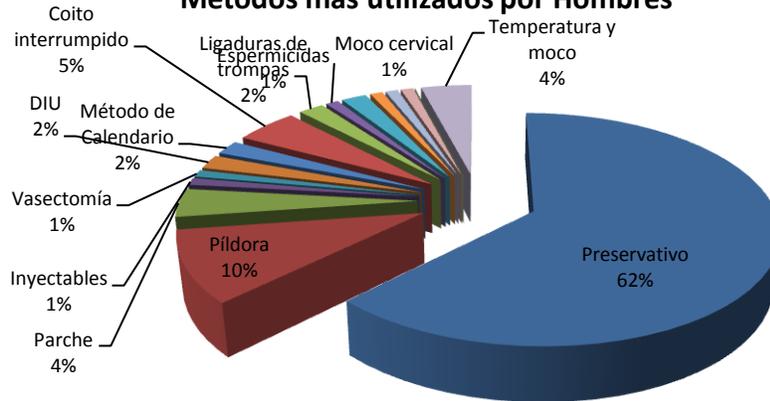
Metodos Conocidos por la Poblacion Total



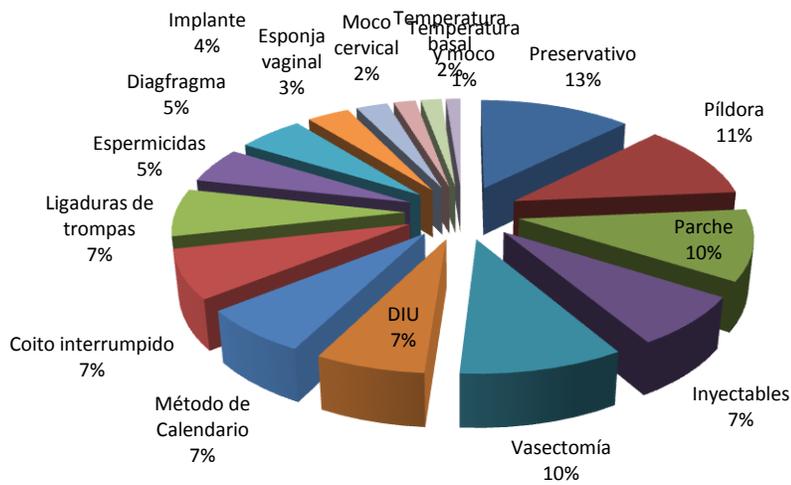
Metodos Usados por la Poblacion Total



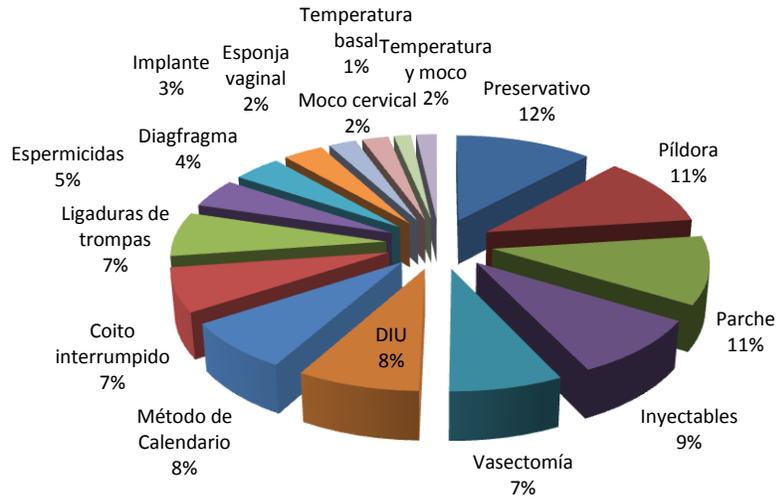
Métodos más utilizados por Hombres



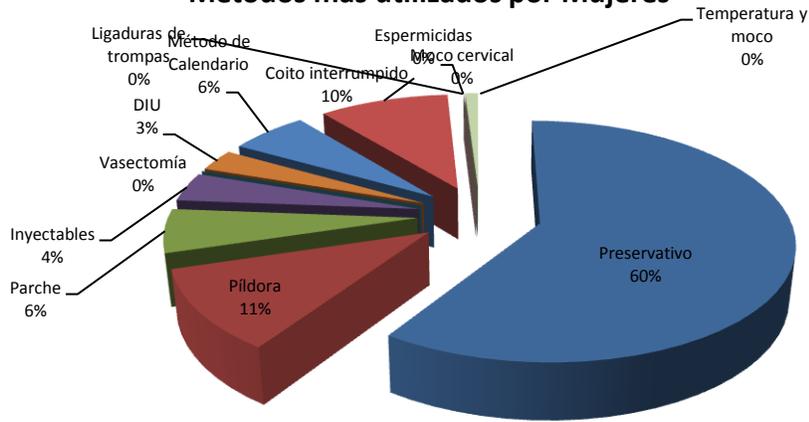
Metodos Conocidos por Hombres



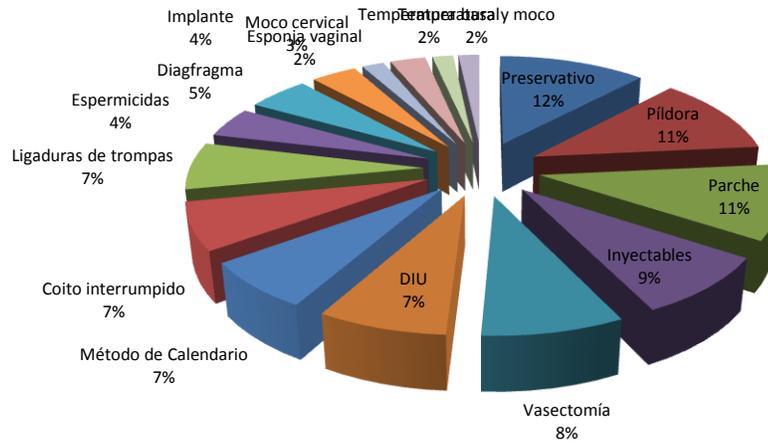
Metodos Conocidos por Mujeres



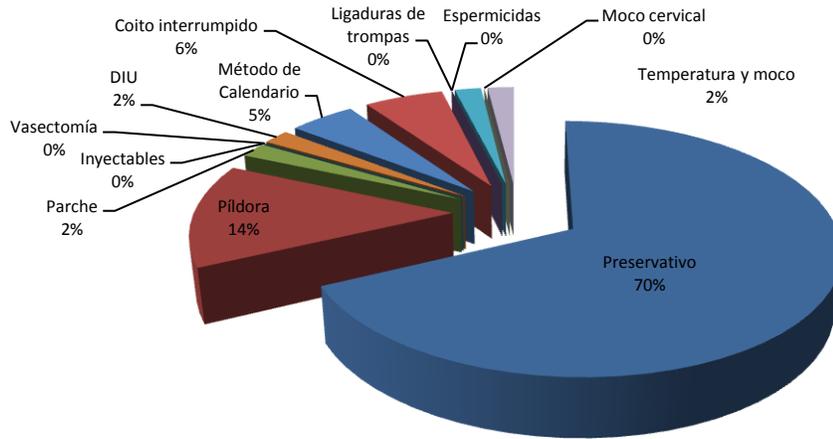
Métodos más utilizados por Mujeres



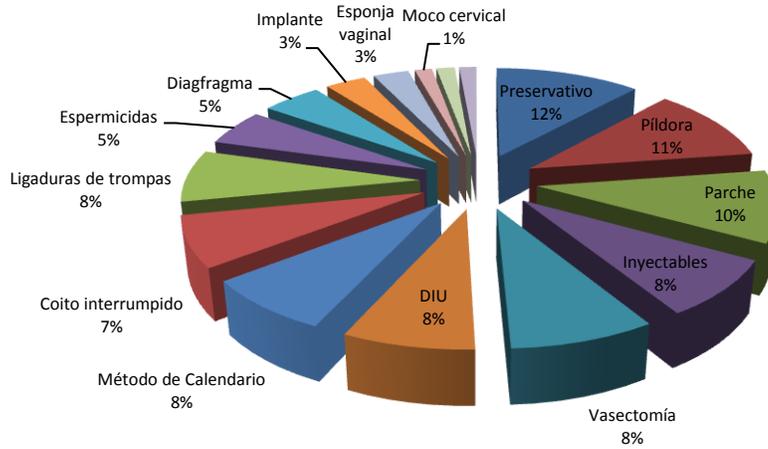
Métodos conocidos por la Población Periférica



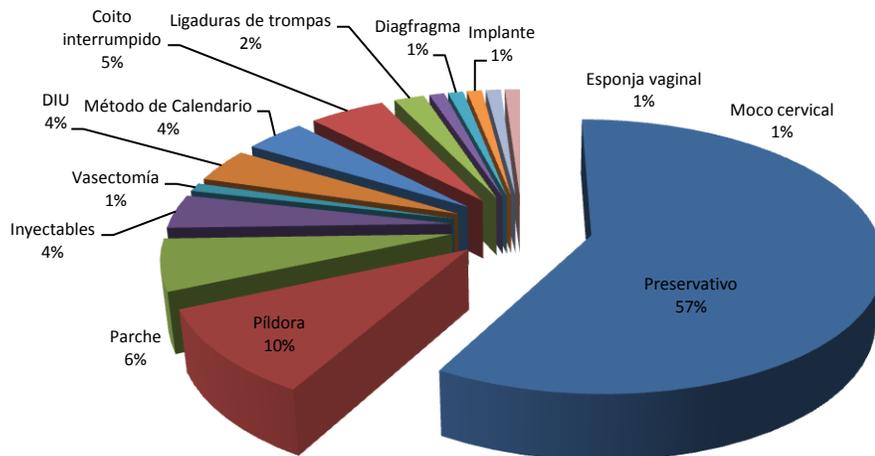
Métodos más utilizados por la Población Periférica



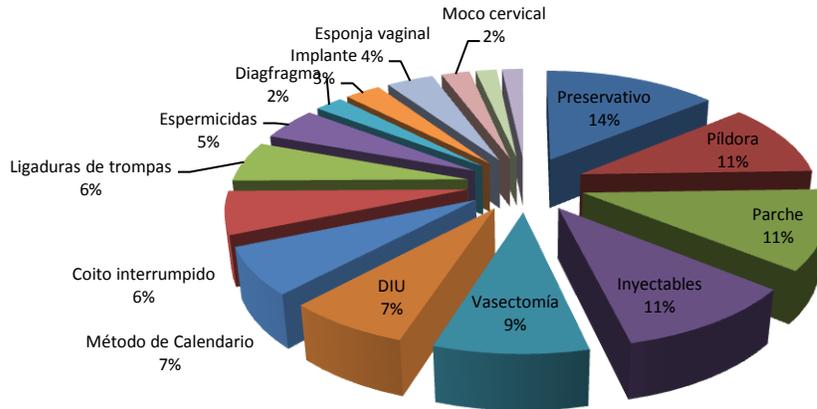
Métodos anticonceptivos conocidos por la Población Urbana



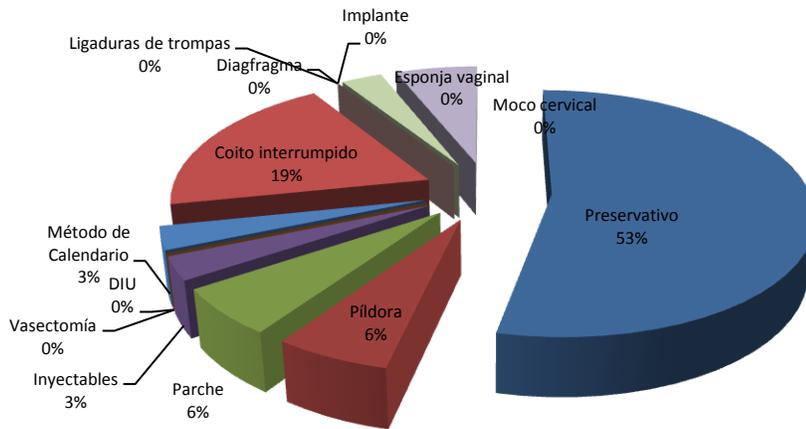
Métodos anticonceptivos más utilizados por la Población Urbana



Métodos anticonceptivos conocidos por alumnos de Secundaria

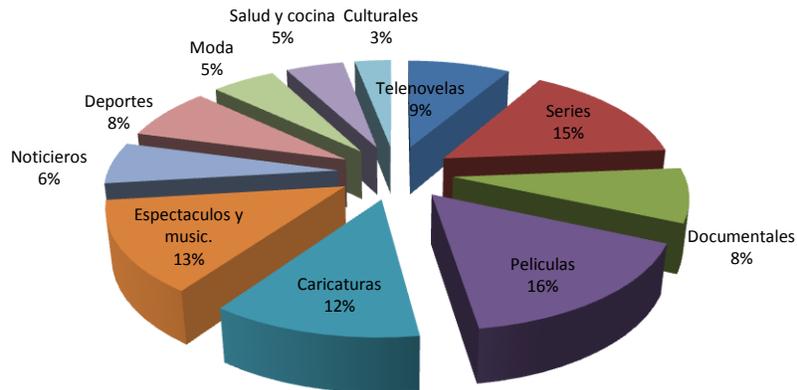


Métodos anticonceptivos más utilizados por alumnos de Secundaria

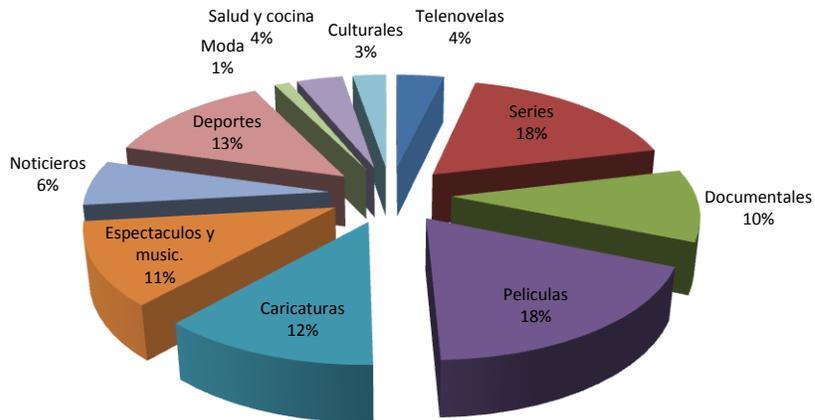


Graficas Tabla 4.

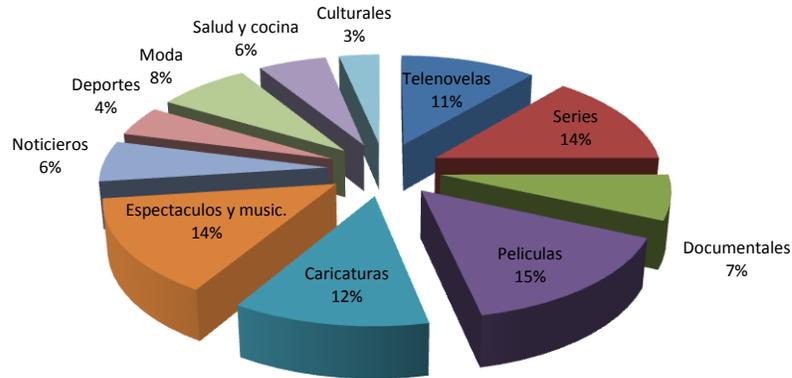
Programas de Televisión más vistos por Poblacion Total



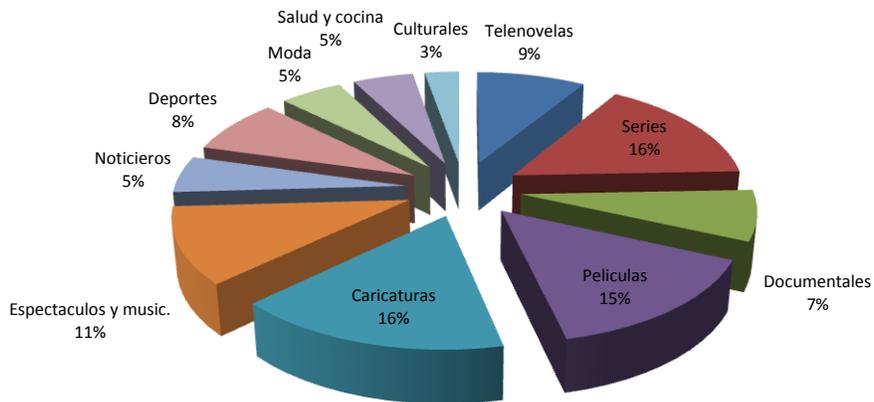
Programas de Televisión mas vistos por Hombres



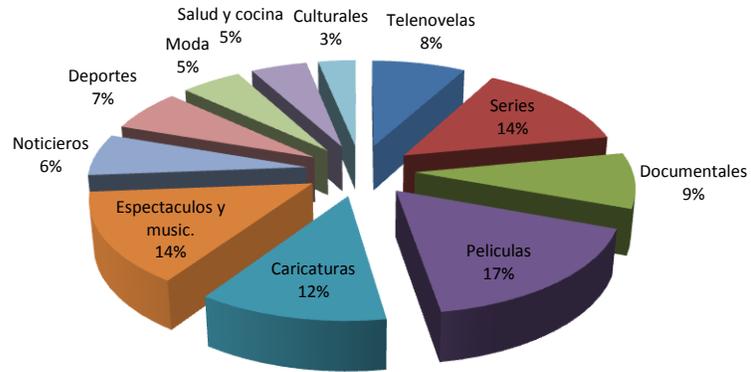
Programas de Televisión mas vistos por Mujeres



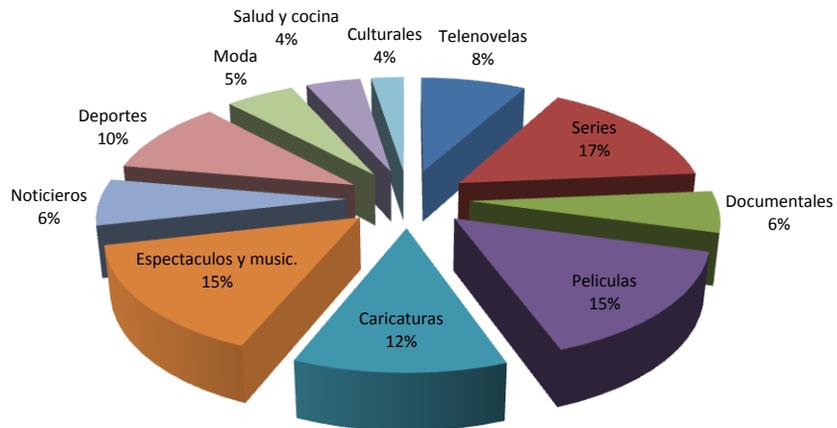
Programas de Televisión mas vistos por la Población Periférica



Programas de Televisión más vistos por la Población Urbana

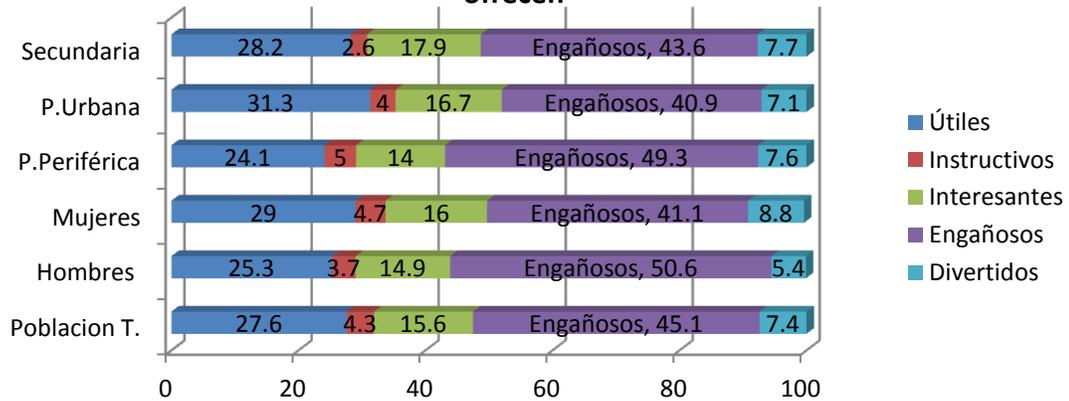


Programas de Televisión más vistos por alumnos de Secundaria

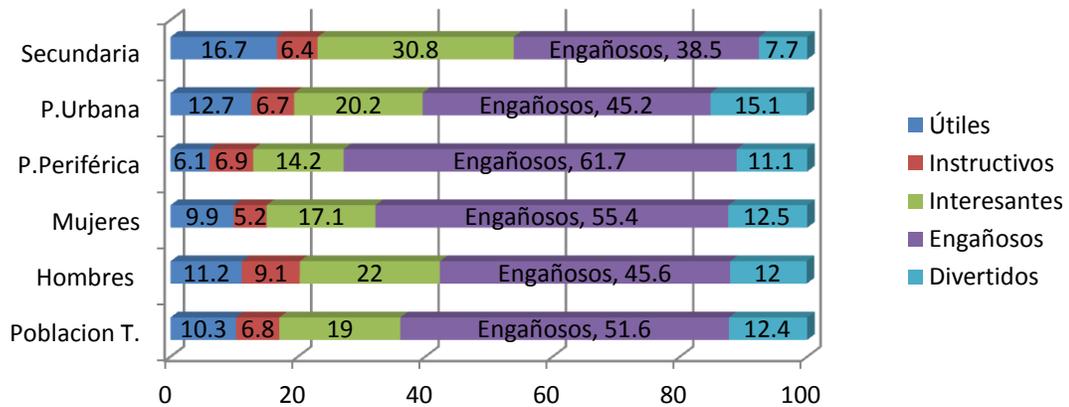


Graficas Tabla 4

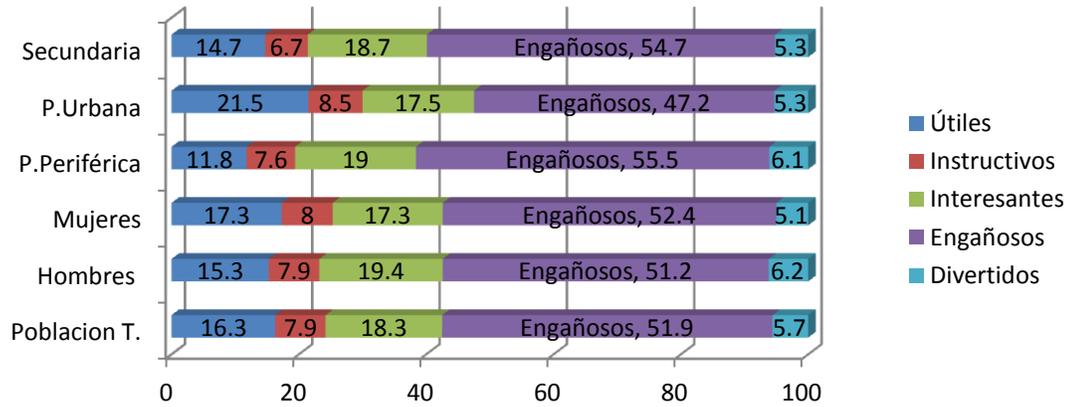
Opinion de la Población acerca de los comerciales del Hogar que se ofrecen



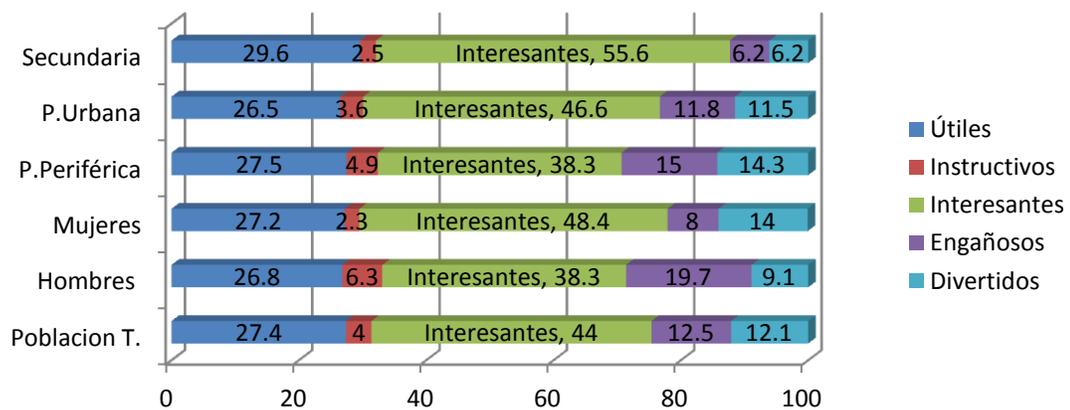
Opinion de la Población acerca de los comerciales de Bebidas Alcoholicas que se ofrecen



Opinion de la Población acerca de los comerciales de Consejos Espirituales que se ofrecen

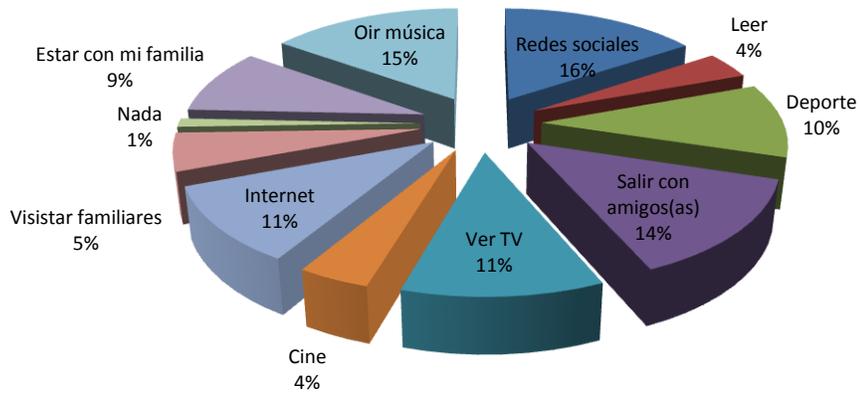


Opinion de la Población acerca de los comerciales de Ropa y Accesorios que se ofrecen

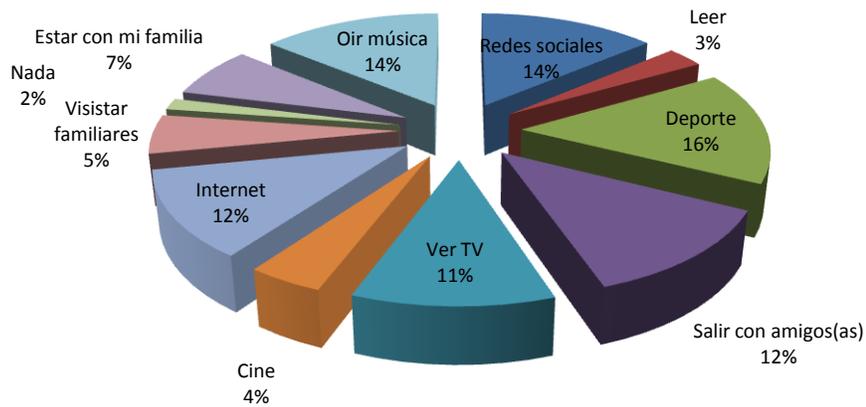


Gráficas de la Tabla 8

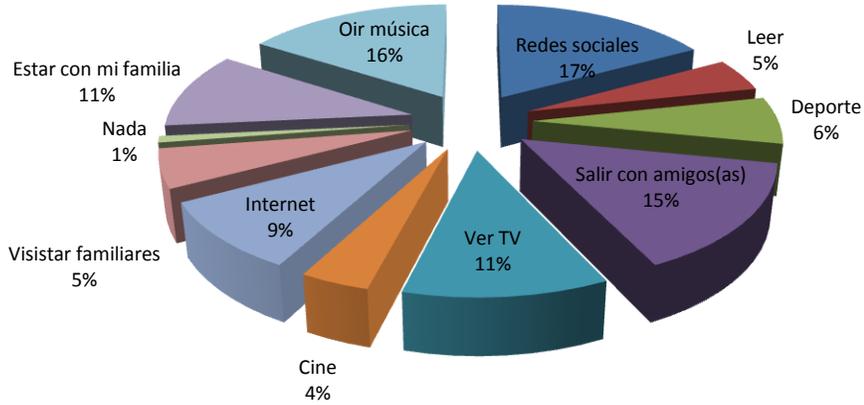
Actividades en ratos libres de la Poblacion Total



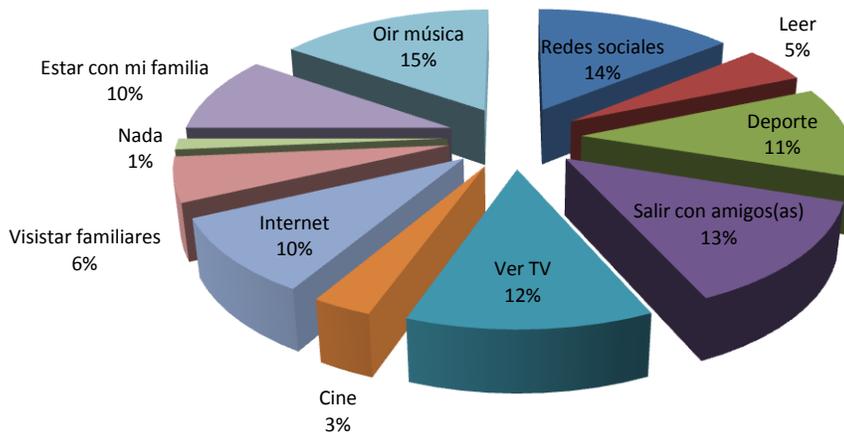
Actividades en ratos libres de los Hombres



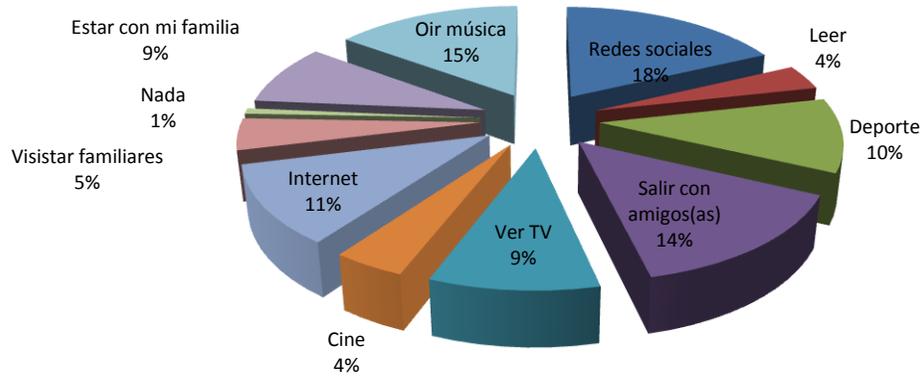
Actividades en ratos libres de las Mujeres



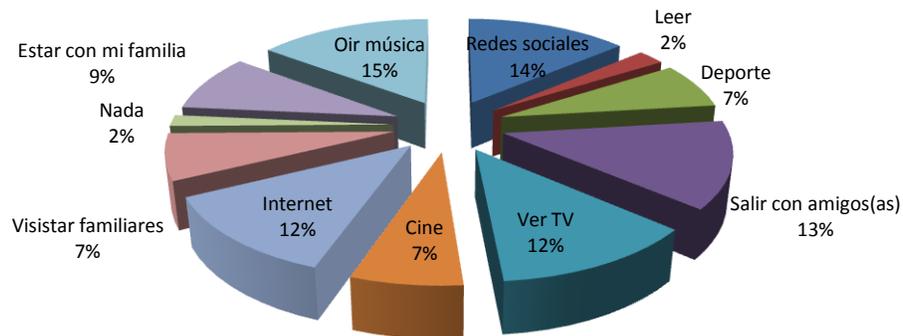
Actividades en ratos libres de la Población Periférica



Actividades en ratos libres de la Población Urbana



Actividades en ratos libres de los alumnos de Secundaria





REGISTRO DE OBSERVACIONES GRUPO FOCAL #1.

Durante la sesión estuvieron presentes nueve adolescentes, seis de ellas mujeres y tres hombres. Para comenzar se hizo la dinámica de presentación del equipo de trabajo con los y las adolescentes y posteriormente se presentaron uno por uno; así mismo se les explicó el motivo y el objetivo de su participación en la sesión; se les indicaron las reglas que se debían respetar y de igual manera se les comentó que la sesión sería grabada para fines de investigación. Al inicio los jóvenes se mostraron atentos, interesados y respetuosos a las indicaciones de la coordinadora.

En el desarrollo de la sesión los y las jóvenes expresaron que lo que ven con más frecuencia en la televisión son novelas, series, documentales y programas de música. Respecto al contenido sexual que hay específicamente en algunas telenovelas, la mayoría se mostró con actitud tolerante, sin embargo una joven mencionó sentirse preocupada por el efecto que puedan tener estos contenidos en caso de que un niño vea este tipo de telenovelas, idea con la que el resto del grupo estuvo de acuerdo. La coordinadora preguntó si consideraban que el ver programas con contenido sexual tenía efectos incitantes, a lo que se mostraron con vergüenza y dudosos en sus respuestas, la mayoría respondió de manera negativa, posiblemente por pena a responder de forma afirmativa.

Respecto a la posición de la mujer en las telenovelas, las y los jóvenes creen que es denigrante, ya que consideran que quien es la protagonista siempre es mala, interesada y ambiciosa; y cuando el papel de la mujer es de “bondadosa” la presentan como sumisa y abnegada. Además de que su apariencia física siempre es espectacular, proyectando así una imagen de la mujer “ideal”; la mayoría coincidió en que dicha imagen influye en la conducta de algunas adolescentes, buscando adoptar dicha imagen y comportamiento.

La mayoría de las y los jóvenes utilizan el internet para entretenimiento, principalmente para navegar en las redes sociales y escuchar y ver videos

musicales. Respecto a las redes sociales, específicamente “facebook”, consideran que tener una cuenta es cuestión de popularidad, así mismo tiene gran significado el número de amigos o contactos que se tenga. En cuanto a la música que más escuchan mencionaron corridos, banda y baladas; llegaron a la conclusión de que la música la escuchan por el ritmo y la moda, no tanto por la letra de las canciones.

Las y los jóvenes consideran que cuando una de sus compañeras resulta embarazada no es por falta de información, ya que en la escuela se les educa acerca del tema, pero hay quienes no aprovechan esta información y por ello aun habiendo muchos métodos para prevenir el embarazo resultan embarazadas.

Los y las jóvenes de nuestro grupo de enfoque mencionaron que esto es porque:

- “La calentura las traiciona”.
- Se dejan influenciar por el hombre que no quiere usar condón.
- Se dejan presionar por el hombre.
- Consideran que la responsabilidad es de los dos, no sólo de la mujer.
- Sobre todo consideran que es una cuestión de amor propio.

Mientras que exponían sus puntos de vista, se mostraban frustrados porque para ellos y ellas se trata de cuestiones tan obvias y sencillas pero para los y las demás no lo es.

Así mismo manifestaron que de resultar embarazada una de ellas se sentirían:

- Mal porque cambia su vida.
- Tendrían que ser más responsables.
- Se sentirían tontas.
- Ya no iban a poder hacer lo mismo.

Ideas con las que la mayoría estuvo de acuerdo.



En el análisis de la canción “Loca” de la cantante Shakira, lo que las y los adolescentes respondieron que igual la escuchan por moda y no tanto por la letra, ya que en la canción se refleja a dos mujeres que están compitiendo por un hombre y cómo quien tiene las de ganar es la más lanzada y atrevida.

En el análisis del video “Te estoy engañando con otra” del grupo musical Calibre 50, las actitudes fueron muy variables; cuatro de ellos estuvieron muy atentos al video, dos de ellos se mostraron tímidos, dos se mostraron indignadas y uno se mostró risueño y cantando.

Finalmente en grupo se mostraron indignados porque les parece una letra ignorante, además de que denigra a la mujer, creen que la mujer es un objeto sexual, ponen en duda su capacidad de inteligencia, consideran que la mujer generalmente es vista de dos maneras: esposa=tonta y amante=objeto.

Para finalizar la sesión se les preguntó concretamente si consideraban que los medios audiovisuales influyen en su toma de decisiones sobre su sexualidad, a lo que contestaron que influye en las y los jóvenes que no tienen una personalidad definida y que tienen una baja autoestima.



REGISTRO DE OBSERVACIONES GRUPO FOCAL #2

El grupo estuvo formado por cinco adolescentes mujeres, se inició presentando al equipo de trabajo y el objetivo con el que se estaba ahí. Posteriormente se presentaron las cinco integrantes, se les explicó cómo sería la dinámica y las reglas de la sesión, igualmente se les informó que sería grabado para fines de investigación.

Al inicio se mostraron atentas e interesadas a las indicaciones que daba la coordinadora, sin embargo, se pudo percibir manifestaciones de preocupación e incertidumbre, pues sus posturas corporales eran rígidas y sus brazos cruzados, actitud que durante el desarrollo de la sesión fue cambiando, pues se iban sintiendo en confianza, manifestándola con escucha y participación activa, mostrando seguridad en sus respuestas y manteniendo contacto visual con la coordinadora.

Las adolescentes comentaron que usan la televisión como medio de entretenimiento y lo que más frecuente ven son: deportes (los Panamericanos), espectáculos, documentales, moda y música. La mayoría estuvo de acuerdo en que los medios audiovisuales influyen en la toma de decisiones, cuatro de ellas respondieron afirmativamente y sólo una respondió que depende de la religión e ideas de cada persona.

Cuando se les preguntó porqué aun habiendo tanta información acerca de los métodos anticonceptivos había tantas jóvenes embarazadas, dos de ellas se mostraron tímidas, el resto contestó que por falta de madurez y porque hay demasiada información errónea, además de que no son informadas por quienes deberían de ser. Cuatro de ellas consideran que quien sale embarazada es porque es inmadura y una de ellas dijo que si era lo que había querido pues estaba bien.

Respecto a su opinión de los contenidos de la televisión, creen que en las telenovelas siempre hacen ver que la mujer sin el hombre no es nada, que la buena siempre es la sufrida y la mala la más astuta e inteligente. Al manifestar esto se mostraban en total desacuerdo, con gestos y tonos de voz de indignación.

A diferencia del grupo focal #1, las chavas mencionaron que escuchan la música por su letra, no por moda ni sólo bailar.

Al analizar la letra de la canción “Loca” de la cantante Shakira, mostraron indiferencia, primero que nada a la artista, no les parece que sea tan popular como antes, porque creen que ha caído en el exhibicionismo y la monotonía, por lo cual sus canciones ya no les llama la atención, así que mencionaron que ni siquiera le habían puesto atención a la letra, pero ahora que la entienden se dan cuenta que no tiene lógica y que además es un tanto agresiva, ya que compite una mujer con otra por un hombre, lo cual les parece humillante.

Al mencionarles que íbamos a analizar el video de una canción del grupo Calibre 50, con sólo mencionar qué canción era, se presentaron expresiones de intolerancia y coraje. Mientras que transcurría el video, una de ellas lo miraba de manera analítica y seria; otra con mucho coraje pues ni siquiera volteaba a ver el video, por lo contrario se puso a dibujar y mostraba ansiedad con sus movimientos corporales; otra de ellas estaba realmente sorprendida por la letra de la canción y el contenido del video, y la otra sonreía repentinamente como signo de intolerancia a lo que escuchaba y veía y otra de ellas mostró indiferencia mirando el video de vez en cuando y comentando con la compañera de al lado.

Al final comentaron que les parecía que las mujeres del video era vulgares, que se les hacía una alabanza a los hombres que engañaban a su mujer y que además



hacían que fuera bien visto que el hombre someta a la mujer. Se mostraron muy indignadas y con coraje.

Las adolescentes creen que en la mayoría de las mujeres no influyen los medios audiovisuales, pero que en la mayoría de los hombres sí, pues lo que vende la televisión es el hombre con dinero, carros de lujo, drogas y mujeres; piensan que la mayoría de los hombres pierden el interés en sus metas profesionales, porque prefieren las cosas fáciles, por seguir este modelo que se ve en los medios como el ideal.



GOBIERNO
FEDERAL



INstituto
Nacional
de Mujeres



Cerca de ti.
INSTITUTO SUBCALIFORNIANO DE LA MUJER



Vivir Mejor

EL GRUPO FOCAL DE EXPERTOS estuvo conformado por una maestra de secundaria, una maestra de semiótica con formación en ciencias sociales, una antropóloga, una psicóloga clínica con estudios de sexualidad, una filósofa y un doctor en filosofía con formación de psicólogo. En general se mostraron atentas y atento y con disposición a participar en la discusión académica. La sesión transcurrió en un ambiente de respeto y hasta hubo algunas bromas pero siempre con actitud de formalidad y asumiendo la responsabilidad que les otorgamos al invitarlos a participar en la investigación. Resulta interesante comentar que de las cinco invitadas mujeres, cuatro tres fueron madres adolescentes y una es hija de madre adolescente.

La maestra fundó sus opiniones básicamente en anécdotas y tuvo lo que podría definirse como ideas anticuadas, pues sus comentarios iban a favor de evitar las relaciones sexuales a temprana edad, al ejercicio de la abstinencia como recurso para no embarazarse porque a final de cuentas, las adolescentes no saben si se van a casar con el muchacho que es ahora su pareja. Así también habló de la importancia de informar sobre el futuro problemático que les espera si salen embarazados. También se mostró a favor de resolver todas sus dudas en cuanto a sexualidad.

La maestra de semiótica así como la antropóloga tuvieron posturas parecidas, fueron un tanto rígidas con respecto a que los medios no influyen en el comportamiento sexual de las y los adolescentes, comentaron que no se les debe prohibir tener relaciones sexuales a temprana edad porque sería ir en contra de su desarrollo biológico y que no debemos satanizar a los medios, que es responsabilidad de la familia y la escuela. La de semiótica comentó que el gobierno, para atender estas cuestiones sigue usando los mismos procedimientos sin obtener los resultados esperados. Otro asunto en el que coincidieron fue que las escenas de sexo que pasan en la televisión las consideran “ñoñas”, poco excitantes porque no se parecen en nada a la realidad pero aquí vale la pena hacer un poco de hermenéutica desde la psicología porque como adultos que somos ya no nos parecen eróticas esas escenas porque



sabemos por experiencia que una relación sexual va más allá de lo que se muestra en pantalla pero para un adolescente pueden resultar muy incitantes por su falta de experiencia, porque aunado al “tsunami” de hormonas y la curiosidad por experimentar y “demostrar que se puede comer al mundo” esas escenas le parecen muy intensas. Es como cuando a un niño le causa sonrojo ver una caricatura de una mujer semidesnuda; es decir, no podemos olvidar ver el fenómeno desde la perspectiva adolescente, que está en su despertar sexual, cuando no saben aún la infinidad de sensaciones y posturas que implican las relaciones sexuales, por lo que esas escenas “ñoñas” les son incitantes y excitantes. Por otro lado, no se comentó acerca de la pornografía que fácilmente ven en internet y que no es “ñoña”; sólo comentaron que es natural que en algún momento la experimentemos pero que llega a haber un hartazgo y la dejamos a un lado. Este tema también puede ser analizado desde la visión psicológica pues dependerá de las experiencia de cada persona, así como de sus hábitos

Para la antropóloga realmente no es un problema, los embarazos tempranos han existido siempre pero ahora se le considera un problema porque no se casan jóvenes y porque representa una explosión demográfica y gasto público. Dos temas que queremos rescatar porque nos parecen muy relevante para nuestra investigación son, en primera que comentó que está en contra de que el Estado deba intervenir para defender la sexualidad de las adolescentes ¿dejando de lado la sexualidad de los adolescentes? Y en segunda, comentó que el Estado no debe partir de generalidades como cuando se dice “sí hay influencia de los medios en el comportamiento sexual” porque a final de cuentas habría que preguntarnos ¿por qué se embaraza una adolescente? y las respuestas son muchas y variadas. No se trata de prohibir sino de informar. Sintetiza al opinar que se trata de un asunto generacional, pues los adultos hacemos nuestra función de preocuparnos por lo que les pasa a las nuevas generaciones, vaya, hasta se entendió como si los adultos buscáramos problemas en la juventud que no puede ser mejor que nosotros.



Por su parte, la psicóloga clínica se mantuvo con una actitud de escucha y no manifestó claramente su postura con respecto a si influyen o no los medios, más bien explicó que la educación sexual que maneja la Secretaría de Educación Pública es una versión muy reducida de lo que es la sexualidad pues sólo considera la parte de la reproductividad y, a lo mucho algo de fisiología pero no toca temas sustanciales como lo relacionado con el erotismo y el amor; asuntos que a final de cuentas son los que están enmarcados en las actitudes y las valoraciones morales que nos hacen decidir un comportamiento u otro en la relación con los otros.

Tanto la filósofa como el filósofo con formación psicológica tuvieron posturas similares, incorporaron con mucha más relevancia otros factores como la escuela, la familia, la lógica de la moral y la libertad, así como la propuesta de educar desde la estética para que cada persona tome de manera autónoma las decisiones que le convengan. Fueron explícitos en decir que cuando hay carencias en la educación tanto formal como informal, los medios pueden llegar a influir mucho en el comportamiento. También sacaron la importancia de las metas como factor decisivo en la toma de decisiones. Muchas veces no existe la información sexual adecuada pero si se forma a la persona con una visión de futuro hacia el logro de metas, es mucho más probable que tenga control de sí mismo, de sus conductas y que en algún momento que esté viviendo situaciones de riesgo, haga un alto y reflexione en torno a lo que quiere y está dispuesto a no perder.

Al término de la sesión se pudo percibir como un estado armónico de ideas en cuanto a lo que le compete hacer a la educación porque si el adolescente introyecta la información tal cual la recibe de los medios, no sabrá distinguir entre un valor y otro, es necesario filtrar mediante la intervención de una educación de calidad lo que aparece en los medios para que la persona, mediante un acto volitivo, decida qué pauta seguir.

ANÁLISIS DE RESULTADOS CUALITATIVOS

Lo primero que hicimos fue leer varias veces las fuentes de datos que obtuvimos, tanto las cuantitativas (a través de los cuestionarios aplicados a las y los adolescentes) así como las cualitativas (grupos de enfoque de adolescentes y expertos, y la teoría existente). Se hizo una codificación abierta y se fueron comparando, primero entre los grupos focales, luego estos con los códigos *in vivo*, luego con las estadísticas que resultaron de los cuestionarios y finalmente con la literatura del tema. De esta comparación constante fue emergiendo la teoría. Con respecto a la recolección de datos, seguimos la postura de Dick (2005) que recomienda tomar notas y tener el control de estas mediante las grabaciones. Cuando se llegó a la saturación teórica, obtuvimos los siguientes **conceptos**:

Programación televisiva: que se refiere al tipo y calidad de los contenidos que muestran los diferentes programas que con mayor porcentaje ven las y los adolescentes.

Cadenas de televisión abierta: que resultó con predominancia en los cuestionarios que respondieron las y los adolescentes, por su relación directa con la moral imperante en la cultura mexicana y porque su análisis desde la legalidad nos permitió comprender e interpretar muchos de los contenidos mostrados en la programación tanto de Televisa como de Televisión Azteca.

Música: se refiere al tipo y calidad de música que escuchan las y los adolescentes.

Internet: se trata de las actividades que hacen cuando navegan por internet, horarios y hábitos relacionados con el uso de esta tecnología.

Estereotipos: en este concepto incluimos todos los datos relacionados con el manejo de los roles culturales de hombre y de mujer y su correspondiente paternidad y maternidad, así como las manifestaciones de su sexualidad.

Influencia: nos remite directamente a responder nuestra pregunta central y materia de objetivo de nuestra investigación: ¿Influyen los medios audiovisuales de comunicación en el comportamiento sexual de las y los adolescentes?

Educación/Formación: concepto muy ligado al anterior porque en muchos datos estaban íntimamente relacionados, en una relación indirectamente proporcional.

Hábitos: relativo a los hábitos de vida que manifestaron las y los adolescentes, por su relación con el tiempo que pasan viendo televisión, internet o escuchando música.

Edad: un pequeño concepto que surgió al sacar datos relativos a características propias de la edad por la que atraviesan las y los adolescentes, y que de alguna manera utilizaron para justificar comportamientos. Hubo pocos datos pero muy relevantes por su implicación en la influencia de los medios.

Infecciones de Transmisión sexual: hasta dónde es asunto que las y los contiene para no tener relaciones sexuales. En un dato solamente surgió este concepto pero no deja de tener impacto precisamente por su carencia.

Religión: los referidos específicamente a posibles influencias de la religión en el comportamiento sexual de las y los adolescentes.

De los conceptos anteriores, se sacaron las siguientes **categorías** con el fin de cumplir con los criterios de parsimonia y alcance:

Influencia: como categoría central.

Medios: en la que se incluye la televisión (los consorcios y la ley, así como la calidad de los contenidos), internet (y la ley que lo regula o, mejor dicho, la ausencia de la ley), la música y los estereotipos.

Educación/Formación.

Hábitos de vida de las y los adolescentes.

Otras influencias: religión e infecciones de transmisión sexual.

Para dar paso a la teoría sustantiva, las proposiciones se construyeron de acuerdo al siguiente cuadro de relaciones semánticas:

De Jerarquía	De Encadenamiento	De Racimo
parte-todo (símbolo: p)	sucesión (símbolo: s)	analogía (símbolo: a)
tipo (símbolo: t)	causa-efecto (símbolo: ca)	característica (símbolo: c)
		evidencia (símbolo: e)

Quedando como proposiciones organizadas en el siguiente paradigma:

Elemento	Descripción
Fenómeno	Los medios audiovisuales influyen en los altos índices de embarazo adolescente.
Condiciones causales	Los medios audiovisuales influyen en el comportamiento sexual de las y los adolescentes cuando: A. Hay carencias en la educación de la escuela y de casa. B. Los hábitos propios de la adolescencia los incitan a tener relaciones sexuales tempranamente. C. La religión y el temor a las infecciones de transmisión sexual frenan su comportamiento.
Contexto y condiciones intervinientes	D. La falta de una legislación que regule los contenidos de la televisión abierta, cerrada e internet. E. La producción y reproducción de estereotipos que se transmiten desde los medios y la cultura en general. F. La tendencia a sobreestimar las capacidades de las y los adolescentes para incorporarlos a la economía consumista, en la que la figura de autoridad del adulto queda relegada.
Estrategias de acción/intervención	Preocupación por investigar el fenómeno a fondo con el fin de establecer políticas públicas encaminadas a la mitigación del problema.



GOBIERNO FEDERAL

Elemento	Descripción
Consecuencias	Como consecuencias sociales del fenómeno: G. Mayor tasa de morbilidad en madres adolescentes y en sus hijos. H. Mayor pobreza en la localidad. I. Mayores índices de jóvenes con problemas escolares, de depresión, alcoholismo, drogadicción y abandono de hijos. Fractura social por la falta de una eficiente funcionalidad educativa.

Este paradigma nos da la línea narrativa a seguir en la redacción de conclusiones que suceden a esta explicación.

Los problemas que el fenómeno de embarazo adolescente trae a la sociedad en general, independientemente incluso de sus índices en las estadísticas de fecundidad, van desde fracasos y deserción escolares hasta el impacto en el aumento de la pobreza de la población, pasando por padecimientos emocionales tales como depresión o incidencia al alcoholismo y a la drogadicción y abandono del hijo o la hija.

La siguiente redacción es un esfuerzo por hallar similitudes y diferencias en cada uno de los elementos de nuestro paradigma narrativo, comparando las fuentes cuantitativas y las fuentes cualitativas, dentro de éstas: memos de los grupos focales 1, 2 y el de expertos, la programación televisiva y la literatura seleccionada del tema.

La influencia de los medios audiovisuales en el comportamiento sexual de las y los adolescentes.

En los datos estadísticos apenas un 2% de los entrevistados dijeron que la televisión influye mucho en su comportamiento sexual, en cuanto a internet, el 4%, y resultó que la televisión y el internet tienen mayor influencia que la religión. Entonces la influencia va de mayor a menor: internet, televisión y religión.

En el grupo focal 1, cuando se les preguntó si consideraban que los contenidos sexuales tenía efectos incitantes, de inicio se mostraron dudosos y con cierta vergüenza respondieron que no, tal vez por la misma pena pero más adelante de la discusión dijeron que muchas compañeras sí se dejan influir por ciertas imágenes buscando adoptarlas por la búsqueda de popularidad. Una de ellas dijo que aunque no lo reconozcan, la mayoría de las mujeres imitan a las que salen en la televisión. Comentaron que al alto contenido sexual no está encaminado como debería, que causa confusión en los niños. Los comerciales de condones, cuando ven la cara de satisfacción de la anunciante, te hace pensar: ¿y por qué yo no? (dijo una participante con tono de que nada le puede impedir sentir eso también). Sí se identifican con situaciones que pasan en las telenovelas las muchacha y uno joven dijo identificarse con Patricio, un personaje de la caricatura Bob Esponja. Concluyó la mayoría del grupo que sí influye pero en las y los jóvenes que no tienen una personalidad definida y que tienen baja autoestima; en el caso de ellos y ellas, tienen clara que la influencia es de leve a moderada porque a final de cuentas tienen control sobre sus impulsos sexuales, tienen metas.

En el grupo focal 2, igual que el 1, tuvieron más acuerdos que desacuerdos pero en este grupo (de puras mujeres) cuatro de cinco respondieron al instante y afirmativamente en cuanto a la influencia de los medios y la quinta dijo que depende de la religión y las ideas de cada quien; lo que significa que en su respuesta metió dos filtros más (ya teníamos uno del grupo focal 1: baja autoestima). Consideran que influye en muchas adolescentes porque quieren experimentar lo que están viendo y se dejan llevar. Comentan que hay muchachas que tienen una mentalidad de antes al decir que se tienen que entregar al hombre para conquistarlo. La publicidad sí influye. Es notable destacar que este grupo de mujeres dijo que en los hombres tienen mayor influencia, porque la televisión les muestra una imagen de hombre exitoso, con dinero, alcohol y mujeres, y los hombres persiguen esa ilusión. Este comentario no deja de ser sexista y suponemos que si hubiera habido un hombre en el grupo, tal vez se hubiera dado



una discusión. Al igual que el grupo 1, les preocupa lo que ven los niños. Comentaron que hay muchas muchachas embarazadas y más en el turno vespertino.

En el grupo focal de expertos hubo más desacuerdos que acuerdos, se polarizó la opinión en cuanto a la influencia de los medios en el comportamiento sexual y al final se dejó ver un ligero haz de acuerdo grupal. Se habló de que la relación medios-espectador no es unidireccional, lo que hace relativo al fenómeno, que más bien los contenidos de la televisión parecen tener un enfoque moralista rayando en lo ridículo y fuera de la realidad, que no hay que satanizar a los medios, más bien se pasan de “ñoños” (entiéndase por ñoñez, un modismo mexicano que se refiere a infantil, tonto, como sinónimo de ridiculez) pues incluso las escenas supuestamente eróticas no tienen nada parecido con la realidad. Mencionan que los niños no son tontos, que saben distinguir entre la realidad y la ficción, que nadie somos mentes pasivas y que realmente no hay un problema llamado embarazo adolescente sino otros arraigados a la familia. Un comercial de radio que dice: “utiliza condones para que puedas seguir cambiando amigos en lugar de cambiar pañales” en realidad está promoviendo la promiscuidad y sabemos que a veces los condones se rompen, entonces debe haber otros factores que lleven a las y los jóvenes a tomar esas decisiones de carácter moral. La moral no se puede justificar con información, entonces cómo esperamos que mediante la labor de informar, enseñemos a tomar decisiones entre el bien y el mal. Se declararon a favor del libre ejercicio de la sexualidad de las y los adolescentes pero emparentada con una formación estética que les permita depurar lo que les conviene de lo que les perjudica. Como la moral no parece tener lógica, parece que se asoma otro filtro: la belleza, pero no en un sentido de lindo o bonito en extremo sino en cuanto a valores sublimes de lo que me conviene hacer en mi beneficio personal y en el beneficio colectivo. Un comentario final aludía a que ahora el poder del estado libera las fuerzas sexuales y que los



medios no son los responsables directos del uso que la población haga de esa libertad pero sí reproducen de alguna manera esa información.

En cuanto a la programación de televisión, la serie de Malcolm en el medio, se muestran situaciones conflictivas que no tienen solución y que se presentan como algo natural en las familias, quedando como algo inacabado. Otro de los programas más vistos sobre todo por mujeres, es el de televisión llamado La Rosa de Guadalupe, que con su aparente moraleja religiosa llevó a una niña de 10 años al suicidio pensando que le pasaría como a la del episodio, que la salvaría la virgen y además resolvería todos los conflictos entre su papá y su mamá; la noticia, aunque salió en los periódicos locales de Saltillo y en internet, la mayoría de la población no se enteró porque no salió en los noticieros de la televisión abierta. Esto se puede tomar como una clara evidencia de que no todos los niños y las niñas (de 10 años ya se considera adolescente) no tienen clara la diferencia entre realidad de la fantasía, sobre todo si están en una situación vulnerable y de cómo logra influenciar comportamientos.

Encontramos programas en los que el acoso escolar se muestra como algo natural y que debe dejarse pasar. En cuanto a la serie Los héroes del Norte, hay críticas que apuntan a la pobre propuesta que representan ahí como una manera divertida de dedicarse a vivir pero mediocrementemente mediante un bajo nivel cultural, moral y educativo.

A la caricatura de Bob Esponja, grupos conservadores en Estados Unidos, le han criticado por promover la homosexualidad. En el diario *The New York Times*, se publicó que la caricatura, además de ser del deleite de la niñez, es preferida por adultos gays seguramente por el tipo de relación que llevan los dos personajes principales, con lo que hablamos pues de una identificación con estos.

El programa de Guerra de chistes muestra la violencia entre géneros como algo natural y hasta chistoso.

Con respecto a las telenovelas vemos el poco respeto que se tienen algunas mujeres, por ejemplo, en una escena de Dos Hogares, una mujer dice que es

golpeada por su hombre pero que seguramente se lo merece, además de que ella le pertenece a él.

Uno de los canales que resultaron en las frecuencias más vistas por las y los entrevistados es el canal de Telehit, en el que pasan un programa llamado Las lavanderas, (con un altísimo contenido sexual y bajísimo nivel cultural) que tanto gusta a la población local que cuando vinieron las protagonistas a nuestra ciudad a hacer una presentación en el estadio, hubo lleno total y la audiencia seguía sus chistes y canciones y el público reía aún y cuando era insultado por ellas.

Algunos programas han inducido a hordas a manifestarse en la calle para demandar cosas absurdas y sin relevancia social.

La teoría consultado sobre el tema se afirma con cierto rigor científico que los medios audiovisuales sí influyen en el comportamiento individual y colectivo, que le dan una estructura a la identidad en construcción de las y los jóvenes quienes se segregan según ciertos gustos por personajes y cantantes. Cuando nos explican la función del signo fático y conativo y la psicología cuando asevera que los y las adolescentes no están preparados ni física ni emocionalmente para la paternidad y la maternidad, por lo que deducimos que cuando ocurre un embarazo temprano no es por decisión moralmente madura por ellos y ellas. Y cuando nos hablan del poder que tienen las imágenes en la transmisión y reproducción de patrones o ideas tanto desde la publicidad con miras hacia mantener la economía basada en el consumismo, como desde la propaganda política para justificar cierta ideología y enaltecerla.

A. Las carencias de la educación en la escuela y en casa.

En las muestras estadísticas, el 94% considera que sus conocimientos sobre sexualidad son de regulares a muchos, un 97.5% valora la información recibida por su cuenta, de regular a excelente, aunque si se compara con los resultados de las preguntas específicas como las que se refieren a si la primera vez que tienen relaciones pueden quedar embarazadas, el momento más probable del ciclo



menstrual en que pueden embarazarse, así como preguntas relacionadas a la ovulación y al virus del VIH, queda demostrado que esos altos índices no representan la realidad sobre sus conocimientos de sexualidad. La primera pregunta dice: ¿crees que una chica pueda quedar embarazada la primera vez que tiene relaciones sexuales con penetración y sin usar preservativo? el resultado de un 75% nos habla que existen mitos importantes que erradicar en un considerable 25% de la juventud. También corrobora su falta de conocimiento el hecho de que en la preparatoria urbana manifiestan conocer y usar un mayor número de métodos anticonceptivos que los de la preparatoria periférica y grave que el porcentaje de alumnos de secundaria que no usan ningún método sea de 41% y un 23% lo usa esporádicamente. En cuanto a sus metas, el 76% dice que piensa seguir estudiando.

En el grupo focal 1 hubo preocupación por la formación de la niñez cuando ve la televisión. Consideran que se embarazan no por falta de información, que la escuela más o menos la proporciona, sino porque ésta no se aprovecha. Consideran que es responsabilidad de la pareja y que influye el amor propio. Argumentan que el panorama de lo que puede suceder es muy claro pero hubo muestras de frustración al opinar que para muchos compañeros no lo es. Están conscientes de que si salen embarazados, cambia su vida en perjuicio, que tendrían que ser más responsables y que se sentirían tontas. Es cuestión de madurez el no dejarte influenciar por los contenidos de los medios, que si bien reconocen que se ve más sexualidad en estos que en la escuela, no por eso aprenden más sobre el tema. Tiene que ver la educación de la familia y las metas. La mujer tiene que emplear su inteligencia y no dejarse influir por el novio en el sentido de no usar anticonceptivos. Les causa malestar ver imágenes que denigren a la mujer y mostraron algunos gestos de desaprobación hacia la homosexualidad, aunque no hubo acuerdo porque otros refirieron una cuestión de hormonas con las que ya nacen. Concluyeron en que hay manera de tener relaciones sexuales con madurez y que en este sentido las mujeres “han

resurgido” porque ya no se quedan en casa cuidando a los hijos. Con este comentario, también un tanto sexista, denota que las mujeres se están dando cuenta que su papel en la sociedad está cambiando para mejorar.

El grupo focal 2 comenta que hay demasiada información errónea y que muchas veces no son informadas por quien debería ser, a excepción de una joven que dijo que si la muchacha decidía que quería embarazarse, que le parecía correcto, las demás comentaron que era cuestión de madurez. Que muchas veces por falta de afecto en sus casas y esa baja autoestima las hace tener relaciones sexuales sin pensar. Les ocasiona molestia ver imágenes que denigren a la mujer. Todas ellas comentaron tener metas, querer seguir estudiando.

El grupo de expertos comenta que sí hay muchos mitos aún. Que es responsabilidad de la familia que la juventud cuente con un buen capital cultural y una visión crítica de lo que está viendo a través de los medios para enfrentarse con responsabilidad a esos contenidos. Se trata de enseñar sexualidad sin tabúes y que la información no siempre es conocimiento. Los programas sobre sexualidad que maneja la Secretaría de Educación Pública tienen una visión muy reducida de lo que es sexualidad y por lo tanto, manejan información insuficiente que obstaculiza la comprensión del fenómeno. La sexualidad se compone de cuatro holones:

la reproducción

la fisiología

el erotismo (que tiene que ver con las cuestiones de género)

el amor (el hecho de que no podemos vivir solos)

De tal manera que los programas de educación sólo manejan el primero, por lo que esta experta comenta que sí hay poca información y que por eso siguen saliendo embarazadas. Por otro lado, también relativo a los programas de educación, hasta hace poco se empiezan a manejar ilustraciones más apegadas a la realidad. Proponen que el Estado debería gastar más en educación.



Un argumento se basó en que las y los niños (menos las y los adolescentes) no son tontos, saben distinguir entre la realidad y la fantasía pero cuando hay carencias en la atención por parte de la madre y el padre (que suelen tener horarios de trabajo muy extensos), aunque haya mucha información, no sabrán distinguir las verdades; rota o ausente la figura autoritaria, no hay una estructura sólida que lo guíe, por ello: “se gana libertad pero se gana incertidumbre y hay caos y desorden.” La información no es conocimiento.

En cuanto a la moral y que resultó ser la aportación más interesante del grupo, se trata del siguiente argumento: “las decisiones morales tienen sentido en el margen de la libertad, si no se es libre, entonces la decisión moral no tiene sentido” pero esta moral no se puede fundamentar lógicamente, y lo que manejan los medios es información lógica, por lo que difícilmente podríamos decir que los medios dictan nuestra moral, nos dicen qué hacer y qué no. Por otro lado, hay filósofos que plantean con seriedad que la formación moral no se da desde las informaciones pero sí desde la representación de la belleza (la cual tampoco tiene justificación lógica). Entonces la apuesta es por la educación por el arte (incluso menciona un libro que habla del erotismo de todo el cuerpo mediante el sentido del tacto). Como conclusión tenemos que tomar decisiones morales de cualquier tipo tendrá que ver con decisiones autónomas en el marco de la libertad y habiéndose formado o no en el sentido de la belleza. En este plano del análisis, el mal gusto, lo burdo y la estética mal cuidada que muestran con frecuencia los medios en lo relativo a la sexualidad es lo que les preocupa al grupo de expertos, y cómo esa condición sí pueda influir en las decisiones morales, por su falta de visión crítica para recibir y depurar.

Un argumento final en el que parecieron estar de acuerdo como grupo fue que la educación debiera blindar a las personas para ser sujetos consolidados autónomos y libres; y que la paternidad y la maternidad son valores “siempre y cuando sea un acto libre de una persona moralmente adulta.”

A continuación vamos a enlistar las situaciones que tienen que ver con la educación y la formación que descubrimos tras el análisis de los diferentes programas de televisión:

Los problemas que padecen los personajes se resuelven mágicamente o mediante milagros de santos y vírgenes o simplemente no se resuelven. La escuela no participa de la solución, se mantiene al margen y no asume su responsabilidad. Ese tipo de situaciones se muestran como algo natural y común.

En la sol

Ser precavido es ser egoísta, ser inconsciente es ser noble.

La hostilidad y el acoso escolar se muestran como algo natural y sin solución.

La ignorancia es cómica; la violencia puede ser divertida.

Hay una fuerte tendencia a anular y/o ridiculizar las acciones de los adultos, quienes además aparecen como fácilmente manipulables por la juventud. Los adultos se equivocan y no tienen principios, son sobornables y tontos.

Se muestran situaciones en las que no es importante el talento sino el poder.

Los programas cómicos se alejan cada vez más de la forma de hablar culta y se vuelven más vulgares.

En cuanto a los argumentos de la teoría vemos que los medios modifican la forma cómo nos relacionamos con el saber, es decir, cómo la televisión y el internet nos han alejado de los libros y de los museos. Y en cuanto a los tipos de contenido, habría que ver qué tanto son causales de la "flojera intelectual" de nuestro tiempo, de esa actitud pasiva poco o nada crítica y antiestética.

Hay dos intenciones ocultas detrás de los medios (oculta porque no la muestran, no porque no sepamos que existe) y son la de entretener y la de vender.

Las modas son lo que nos llevan a querer asumir ciertos roles y estatus en la sociedad, de tal manera que, mediante la identificación, nos lleva a consumir ciertos productos y servicios, incluso no tanto por el producto en sí sino por la

imagen que vende. Recordemos a Guiraud cuando nos explica que vivimos en una cultura de la imagen.

Pensemos cómo construye un adolescente su identidad...

García y Alfaro hablan de cómo se busca que la juventud adopte hábitos propios de la adultez. La economía del mercado busca consolidar el consumismo en la juventud.

Cruzvillegas dice que la televisión es un conjunto de lenguajes y formas de ver el mundo que son ampliamente difundidos y asimilados y dependerá del grado de cultura que tenga cada persona, la manera cómo nos enfrentamos a esos lenguajes.

B. Los hábitos propios de la adolescencia los incitan a tener relaciones sexuales tempranamente.

En las muestras estadísticas, el 88.5% manifestó vivir con sus padres. El 27% de los encuestados manifestó tener relaciones sexuales, de los cuales el 68% de forma regular y el 11% dijo tener relaciones sexuales con dos o más parejas. En secundaria, estos porcentajes se elevan a 33%, 77% y 22% respectivamente. El 31% dice no usar ningún método anticonceptivo y un 15% dijo usarlo a veces. Se encuentra diferencia entre las preparatorias urbana y periférica, en donde en la urbana se protegen más usando algún método anticonceptivo. En secundaria, el 41% de los encuestados dijo no usar ningún método anticonceptivo. Sólo un 23% usa alguno de manera esporádica. El 72% cree que todas y todos tenemos derecho a ejercer la sexualidad y a manifestarla públicamente. El 71.9% dice hacer otra actividad mientras ve televisión pero de ese porcentaje, 48.4% estudia o hace tareas mientras la ve. Como puede verse en las gráficas, lo que más hacen las y los jóvenes en sus ratos libres es estar en las redes sociales de internet, oír música, salir con amigos y hacer deporte.

Tanto en el grupo focal 1 como en el 2 dijeron que ven la televisión para entretenimiento; algunos comentaron verla solamente el fin de semana y otros casi

no ver, dijeron algunas que no les gusta ver novelas ni programas de chismes y que, por el contrario les gusta ver documentales; aquí vale la pena comentar que cuando un adolescente se le pone en situación de evaluación ante adultos, muy probablemente haga y diga cosas sólo para quedar bien con estos, no porque en realidad sea así. En el grupo 2 dijeron estar en contra de que la juventud “corra”, refiriéndose a vivir aceleradamente las chavas que se quieren casar pronto. Usan internet para entretenimiento, para estar informadas y para el “facebook” que unas dijeron que sí era importante y para otras no. Dijeron estar en contra de la violencia psicológica y también comentó una joven que no oía canciones de moda.

El grupo de expertos comentó que los y las jóvenes pasan en internet el doble de tiempo que en la televisión. Que los contenidos de la televisión (y más aún en internet) son de mala calidad, con groserías y falacias que hacen que la “inquietud se desborde”. En cuanto a la sexualidad, comentaron que cuando la gente la ejerce sin condón, ya después no los quiere usar.

Con respecto al análisis de los contenidos, puede verse que los hábitos que se muestran como naturales en la juventud son el acoso escolar, hacer travesuras y obtener lo que se quiere sin hacer esfuerzo. Esto nos recuerda otra vez a García y Alfaro, que nos explican la tendencia de “acelerar a la juventud”, darle responsabilidades de adultos.

C. La religión y el temor a las infecciones de transmisión sexual frenan su comportamiento.

La religión aparece muy poco en los resultados tanto cuantitativos como cualitativos, teniendo poca o nula influencia en el comportamiento sexual de las y los adolescentes.

El 81% de las y los encuestados dijeron ser católicos y el 82% comentó que la religión no tiene influencia en sus decisiones de carácter sexual.

En el grupo focal 2, sólo una muchacha comentó que las conductas sexuales dependerán de la religión e ideas de cada quien. Y otra muchacha comentó tenerle respeto y miedo a las infecciones de transmisión sexual.

Contexto y condiciones intervinientes.

Dentro de las condiciones intervinientes podemos tratar los temas relacionados con los contenidos tanto de la televisión como de internet. Lo relacionado con la legislación, los estereotipos y de la tendencia a sobreestimar a las y los adolescentes para incorporarlos a la economía de mercado ya hablamos anteriormente.

En primera instancia puede constatarse que no hay regulación en cuanto a los contenidos e imágenes mostrados en la televisión, el lenguaje utilizado va en contra de las recomendaciones incluso de las que se enuncian en los derechos de las y los niños. Los contenidos y el manejo de los temas provocan delito y atentan contra la paz y el orden familiar y social. Y aún y cuando los dos consorcios deben estar al margen del partido que esté en el poder, puede verse claramente que Televisión Azteca promueve y alaba los programas de gobierno, especialmente uno (“Cada quien su santo”).

Por último, lo ideal sería tener una televisión plural y diversificada y la televisión abierta se compone de dos consorcios que, para colmo, tienen una programación muy parecida.

En cuanto a los estereotipos, la muestra estadística marca una gran diferencia en cuanto a la programación preferida por mujeres y hombres. Ellas prefieren ver telenovelas, moda y cocina y ellos películas y deportes. En los hombres influye un poco más el grupo de amigos. Las mujeres ven más televisión. El 19.7% de los hombres considera los comerciales de ropa y accesorios como engañosos, contra el 11.8% de las mujeres. En la música, las mujeres prefieren el pop y la romántica. Las redes sociales las usan más las mujeres.

Los dos grupos focales de adolescentes, dijeron en lo relativo a los estereotipos y la diferencia de género:

las protagonistas buenas de las telenovelas son tontas y sumisas, y tienen un cuerpo espectacular.

hay mujeres que se dejan influenciar por el hombre cuando no quiere él usar condón.

hay muchos contenidos que ponen a la mujer como objeto sexual, sin inteligencia. Eso las denigra y las hace sentir incómodas e indignadas.

a veces hacen parecer a la mujer como si no fuera nada sin un hombre.

la mala es la astuta.

El grupo de expertos reconoció que la televisión muestra muchos estereotipos. Y que el problema de las imágenes sexuales es lo grotesco y poco o nada estéticas.

En el análisis que hicimos de la programación encontramos:

la mujer que no puede estar sola, necesita un hombre a su lado para que esté desamparada; el hombre es el proveedor oficial.

los adultos son tontos, los ancianos más.

las mujeres son, en general, malas para los deportes, son cobardes, gritonas e inseguras. Una de ellas se muestra tonta cuando no sabe que los hombres orinan de pie; además en ese capítulo del programa que se llama Zoey 101, adornan el orinal de los hombres con flores, un letrero arriba que dice "princess" y queda como resultado una fuente con una lengua que se mueve a la caída de agua.

la mujer sufre por ser responsable; el hombre la pasa muy bien sin hacer nada; los hombres alaban la belleza física de las mujeres. Lo divertido es ser hombre.

hacer las cosas bien, no sirve.

la mujer tiene que usar sus atributos físicos no el talento, para lograr sus objetivos.



la familia necesita la figura de un hombre que la proteja y defienda.
en algunas ocasiones la homosexualidad aún es mal vista.
Bob Esponja, un personaje de caricatura, ama el trabajo esclavizante y las mujeres son vanidosas, materialistas y fáciles de manipular.
En el programa de Guerra de chistes, las mujeres son sensuales, se les ignora y se dejan insultar; la violencia de género es natural en este programa.
En la telenovela de Dos Hogares, una mujer dice que su hombre la golpea y que seguramente se lo merece.
En Las Lavanderas ellas mismas se faltan al respeto.

En la teoría ya pudimos hacer la diferenciación entre sexo y género, de tal manera que incluso desde antes de nacer, si serás niño, la sociedad esperará de ti ciertas conductas y ciertas preferencias, de igual manera si serás niña. De no cumplir con las expectativas, eres mal vista o visto. Además esa construcción cultural al que llamamos género, a lo largo de la historia ha beneficiado al hombre y perjudicado a la mujer, en una especie de androcentrismo que ahora tiene algunos matices de fisiognomía pero siempre atentando contra los derechos de las mujeres.

**RECOMENDACIONES SUSTANTIVAS EN LA POLÍTICA PÚBLICA A LOS
PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO, SEP Y
SALUD**



Las siguientes recomendaciones surgieron del presente trabajo de investigación que se realizó en adolescentes de una secundaria y dos preparatorias, con el objetivo de indagar el fenómeno de la comunicación de masas en relación con los comportamientos sexuales del grupo de adolescentes estudiado.

A LOS PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN EN GENERAL.

Se recomienda supervisar los contenidos textuales y gráficos de todo tipo de publicación, pasando por algún o alguna experta en el tema de equidad de género, que vigile se use un lenguaje incluyente y no contenga ninguna imagen que denigre a la mujer. Esta persona será nombrada como la responsable del cuidado de todas las formas de divulgación de manera que se integre transversalmente la equidad de género en todas las áreas, así mismo, deberá recibir capacitación para discriminar lo que vaya en contra de los derechos de la mujer. Esta vigilancia será como un filtro por el que pase la información.

Se recomienda incluir en el Manual de Procedimientos, un glosario de términos de equidad de género, que sirva como marco de referencia para elegir contenidos de difusión.

En el mismo Manual se deberá incluir un breve pero conciso marco normativo que regule todo contenido a ser publicado o que funcione como órgano de difusión; el cual servirá de base a la persona responsable de la vigilancia de contenidos, avalar o rechazar estos mismos.

Se recomienda elaborar formatos que validen o no los contenidos a difundir, a modo de listas de cotejo que, además servirán para evaluar constantemente si se considera o no la equidad de género en los procedimientos de comunicación social. Afortunadamente ya existen formatos con indicadores de género que pueden utilizarse tal cual o servir de base para la elaboración de otros, para esto tiene que tomarse en cuenta el trabajo específico de cada institución.

En síntesis, es necesario un marco normativo para que un comité de vigilancia pueda supervisar todo cuanto salga de esa institución.



COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA.

De un tiempo a la fecha, la SEP ha tenido a bien revisar y modificar los contenidos en texto e imagen de los libros de texto así como en otras publicaciones, la recomendación sería entonces difundir la equidad de género en sí misma a través de diferentes portadores de texto, tales como volantes, carteles, trípticos, los cuales tengan la única función de promover los derechos de la mujer y modificar los estereotipos que denigren a la mujer desde una cultura androcéntrica. El resultado más importante que arrojó la investigación fue que de la capacidad de crítica de las y los adolescentes que se forma principalmente en el seno de la familia, depende si se dejan o no influenciar por los contenidos de la televisión y de Internet, por lo que la recomendación sería incluir en los diversos medios de difusión aspectos que contribuyan a fortalecer esta capacidad de crítica. Que en los mensajes se valore a la mujer por lo que es capaz de hacer, que motive a las niñas y a las adolescentes a lograr cosas en la vida, que se pongan retos y metas, que se sientan sabedoras de un potencial igual al del hombre y merecedoras por igual a una vida digna. Nos parece que más que evitar los estereotipos en los diversos portadores de texto, estos pueden ser usados con toda intención, para promover los derechos de la mujer.

Consideramos también una recomendación importante, incluir en los medios de difusión una línea que se encargue de visibilizar la condición de la mujer en cada institución, de modo que sea como una denuncia pública o bien como una promoción de los derechos de la mujer.

CONCLUSIONES

Lo que a continuación se describe es la teoría sustantiva que emergió de la recolección de los datos tanto de las muestras estadísticas como de los grupos focales, el análisis de la programación y las letras de las canciones, como de la literatura consultada a lo largo de la investigación.

Información suficiente y formación adecuada.



De lo que podemos concluir de la muestra estadística, vemos que los resultados de las preguntas relativas al conocimiento de la reproducción, nos sugieren una área de oportunidad para fortalecer los programas de información básica sobre sexualidad en las escuelas. Y del hecho de que un porcentaje importante de los encuestados (20 al 30%) indiquen que la información la reciben de sus padres y que un 18% la valore como mala o muy mala, sugiere una área de oportunidad para fortalecer los programas dirigidos a las madres y los padres.

Una iniciación precoz a la vida sexual, una formación deficiente sobre sexualidad, no utilizar métodos anticonceptivos o usarlo esporádicamente eleva la probabilidad de embarazos no deseados en las y los adolescentes.

Según podemos deducir de la muestra estadística sí hay influencia por parte de los medios ya que estos reproducen los estereotipos de género en los cuales al hombre se le da el rol en la sociedad de tomar las decisiones importantes, de ser el jefe, el protector, y supimos por los grupos focales que muchas adolescentes no usan preservativo porque el novio les pide que no lo usen.

En lo que respecta a la información que reciben en las escuelas podríamos decir que no es ni la suficiente ni la adecuada. Los y las adolescentes creen que tienen la información que necesitan pero en las muestras estadísticas se ve claramente que no, simplemente por el hecho de que no usan métodos anticonceptivos en un 41% nos indica que no tienen clara conciencia de lo que un embarazo temprano significa.

Ya nos expuso la experta que hay cuatro holones de la sexualidad y la Secretaría de Educación Pública sólo se ocupa de trabajar uno. Entendemos por holón, un elemento que es parte y todo a la vez, de tal manera que podemos concluir que la sexualidad es un sistema de elementos interrelacionados y que para la comprensión real de este fenómeno deben conocerse a fondo estas relaciones.

Sí encontramos algunas contradicciones tanto en los grupos focales de adolescentes como en el de expertos en cuanto a si influyen o no los medios. En



las y los adolescentes se comprende esta situación porque por su edad, hay una tendencia a quedar bien con los adultos cuando los están cuestionando. En tanto que los expertos fueron modificando un poco su opinión al escuchar las de los demás, llegando a coincidir que los medios influyen en el comportamiento sexual de las y los adolescentes si y sólo si hay carencias en su educación de casa y escuela; por lo que habría que trabajar propuestas para fortalecer los filtros educativos que permitan a la juventud permear toda esa información y tomar decisiones que le convengan. En este sentido, las y los adolescentes no están preparados ni física (aunque ya iniciaron un proceso, no está terminado) ni psicológicamente para afrontar la responsabilidad de la paternidad y la maternidad. Quizá antiguamente sí, porque simplemente se casaban y se ponían a trabajar para sacar adelante a la familia pero no podemos pensar que la sociedad es estática y hoy en día no podemos contentarnos con que formen una familia tempranamente si lo que esperamos es que desarrollen su potencialidad tanto en el ámbito profesional como personal. Aún pensando en las adolescentes que deciden por su propia voluntad ser madres, sabemos por estadísticas que lo deciden por causas ajenas a la propia maternidad, por ejemplo, para salirse de su casa por no soportar el ambiente de violencia intrafamiliar.

Los medios influyen en la cultura y viceversa, a final de cuentas lo que importe es la actitud o manera que como seres humanos tenemos de enfrentar lo que nos rodea, como dice Giddens (1997): *“...el desarrollo de una reflexividad personal es una característica de la modernidad; afirma que en una sociedad compleja y cambiante, las propias condiciones de vida requieren que el sujeto sea capaz de pensar, planear y conducir su vida sorteando ciertos riesgos calculados.”*

Esta influencia funciona de manera distinta en jóvenes que en adultos: durante la niñez y la juventud, lo que te muestran los medios, les hace imaginarse qué más hay, qué sensaciones y experiencias les esperan y los incita a probar; los niños y



las niñas, por ejemplo, imitan lo que ven para poderlo aprehender. Los adultos, en cambio, procesamos lo que vemos a partir de nuestras experiencias.

Hay acuerdo entre los datos en que sí hay influencia de los medios en el comportamiento sexual de las y los adolescentes pero el grado en que se de esta influencia dependerá de determinadas circunstancias. Los medios juegan un papel relativo en su comportamiento sexual.

¿Qué clase de información les llega y por qué medios?

Hasta cierto punto es de esperarse que en los programas destinados a la audiencia juvenil, aparezca poco o nada la figura del adulto, lo que está para debatirse es que la presenten de un modo grotesco, ridículo, tonto y con ausencia total de autoridad. Esta situación nos preocupa porque la vemos como tendencia en programas de diversa índole, desde series y comedias hasta caricaturas y musicales.

Los problemas que hemos visto en cuanto a la falta de una legislación efectiva en la televisión abierta, se agravan porque la televisión por cable y mucho menos internet, no tiene ley que la regule; hay libertad total para mostrar cualquier tipo de contenido en imágenes y lenguaje. Sabemos que hay mensajes y metamensajes y que estos se han asimilado culturalmente a través de los significados de los primeros. La familia, la escuela y los medios de comunicación masivos son la estructura que hace funcionar todos los significados, entre los que se encuentran el ideal de hombre y el ideal de mujer.

Los medios usufructúan la manera cómo los y las adolescentes construyen su identidad, así como lo que saben de la función del signo fático y conativo para instalar un lenguaje diferenciado de lo masculino y lo femenino y “mover” a las personas a tener ciertos comportamientos.



Los contenidos de la televisión y en gran medida las canciones y los contenidos de internet, están invadidos de imágenes estereotipadas generalmente en contra de la equidad de género.

Las y los adolescentes utilizan internet el doble de tiempo que le dedican a ver televisión, por lo que los efectos serán también del doble y creemos que, aunque internet sí tiene pluralidad y diversidad de contenidos y opiniones (porque es un medio que no está regulado ni legislado), hay tendencias y modas con las que se identifican las y los adolescentes y no tienen muchos de ellos la información suficiente ni la formación adecuada para distinguir entre tanta información.

La música la escuchan en su teléfono celular pero también en la televisión y a través de internet, donde pueden también ver videos como el que analizamos durante la investigación.

¿Están las adolescentes conscientes de la información que reciben de los medios masivos de comunicación?

Básicamente no están conscientes porque en los grupos focales reconocieron que no ponen atención a las letras de las canciones que escuchan; incluso las cantan y bailan sin ponerse a pensar en el contenido de la letra.

En las muestras se guiaron por el rol de género para decir que los programas de ropa y moda son interesantes.

En general, los contenidos de la televisión les parecen que van de regulares a buenos y muy buenos pero cuando se les pide que analicen con inteligencia, sus críticas son negativas. En cuanto a los programas de consejería espiritual, sólo la mitad manifiesta parecerles engañosos y un porcentaje importante los considera interesantes y/o útiles.

¿Qué criterios consideran las adolescentes para la toma de decisiones en cuanto a su sexualidad se refiere?

Según comentaron en los grupos focales, consideran básicamente la educación recibida por su familia y por su escuela, y de ambos espacios educativos sacan



los elementos para que cada quien construya su marco de valores, ideas, autoestima y metas. La religión y el temor a las infecciones de transmisión sexual apenas vislumbraron en la investigación.

¿A cargo de quien está la responsabilidad de formar a las y los jóvenes en cuanto a su sexualidad?

A cargo de la educación que reciben en casa y en la escuela. La propuesta es hacer una revisión de los planes y programas de sexualidad que se trabajan en las escuelas para complementar la información y quizá incluir, como se propuso en el grupo focal de expertos, una formación en estética, es decir, formación por el arte para darles un sentido de la belleza que les pueda guiar en la toma de decisiones morales.



ANEXOS

CANCIONERO

CANCIÓN DE: PATY CANTÚ

Maldito el día en que te encontré eh
la hora en que te miré eh eh eh
entraste a mi vida y ya no hay salida
me equivoqué eh eh

Yo no quería y acepté eh
por un ratito te guardé eh eh
yo no soy adorable
tú eres insoportable eh eh eh

CORO

Insufrible amor cómo me pude enamorar
no te soporto es la verdad
porque molestas y te pegas como la goma de mascar
en mi zapato al caminar
somos un caso muy real
pero te quiero yo te quiero

En la política y la fe eh
no congeniamos ya lo sé eh eh
yo como carne roja, tú sólo comes hojas
y pensé eh...

Yo estoy más loca cada mes eh
tú insufrible y a la vez eh eh eh



eres tan vulnerable, tan tierno tan besable
siempre te amaré.

CANCIÓN DEL GRUPO: CARTEL DE SANTA

Quiero 2 mujeres en mi cama forjando mi mariguana y tratándome bien.

Como el Pancho Villa, con una en cada orilla viendo salir el sol tras del cerro de la Silla, Villa, si yo sé que te gusta y que no te asusta que de vez en cuando en la cama haya alguna intrusa sáquense la blusa que el engaño hace más daño para las dos tengo, yo nunca e sido tacaño, sabes que no fallo, soy tu perro fiel y tú eres la reina que me trata como un rey, busquemos una amiga y pasémosnola bien, que las bisexuales son mi tipo de mujer, hey ni te pongas celosa que tú sabes bien que te escogí por picosa.

Bien a gusto con un par de preciosas picosas sin que haya disgusto en lo que yo busco que sepa quién es quién, que forje mi mota y me trate muy bien, cuando estén en mi cama habrá fiesta privada y afuera del cuarto no importara nada, voy a presentarles hay tirano de juntos bailaremos un tango entre tres y después de generación al cien pues no hay una cosa mejor que el placer que esperan que no se encueran, hey no pierdan más tiempo mamis ya estuvieran

Dicen que son siete por cada mexicano, yo pa qué quiero tantas si con dos estoy cuajado basta porque tanto cariño pa verlas como dulces y sentirme como un niño salir de rol en trío aunque nos



miren raro regresar a la casa y echarles unos palos dejarlas dormiditas un por cada lado mientras me fumo un churro y me pongo bien mariguano.

LOCA de Shakira

El está por mi y por ti borró
Y eso que tú tienes to'
Y yo ni un Kikí

El está por mi
Y por ti borró (borró)
Y eso que tú tienes to'
Y yo ni un Kikí

Ella se hace la bruta pa' cotizar
Conmigo en frente ella se hace la gata en celo contigo
Te cotorrea al oído pa' tenerte en alta
Ella muere por ti y tú por mi es que matas

Yo sigo tranquila como una paloma de esquina
Mientras ella se pasea en su BM al lado mío
Yo de aquí no me voy, él está pa' mí
Y ninguna va a poder quitarmelo de un tirón
Yo soy loca con mi tigre
Loca, Loca, Loca



Mientras ella te complace con todos tus caprichos

Yo te llevo al malecón por un caminito

Me dicen que tu novia anda con un rifle

Porque te vio bailando mambo pa' mi

¿Qué no lo permite?

Yo no tengo la culpa de que tú te enamore'

Mientras él te compra flores yo compro condo' (whooo)

No te ponga' bruto

Que te la bebe



PROGRAMACIÓN

TV: Abierta y cerrada

CANAL: 5 Televisa y Nickelodeon

CARICATURA: Bob Esponja.

HORARIO: Vespertino

DURACIÓN: 30 mín.

TRANSMISIÓN: Séptima temporada.

INFORMACIÓN GENERAL:

En el fondo del Océano Pacífico, en la ciudad subterránea de Fondo Bikini, vive una esponja de mar, llamada BOB ESPONJA. BOB ESPONJA vive en una piña, con su mascota Gary (un caracol), adora su trabajo como cocinero en el restaurante El Krustáceo Krujiente y posee la gran habilidad de meterse en todo tipo de problemas....¡sin quererlo! Cuando no está poniéndole los nervios de punta a su vecino malhumorado, Calamardo Tentáculos, BOB ESPONJA se mete en un montón de experiencias raras con su mejores amigos, el adorable Patricio Estrella(una estrella de mar) y la ardilla "surfer", Arenita Mejilla. En Fondo Bikini los peces caminan, hacer burbujas es un arte y la mejor comida del fondo del mar son las hamburguesas fritas de El Krustáceo Krujiente.

Sumérgete en el océano y disfruta con BOB ESPONJA.

PERSONAJES:



Bob Esponja es una esponja de mar que vive con su mascota, el caracol Gary, en los dos cómodos y bien amueblados cuartos de una piña. Bob ama en forma inusual su trabajo como cocinero en El Krustáceo Kascarudo. Es lo más optimista, formal y bien intencionado que puede llegar a ser una esponja de mar; pero a pesar de su buena voluntad, es de los que se meten sin querer en grandes líos, arrastrando generalmente también a los que lo rodean. Mientras más se esfuerza por arreglar las cosas, todo le sale cada vez peor y peor... lo que llamamos un desastre. Sin embargo, Bob Esponja siempre mira el lado bueno de la vida, y esa manera tan positiva y entusiasta de verlo todo, lo hace ser un personaje absolutamente adorable.

Gary, la fiel mascota de Bob Esponja no sea quizás la más rápida. Puede que deje un camino de baba por donde pase. Quizás no sea muy buena atajando discos o alcanzando pantuflas. Pero Gary es la mejor mascota que una esponja de mar invertebrada con pantalones cuadrados podría tener. Y eso es todo lo que importa. Miau (es un caracol que mauya)



Patricio Estrella es vecino y el mejor amigo de Bob Esponja. Si le preguntaras cuál es su mayor ambición en la vida, te lo diría en cuatro palabras: "¡Oh!, lo...este...olvidé" Siempre está dándole consejos y ánimo a Bob pues es su más cercano amigo. Por desgracia, Patricio no es precisamente la estrella marina más brillante del océano (si entiendes lo que quiero decir con eso), y en la mayoría de los casos termina "ayudando" a Bob a meterse en montones de problemas. Imagínate que hasta el más sencillo de sus planes termina desastrosamente. No obstante, en las buenas como en las malas, Patricio será siempre su más fiel compañero.

Don Cangrejo es el jefe de Bob Esponja y el dueño de "El Krustáceo Kascarudo". Lo más importante para él es hacer mucho, mucho dinero, y lo puedes encontrar casi siempre en su oficina sumando billetes y sacando cuentas del día. Aunque Bob Esponja logra sacarlo fácilmente de sus casillas, a Don Cangrejo le fascina tener un empleado que pueda trabajar mucho por poco salario, por eso en ocasiones se comporta como el gran protector de Bob. Don Cangrejo odia a Plancton (su rival en los negocios y dueño de "La Carnada Enlatada"), aunque no tanto como Plancton lo odia a él. Sólo una cosa puede controlar al Señor Cangrejo por encima del dinero: su hija, la joven Perlita.

Calamardo es un pesado, quejoso y amargado calamar que se cree mejor que nadie. A él todo, absolutamente todo, le molesta. "El Krustáceo Kascarudo" le molesta. Los clientes le molestan. El jefe le molesta. Pero más que nada le molesta Bob Esponja... ¡las casi 24 horas del día! Imagínate que aparte de trabajar codo a codo con él en "El Krustáceo Kascarudo", Calamardo es, para colmo, su más cercano vecino. Si no fuera porque Bob Esponja es al único que le gusta escucharlo cuando toca su clarinete, Calamardo no tendría nada que ver con él. Por otro lado, Bob está totalmente convencido de que ellos dos juntos hacen el mejor equipo de empleados del mundo.

Plancton, el archienemigo de Don Cangrejo es un sujeto pequeño pero con un carácter muy fuerte. El dueño del restaurante "La Carnada Enlatada", Plancton, se la pasa cocinando planes para robarle clientes a "El Krustáceo Kascarudo". Si alguna vez es exitoso, serán los primeros clientes que haya tenido.

CONTENIDO-FRAGMENTO:

El comienzo del capítulo es con la imagen de un gran libro titulado "Libro de leyenda de fondo bikini" se abre el libro...

Narrador: Bienvenidos a las leyendas de fondo de bikini, bienvenido al triángulo de fondo bikini.

-Aparecen los créditos, inicia la historia con un salvavidas que dice: fondo bikini, colgado de un poste como señalamiento del lugar. Es de noche y se escuchan cantos y se ve neblina. Se hace de día, aparece Bob esponja en su casa, está en la cama, despierta y con su mano intenta apagar su reloj despertador que debería estar sobre un barril que funciona como mesa al lado de su cama.

Bob esponja: (adormilado) ¡Oye!, ¿En dónde está mi despertador?

-Un caracol sale sorprendido por el grito que dio Bob esponja, se levanta de su cama con ropa interior y observa que al caracol le falta algo.

Bob esponja: ¿Tu caracola también desapareció?, (grita sorprendido) ¡creo que fuimos robado!

-En la casa de Calamardo.

Calamardo: ¡Nooooo, mi clarinete también desapareció, no! (comienza a llorar)

Bob esponja: (Desconfiado) mmm, extraño, ¿verdad?

-Se escuchan gritos, se asoman Calamardo y Bob esponja por la ventana viendo hacia la casa de Patricio.



Patricio: (angustiado) ¡ooh, mis gemelos (mancuernillas) también desaparecieron!
¿por qué, por qué?

-En la casa de Calamardo.

Bob esponja: ¿Espero que esto no quiera decir que están desapareciendo nuestras cosas más preciadas y queridas?

-Calamardo se señala así mismo como persona querida por Bob esponja.

Calamardo: ¡No, aquí estoy!

-Bob esponja no le toma importancia al comentario de Calamardo.

Bob esponja: ¡El Krustácio Kascarudo!

-Angustiado Bob esponja piensa que ha desaparecido su lugar de trabajo.

Calamardo y Bob esponja están ahora frente al restaurante y respiran aliviados. Entran al restaurante en donde trabajan, se ponen sus gorritas de uniforme. Bob esponja abra la puerta de la oficina.

Bob esponja: (con la mano en la frente saludando como soldado) Reportándome al servicio Don cangrejo. (la oficina está vacía)

Bob esponja: (preocupado) ¿Don cangrejo? (gritando) ¡Don cangrejo!

-Lo busca en el baño, en la cocina

Bob esponja: ¿Don cangrejo? (sorprendido) ¡¿Perlita?! ¿Qué estás haciendo aquí?

-Perlita es una ballena que es hija de Don cangrejo.

Perlita: (sarcástica) mmm nada Bob esponja, sólo trato de ir a la escuela, tener una vida social y dirigir el negocio de la familia, es todo.

-Entra a la cacina Calamardo.

Calamardo: Reina del drama.

Bob esponja: ¿En dónde está tu papá?



GOBIERNO
FEDERAL



Perlita: (preocupada) No lo sé, ¡esta mañana cuando fui a buscar mi mesada había desaparecido!

Calamardo: mi clarinete desapareció.

Bob esponja: Y la caracola de Gary.

--El capítulo sigue en que al escuchar el canto de sirenas y la neblina descrita arriba, una aspiradora gigante succiona cosas y las lleva al triángulo de fondo bikini (triángulo de las bermudas) en donde se encuentran las sirenas y todo lo que se ha desaparecido, al final del capítulo queda la sensación sólo haber visto algo chusco y burlesco y sin una solución o moraleja.

OBSERVACIONES:

La caricatura es muy colorida, los dibujos son con ojos grandes y sus gestos muy marcados y diferenciados entre personajes, Patricio el tonto, Bob esponja simpático y daña sin querer, Calamardo gruñón, Don Cangrejos avaro y tiene una hija interesada en cosas materiales, Plancton es el malo.

Es un mundo imaginario y con situaciones absurdas, existen casas, baños, usan ropa, etc. también existen las clases sociales, por ejemplo, la caricatura muestra a los peces de las profundidades como faltos de cultura, modales y su ropa está rota y sucia, inadaptados sociales según la percepción de los que están más cerca de la superficie.

Bob esponja como caricatura con 7 temporadas al aire, muestra situaciones variadas, en este capítulo, con el fragmento de diálogo descrito arriba se muestran situaciones de sarcasmo, ignorar sentimientos de los demás personajes, el comer sólo hamburguesas, el amor un trabajo esclavizante y un trato ofensivo del jefe.

Los personajes mujeres, las sirenas y Perlita se muestran interesadas lo material y acumular cosas nuevas que, al pasar un periodo corto pierden su valor porque son viejas y los personajes del sexo opuesto muestran manipulación en este sentido para que hagan lo que ellos quieren (devolver las cosas desaparecidas a



cambio ser llevadas a un centro comercial en donde hay sólo cosas nuevas) Queda muy claro que las mujeres se muestran vanidosas, materialista y fáciles de manipular.

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA:

Nota: Cuenta con página en internet y capítulos de las 8 temporadas.

Bob Esponja acusado de promover la aceptación de la homosexualidad

Lunes, 24 de Enero de 2005

FórmulaTV.com

Los sectores más conservadores de los Estados Unidos acaban de iniciar una cruzada contra el personaje animado Bob Esponja. Los 'Teletubbies' sufrieron el mismo ataque hace ahora 6 años.

La controversia está servida. La utilización de Bob Esponja para impulsar la agenda homosexual en Estados Unidos fue criticada el martes pasado por James C. Dobson, fundador del grupo conservador religioso "Focus on the Family", en una cena de simpatizantes del gobierno de George Bush. Dobson reiteró su creencia de que docenas de iconos infantiles, quizás de manera inconsciente, estén promoviendo la aceptación de la homosexualidad.

Grupos conservadores han acusado a la Fundación "We are family" de intentar lavar el cerebro de los niños a través de un video musical supuestamente pro homosexual.

En el citado video aparecen Bob Esponja, Barney, Los Muppets, Jimmy Neutrón, la Rana René, Piggy y otros 100 personajes infantiles cantando el éxito "We are family", popularizada en 1979 por el grupo Sister Sledge. Todos ellos difunden un mensaje contra la discriminación hacia los homosexuales. El vocalista es la frenética y amarillenta esponja marina.

Algunos comentaristas han interpretado estas declaraciones y han acusado a Dobson de sacar a Bob Esponja del armario, personaje animado que regularmente



ven más de 3 millones de telespectadores a través del canal infantil Nickelodeon. Esta noticia ha vuelto a sacar a la luz el escándalo que rodeo a los 'Teletubbies' cuando en 1999 el reverendo Jerry Falwell tildó de gay al personaje de Tinky-Winky.

Según ha publicado el diario *The New York Times* Bob Esponja no necesitaba presentación: "Además de su popularidad entre los niños que ven su serie, se ha convertido en una figura entre adultos gay, tal vez porque se toma de la mano con su compañero Patricio y le gusta ver el programa imaginario de TV 'Las aventuras del hombre sirena y el niño percebe'.

El video se ha difundido en varias cadenas de televisión provocando el rechazo de agrupaciones religiosas y conservadoras que indican "es un vehículo para la propaganda pro gay".

El vídeo musical de cuatro minutos de duración será distribuido a partir del 11 de marzo en 61.000 escuelas primarias con el objetivo de promover, según sus creadores, el sentido del respeto y el entendimiento.

"El contenido promueve la tolerancia, incluyendo la tolerancia hacia otras preferencias sexuales", dijo James C. Dobson, presidente de Focus on Family.

La polémica se ha centrado en Bob Esponja, quien se ha convertido en un personaje emblemático entre los adultos gay.

En su defensa, el productor del video y presidente de la fundación, Neil Rodgers, declaró que el video tiene el objetivo de enseñar a los niños sobre el multiculturalismo. "Ninguno de sus contenidos se refiere a la identidad sexual". Bob Esponja es el personaje de caricatura que encabeza los gustos de la generación nacida en los años 90. Es una optimista pero cándida esponja amarilla que vive en una piña en el fondo del mar y trabaja como cocinero en el restaurante El Crustáceo Cascarudo. Su historia de vida la comparte con Patricio, una estrella de mar.

El año pasado, el famoso personaje, que cuenta con miles de seguidores en Estados Unidos y América Latina, debutó en el cine.



GOBIERNO
FEDERAL

Personajes marcados por la polémica

La pareja de Batman y Robin, Epi y Blas, Smithers y el Señor Burns y al menos uno de los Teletubbies son algunos de los personajes ficticios que han sido 'acusados' de tener e impulsar conductas homosexuales entre sus espectadores. A Robin, del famoso 'dúo dinámico', se le critica desde su disfraz hasta no haber tenido nunca una novia conocida.

Epi y Blas, dos de los más populares personajes de Barrio Sésamo, han sido tildados de gays por ser aparentemente dos hombres adultos que comparten cuarto.



PROGRAMACIÓN

TV: Abierta

CANAL: 2, el canal de las estrellas.

TELENOVELA: Dos hogares.

HORARIO: 8:00 a 9:00 pm.

INFORMACIÓN GENERAL:

Angélica es una profesionista, amante de los animales, que junto con su madre, atienden una veterinaria que han construido con mucho esfuerzo.

En el plano sentimental Angélica sostiene una relación con Santiago, quien a pesar de la oposición de su madre, Patricia Ortiz de Monasterio, y de su ex novia, Jennifer Garza, defiende al amor de su vida a contra agua.

Mientras Jennifer lucha por recuperar el amor de Santiago, se deja seducir por Jorge, sin saber que es el hermano de su peor enemiga, Angélica.

¿Qué pasa cuando el destino le cambia la vida a una mujer, enfrentándola a la decisión más difícil de tomar? Cuando la vida le sonrío y después juega con sus sentimientos, se verá viviendo en **Dos Hogares**.

Paralelamente, Cristóbal Lagos, por un lado en la ciudad de México es un amantísimo padre de familia. Por otro lado en la ciudad de Querétaro, tiene una segunda esposa con la que procreó dos hijos, y por si fuera poco, en San Antonio, Texas, en donde es conocido como Chris Lakes, es un exitoso empresario que se enamora perdidamente de una joven fascinante cuya belleza lo embelesa. Es un delincuente de cuello blanco que destruye vidas y fortunas a través de fraudes cuantiosos.



GOBIERNO
FEDERAL

Ricardo Valtierra, un magnate, socio mayoritario de un consorcio lleva una relación no sólo profesional, sino sentimental con Patricia Ortiz de Monasterio. El destino hará que esto cambie ¿Qué pasará?

Por otro lado, Armando Garza, un personaje marcado por la amargura y el rencor se convertirá en la pesadilla de todos los personajes de este corporativo. ¿A quiénes y por qué pondrá a temblar Yolanda Rivapalacio a su llegada?

Amor, drama, y lucha por el poder, un hombre sin ética, un hijo que descubre la infidelidad de su padre, una hija que investiga a un delincuente sin saber que se trata de su propio padre. Dos hombres que luchan por el amor de una mujer que ama a los dos y maldice a la vida por obligarla a tomar una decisión que nunca hubiera querido enfrentar.



CONTENIDO-FRAGMENTOS:

Al iniciar la telenovela sale en la escena Angélica (protagonista-Anahí) y ve a Santiago (uno de los dos amores de Angélica, el más joven-Carlos Ponce) besándose con Adela (chica que está enamorada de él y espera a que sea libre de la relación con Angélica) los sorprende y se separan. Angélica camina de la puerta a la sala.



(Pareja protagónica)

Angélica: hola

Adela: no es lo que piensas, yo no voy a hacer nada hasta que tú te decidas si regresas con Santiago.

Adela se retira y los deja solos.

Angélica: tienes muchas mujeres a tu alrededor.

Santiago: yo te amo a ti, quieres que deje de ver a las mujeres, yo no tengo la culpa. Yo te amo a ti.

(Pareja antagónica)

Refugio Urbina (Laura León) está en el comedor cenando con sus dos hijos (mayores de edad y con estudios superiores) se encuentran hablando de su padre.

Refugio: (enojada y muy alterada) ¡ay hijos! Estoy muy enojada, siento mucho dolor.

Los hijos tratan de calmarla y le dicen que se tranquilice y que no tiene caso seguir sufriendo por lo que le hizo su papá. Refugio se levanta de la mesa y se dirige a la cocina, sale muy enojada con un cuchillo en la mano y su brazo levantado en señal de ataque. Los hijos no pueden creer lo que ven.

Hija: ¿qué vas a hacer mamá?

Refugio: Voy a hacer lo que hace mucho tengo ganas de hacer.

Refugio se dirige a la recámara de ella y su esposo. Quita las sábanas de la cama de un solo lado. Comienza a acuchillar la cama desahogando su coraje y dice:



Refugio: ¡Aquí dormía, aquí dormía él, tengo ganas de vomitar del coraje, está aquí su olor, ya no quiero su olor! (Llora) Abrásenme hijos, no me dejen sola. Que dolor tan grande, que estúpida fui.

Abraza a sus hijos, termina escena.

(Pareja secundaria)

En la escena aparece una pareja joven en la recámara de Flor (Erika García) al parecer chica con una vida amorosa mal vista por la sociedad. Se encuentra el chico declarándole su amor.

Flor: Yo no merezco tu amor, yo no tengo estudios y tengo un pasado...

Chico: ¿y crees que yo he sido un monje? estoy aquí pidiéndote que sea mi novia.

Flor: A los hombres se les perdona todo, a las mujeres no, los hombre presumen a sus mujeres y una mujer no lo dice.

Termina escena hablando que van a estar juntos.

OBSERVACIONES:

A lo largo del capítulo se muestran diferencias entre clases sociales, el poder, la política, familias de renombre y servidumbre, hombres que obtienen lo que quieren y entre estos deseos a la mujer que quieren.

Las familias que se muestran en esta telenovela están divididas por infidelidad o en proceso de divorcio, parejas jóvenes con problemas con los padres por estar en desacuerdo con la relación, la clásica historia de la pareja que no está a su nivel y la madre o padre usa su poder para hacerle la vida difícil; también se muestra a una mujer joven que se vale por el poder de su padre para conseguir el amor de un hombre dándole trabajo en la empresa de la familia.



GOBIERNO
FEDERAL

Hay situaciones de alcoholismo, una mujer que fue dejada por un hombre se deja llevar por la bebida.

Se muestran situaciones agresivas y violentas en contra de la pareja que fue infiel, matrimonio de años juntos.

PROGRAMACIÓN

TV: abierta y cerrada

CANAL: Canal 5 y Telehit

PROGRAMA: Guerra de chistes.

DURACIÓN: 1 hora.

FECHA: Diciembre 2011

INFORMACIÓN GENERAL:

La Guerra de los Chistes te divierte con las ocurrencias y el exótico humor de Mariana Echeverría, Juan Carlos Casasola, el Borrego Nava, Léia Freitas, Lalo Manzano y un invitado diferente cada semana. Luchando en un combate a muerte por hacerte reír. Un show lleno de risas y carcajadas de principio a fin.

Es un programa de televisión sin guion hecho por Rodrigo Lavin y es un programa sin estructura definida, donde los conductores junto a un invitado se alternan para contar la mayor cantidad posible de chistes. Ríete a carcajadas cada semana con un capítulo completamente nuevo del show. ¿Te lo perdiste? No te preocupes que para eso tenemos las repeticiones. (Página oficial)

Integrantes del programa:



Borrego Nava



GOBIERNO
FEDERAL



Leia Freitas



Lalo Manzano.



Mariana Echeverría



Juan Calos Casasola

CONTENIDO-FRAGMENTO:

El programa entra con una toma abierta del lugar, con una llanta colgada, una bicicleta colgada en la pared, una mesa y sillón grande y viejo, todo parece una cochera o muy parecido al concepto de El Calabozo(fuera del aire), con el burro Banrranquin, un lugar en donde se reúnen amigos en la casa o patio.

-Borrego: (cerio) Muy buenas noches tengan todos ustedes, hoy iniciaremos un programa más de Guerra de Chistes con una dinámica diferente, hoy prometemos no decir groserías...

El público abuchea el comentario.

-Borrego:(burlándose) ¡yaaaaa! No se crean.

-Mariana: yo nunca digo groserías.

-Borrego: ¿Perdón?

-Mariana: (irónica) yo nunca las digo.

-Borrego: ¿Perdón? (burlón) Después de cada programa te lavas la boca con zacate mamacita.

-Mariana: (enojada) Claro que no.

-Borrego: Claro que sí

-Mariana: Claro que no

Mariana agacha la cabeza y el Borrego sigue la presentación ignorándola.

-Borrego: Mira, esta es rápida para dar la bienvenida. (cuenta un chiste)

- Sin dos zombis se besan, qué son. (dirige la pregunta hacia Mariana)

-Mariana: son... (No la dejan responder)

-Borrego:

- ¡Son bien putos! Jajajajaja

Todos se ríen, Mariana se queda volteando para todos lados incrédula, la cámara le hace un acercamiento y sólo sonrío y comenta algo para no quedar mal después de la burla.

-Mariana: (llamando la atención) ¡Horrible, estuvo tetísimo (ñoño, bobo) eso he!

El Borrego la abraza como consuelo y lástima.

-Mariana: (Burlona) ¡Tenías que avisar que era el más teto de tetos!

-Lalo: (interrumpe) ¡No, hay otro más teto!

- Están dos ranitas al pie de los rieles de ferrocarril y le dice una a la otra:
¡Cuidado, con...pum, cluach (la aplastan)!
Y a la otra...pum, cluach...también, jajajajaja.

Todos se ríen y apoyan la gracia de su chiste.

-Mariana: uno más teto.

- ¿Qué le dijo un marciano a otro marciano?

-Todos: ¿Qué le dijo?

-Mariana:

- Plululum, ¿qué le contestó?

-Todos: ¿Qué?

-Mariana:

- ¡Habla bien, pendejoooo! Jajajajaja

Se escucharon muy pocas risas en comparación con el momento en que los hombres contaron chistes, así pasó una ronda más de chiste en la misma línea. El Borrego presentó a una integrante más del programa.

-Borrego: (coqueteando y hablando diferente) Vamos a presentar a la futiña, a la gustochoa, a la sabrosiña, yo sí le pongo to nacimiento pelé... Leia Freitasssssss.

El público comienza a chiflar, a gritar. La chica sale a escena caminando muy sensual, da una vuelta para mostrar su vestido corto, con escote y color negro brillante ajustado al cuerpo. Entra saludando a todos pero al momento de saludar



al Borrego (conductor principal) pone su boca y ella lo evita besándolo en la mejilla.

-Casasola: (mientras la mira) ¡Su vestido está muy bonito!

Mariana, en el momento del comentario, la observa de pies a cabeza.

-Casasola: (albureando) ¡¿Quién se murió en manila, que los mangos están de luto?!

OBSERVACIONES:

Este programa es de improvisación, es contar chistes, tienen invitados especiales y por supuesto que también pasan por el albur y los chistes. El vocabulario es inadecuado, se dicen groserías al por mayor, faltas de respeto, golpes con la mano, hay objetos como bates de beisbol, un bote de basura en dónde meten personas para burlarse, etc.

Lo que puede llamar nuestra atención aún más que los chistes es lo siguiente:

-Los conductores son, en su mayoría hombres y las conductoras dejan que se les insulte, son objeto de burla y albur, violencia que lo toman a juego pero es violencia, aceptación de este trato frente ellas a la cámara y competencia visible entre. En general, no hay nada bueno que decir de este programa.

En la página oficial en internet, hay videos de los conductores pero los videos de las conductoras se muestra muy sensuales, galería de fotos.

Nota: también hay presentaciones en toda la república, ya se presentaron en La paz, B.C.S.

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA:

Nota: Este texto no tiene firma.

Nombre de la página en internet:



¿Donde quedo la **censura** en TV Abierta?

Recientemente se ha observado en la Television Abierta, una serie de eventos un tanto inaceptables de acuerdo a la programación ofrecida, pues anteriormente en la Television Abierta no se podían pronunciar muchas palabras, y si se pronunciaban se censuraban al momento, lo cual parece ahora no importarles

Es cierto en TV de Pago existen muchos **programas** con un lenguaje muy real (groserías) pero aun así están limitados, siendo así que palabras como “verga” no pueden ser pronunciadas, en TV Abierta la censura se extendía a palabras como “desmadre, pinche, pendejo, etc.” lo cual ahora se escucha mucho en la televisión

Un ejemplo muy claro es Brozo, que si bien a mal a Televisa le ha costado un huevo traerlo de **regreso**, parece no tener censura, ya que libremente puede decir lo que se le pinches antoje, llegando hasta realizar amenazas como el sonado caso del Twittero que amenazo en el **programa**

Otro ejemplo muy pasado es el ya conocido Talk show de “Laura” el cual anteriormente era transmitido en el **canal 9** bajo el nombre de “Laura en America” donde si bien no se escuchaban groserías, se mostraba cierta violencia, ahora que ha regresado a Televisa el programa se ha ido tornando más violento y agresivo pues, ahora ya cualquier pendejo va y dice madre y media a nivel nacional, pese a que se les da instrucciones de que pueden decir y que no, es mas sin irnos lejos, la violencia la muestra la misma Laura pues ya una vez ha golpeado a uno de sus panelistas **en vivo**, además de que muchas veces pronuncia palabras altisonantes y se justifica con una pendejada diciendo “yo no sabía que era una grosería, es que a mí me hablan así aquí, disculpen yo no sé ese tipo de palabras”

Ahora parece ser que ni el contenido mostrado les interesa pues revisando el programa del día de hoy, nos encontramos con que videos con cierta violencia son



mostrados en un **horario** muy **familiar**, siendo las 3pm ya no hay censura en los videos, hay mas groserías, hay golpes, y mucha mucha pendejada

Otro caso es el programa “Esta cañón... con Yordi Rosado” el cual paso de ser transmitido de Unicable también a **Canal 5**, el cual si bien no contiene tanta grosería, si contiene palabras altisonantes

Por otra **parte** Televisa no es el único ya que en **TV Azteca**, durante el programa de “Cosas de la Vida” se han observado varios videos sin censura donde se han llegado a escuchar hasta mentadas de madre a nivel nacional

Realmente ya no se tiene un control en cuanto a lo que muestran y lo que no en Television, y si de eso se trata por qué programas como “Guerra de chistes” “Platanito Show” “Su sana Adicción” tienen que ser transmitidos en TV de paga simplemente por su lenguaje utilizado, además de tratar temas sobre sexualidad y demás

Porque no se dejan de mamadas y toman realmente el control, será que Televisa le tiene miedo a Brozo y a Laura? Estarán ganando tanto con ellos que realmente por eso les permiten todo

Una muestra de la censura que no aplica a todos, es con los personajes de “Las Lavanderas” las cuales durante su programa donde crecieron “El Club” en Televisa Monterrey, se les llega a salir una mala palabra y son sacadas del aire durante un tiempo, o cualquier persona que mencione algo grosero es suspendido del aire durante cierto tiempo, ya una vez le paso a “Las Lavanderas”

Yo no estoy en contra de que las cosas estén así, pero sería mejor que todos parejos, por una parte es hasta absurdo que hagan estas cosas las Televisoras, pues promueven respeto y su pinche madre, pero por otra parte te enseñan a decir malas palabras o cierta violencia



Cuántas veces los papas no han llegado a regañar a los hijos, ¿Oye wey, por que le dijiste hijo de puta a tu primo? Pensando que esto fue aprendido de las amistades o en la calle, sin realmente no observar que pudo ser aprendido en la Television observando “Programas familiares”

Por otra parte si no fuera censurado el lenguaje en la Television, posiblemente tendríamos un mejor nivel de programas, los programas ofrecerían un mejor contenido y no habría tanta mierda en la televisión

Sin más te dejamos un pequeño video donde te mostramos el control que está teniendo Televisa sobre la disque censura en la televisión



PROGRAMACIÓN

TV: Abierta

CANAL: 2, el canal de las estrellas.

SERIE: La Rosa de Guadalupe.

HORARIO: 4:00 a 5:00 pm. (Lunes a viernes)

CAPÍTULO: 386 La luz te va a salvar

FECHA DE TRASMISIÓN: Miércoles 7/Diciembre/ 2011

INFORMACIÓN GENERAL:

La Rosa de Guadalupe es una [serie](#) de [televisión mexicana](#) creada por [Carlos Mercado Orduña](#) y producida por Miguel Ángel Herros, que relata distintas historias, en las que los milagros de la [Virgen de Guadalupe](#) están presentes. La serie ha obtenido mucha controversia ya que trata sobre temas muy ingenuos y sin sentido, con soluciones bastante irreales y fingidas.

Cada programa relata una historia distinta, en la que algún personaje tiene alguna dificultad (personal, familiar, una mezcla de ambas, o vinculada con algún amigo o ser querido) que no se logra solucionar, por lo que pide la ayuda de la Virgen de Guadalupe a través de alguna oración específica para su problema. Instantes después de cada oración, aparece una rosa blanca, la cual es un símbolo de que la petición ha sido escuchada por la Virgen de Guadalupe y la señal de que todo se solucionará adecuadamente.

Cuando se soluciona el problema, los involucrados son acariciados por un viento (que representa el actuar de la Virgen de Guadalupe) y, al final de cada episodio, uno de los personajes narra el mensaje, a modo de moraleja, propio de cada capítulo. Se le ha criticado por ser una serie con evidente contenido religioso, bajo el argumento de que es necesaria la intervención de un poder divino para la

resolución de los problemas. También, dentro del marco religioso de las historias, se ha criticado el hecho de considerar a la Virgen de Guadalupe como la autora de los milagros cuando, dentro de la doctrina católica, se considera a Dios el único autor de tales eventos.



CONTENIDO-FRAGMENTO.

La presentación de la serie comienza con una música de entrada dramática y en tono grave.

Primera escena.

Inicia el capítulo con la toma en la televisión con una transmisión de un noticiero con la conductora dando una noticia sobre delincuencia.

-Conductora TV.- Se da un golpe más a la delincuencia, se detuvo a Daniel López, un tratante de blancas de apenas 16 años de edad.

Se abre la toma y deja ver que la televisión está en la sala de una casa en donde una mujer mayo (abuela) y otra mujer (madre) se muestran sorprendidas por la noticia que están escuchando.

-Conductora TV.- Se le acusa de varias desapariciones de mujeres, todas menores de edad.

La madre no puede creer lo que está escuchando, sale en la pantalla la foto del delincuente en la televisión.

-TV.- Si reconoce a este hombre, Daniel López, es muy importante que acudas a denunciarlo.

La madre se levanta y se acerca a la televisión muy sorprendida y angustiada.

-Madre.- (llorosa) Es él mamá, es Daniel, lo aprendieron (con los ojos cerrados he implorando) Gracias virgencita.

-Abuela.- ¡Por fin sabemos de ese desgraciado! (enojada) Por fin tenemos una esperanza.

-Madre (Angustiada) ¡Vamos a la procuraduría, tienen que decir en dónde está mi hija mamá!

-Abuela.- ¡Vamos!

-Madre.- ¡Ahora mismo!

Segunda escena.

En la procuraduría, están sentadas la madre y la abuela frente a un escritorio, desde el pasillo se ve a dos policías que traen esposado a Daniel López, ellas lo ven, la madre se levanta para agredirlo.

-Madre (agresiva y gritando).- ¡Desgraciado! (le pega, lo jala de la cabeza) ¿en dónde está mi hija?

Los policías intentan detenerla, sigue la agresión

-Madre.- ¿En dónde tienes a mi niña?

Los policías, después de haber dejado que la señora maltratara al delincuente, se lo llevan. La madre se queda llorando y pidiendo explicaciones.

-Madre.- ¡Mamá, en dónde está mi hija!

-Abuela.- Ya mijita, ya cálmate.

La madre llora desesperada y recibe consuelo de la abuela.

Tercera escena.

Una mujer rubia, muy arreglada le dice a una jovencita que se ve asustada.

-Mujer.- Luz, con el baño te vas a sentir más relajada, aparte tienes que estar fresca y limpia porque ya te tocó.

-Luz.- ¿De qué está hablando?

-Mujer.- Subastamos tu virginidad, por cierto con tu fotografía pagaron mucho dinero.

-Luz (resignada a lo que viene) ¿Qué va a pasar después conmigo?

-Mujer (con lástima) mmm seguro vas a acabar en algún burdel de Los Ángeles o de Chicago, o de Texas y si te portas mal te mando a Rusia, a los Rusos les gustan las mexicanas como tú.

La mujer se le acerca y mientras le acaricia el cabello le dice:

-Mujer (Amenazando) Así que pórtate muy bien con el cliente, ¿entendiste Luz?

La joven sigue llorando y asiente con la cabeza.

-Luz.- Sí, sí señora.

Semanas antes...

Están en el interior de un antro, Luz y Daniel López.

-Daniel.- ¿Sabes que es lo mejor que me ha pasado esta noche?

-Luz.- ¿qué?

-Daniel.- Haberte conocido.

Luz baja la mirada.

-Daniel.- En serio, eres muy linda.

-Luz (tímida) Gracias.

-Daniel.- ¿Gracias por qué?, estás guapísima, vamos a tomarnos una foto para tener el recuerdo de esta gran noche.

-Luz.- Órale.

Se toman una foto con el celular de Daniel.

-Luz.- ¡Qué padrísimo!

Llegan a la mesa los y las acompañantes de Luz, uno de ellos comienza a decir cosas desagradables. El chico eructa y molesta a todos.

-Chica.- ¡Qué asco!

-Luz.- ¡Hay que repugnante!

-Chico.- (burlón) Cuanto que me exprimo este barro y le salpico la cara (a Luz)

-Luz.- (molesta) No, es una guarrada.

-Chico.- ¿Me estás diciendo naco?

-Luz.- Si, eres un guarro.

-Chico (amenazante) Vuélveme a decir naco y verás lo que te pasa.

Daniel se levanta de la silla y se pelean.



-Daniel.- (amenazante) A ella la respetas.

-Chico.- Tú no te metas o no respondo.

-Daniel.- ¿Qué me va a hacer?

-Chico.- Bájale, si no quieres que te rompa la cara.

-Daniel.- Pues cómo veas, no te tengo miedo.

Daniel empuja al chico, se pelean y caen al piso del antro, los demás gritan que ya se tranquilicen.

OBSERVACIONES:

El comportamiento de los padres es de apertura en el caso de la familia de Luz, la confianza que se tienen madre e hija, al final le miente para escaparse con el novio (tratante de blancas). Es importante mencionar que Luz forma parte de una familia que la integran sólo mujeres, la hija, la madre y la abuela, esto puede dar a entender que sin la figura de un hombre en la familia pueden pasar situaciones de este tipo, sin un hombre que las defienda.

En el caso del chico que molestaba a Luz, los padres siempre lo castigaron, este chico fue el que descubrió al delincuente pero nadie le creyó por su fama de mentiroso y mal comportamiento. Al final sus padres le pidieron perdón y lo apoyarán llevándolo a un psicólogo por su hiperactividad.

La escuela se mostró alejada de la situación, no le dio importancia a la queja de la madre de Luz, de molestada por este chico y a los demás compañeros. La directora decía que así era este chico, siempre molestando pero que era inofensivo.



La actitud del tratante de blancas fue dejarse aceptar por todos, ganarse la confianza de las personas y lograr su objetivo al final.

Lo que más llama la atención en esta serie es que, se logra un acercamiento directo con la Virgen de Guadalupe, tienes un encuentro con ella debido a tu fe y se mezcla entre los mortales y te ayuda. La Virgen resuelve tus problemas y calma tus angustias.

Lo preocupante es que la realidad es otra y que no es posible llevar los problemas sociales a una solución fantasiosa como la muestran. El tema de la religión es algo delicado de tratar por la carga cultural, la creencias de los mexicanos, la legitimación de esta imagen religiosa entre la población sobre todo los más humildes.

Es ventajoso mostrar este tipo de producciones con temas sobre problemas sociales en un canal nacional, de gran alcance y credibilidad para dar el mensaje a la población de que todo tiene solución así como se muestra en esta serie, de manera religiosa y fácil.

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA:

- La Rosa de Guadalupe la puedes encontrar en internet con todos los capítulos transmitidos.

“La Rosa de Guadalupe” inspira cómo morir a niña de 10 años en Piedras Negras.

Un episodio del programa "La Rosa de Guadalupe", que transmite Televisa, fue la inspiración para que la niña Itzel Elvira Murillo Lobato, de 10 años, decidiera suicidarse, en espera de la que la virgen le hiciera el "milagro" de revivirla y de reunir a su familia.



Como se recordara, la pequeña veracruzana, el pasado 16 de agosto, día de su cumpleaños se colgó en el interior de su domicilio, víctima de un acceso de depresión.

Compañeras del V grado, en la Escuela Primaria Andrés Cárdenas Amaro, en el sector Cumbres, narraron a La Voz de Piedras Negras que la pequeña Itzel se quedaba sola todas las tardes y se distraía con el programa La Rosa de Guadalupe.

Murillo Lobato, se sentía deprimida y platicaba todo el tiempo de la virgen y deseaba que ésta le hiciera el milagro de reunir a su familia y dejar de sentirse abandonada.

En uno de los capítulos del programa televisivo, una niña vive con su madre y al enfrentar la separación de sus padres, y sentirse abandonada decide intentar suicidarse, para llamar la atención de la familia.

Por fortuna, en el citado capítulo, la virgen aparece, la revive y sus padres deciden darse una nueva oportunidad y vivir juntos de nueva cuenta.

"Siempre nos platicaba que ya le había pedido este milagro a la virgencita, pero nunca pensamos que se suicidara", dijo una de sus compañeras, de la sección A, de quinto grado en la escuela Andrés Cárdenas Amaro. En la vida real, Itzel, ayer no regreso a la escuela, y su silla permanece vacía, como mudo testigo de la trágica soledad en que viven miles de niños, por el trabajo de sus padres.

[EL HERALDO DE SALTILLO](#)

La Rosa de Guadalupe. Ofendidos por Televisa



El pozo de los deseos reprimidos. Álvaro Cueva. 05/Agosto/2011

Qué asqueroso está el tema de la intolerancia en nuestro país. En los últimos días me la he pasado procesando una cantidad de material al respecto, como para que usted y yo nos sentemos y discutamos.

El lunes pasado a media tarde, por ejemplo, comencé a recibir una serie bastante numerosa de mensajes peculiares.

Todos afirmaban, con una rabia insólita, que el programa “La rosa de Guadalupe” les había faltado al respeto, que Televisa los había ofendido y cosas por el estilo.

¿Quiénes eran las víctimas de semejante campaña de horror? Los adoradores de la animación japonesa (otakus) y las personas que gustan de disfrazarse como sus personajes favoritos de esas caricaturas (cosplayers).

Yo, la verdad, no entendía porque el capítulo de esa tarde se había tratado de otra cosa hasta que algunos de los televidentes ofendidos me mandaron ligas a diferentes páginas de Internet.

¿Qué era lo que mostraban esas imágenes? Escenas de lo que iba a ser el próximo capítulo de “La rosa de Guadalupe” que, al parecer, se iba a dedicar a los “otakus” y “cosplayers”.

Dicho en otras palabras, todo ese fenómeno de rabia era nada más por los avances de ese programa. Imagínese lo que sucedió el miércoles cuando se transmitió. Odio total.

¿Pues qué fue lo que se presentó en esa emisión? ¿Acaso la Virgen bajó del cielo para condenar a los otakus? ¿Acaso algún chavo fue expulsado de la iglesia por vestirse como Naruto? ¡Qué pasó!

Pasó que en ese episodio de “La rosa de Guadalupe” se abordó el rechazo que muchos de los otakus y cosplayers reciben en diferentes círculos sociales por ser diferentes.

Fue un capítulo precioso donde se apoyó el derecho de estos jóvenes a defender sus gustos y sus ideas, y donde se habló de la necesidad de acercar a los padres de familia, y a la sociedad en general, a esta clase de manifestaciones para que las entiendan y las aprecien.

La verdad, fue un programazo. Por supuesto que su protagonista era una chava a la que le iba pésimo por pensar como pensaba, por vestirse como se vestía y por ser como era.

Pero al final hasta su mamá, interpretada por Yolanda Ventura, acababa disfrazándose como ella para sensibilizar a los demás sobre la importancia del ánimo y el cosplay.

En resumen, el episodio del miércoles pasado de “La rosa de Guadalupe” fue uno de los reconocimientos más hermosos que jamás se le han hecho a estas tribus urbanas en la historia de la televisión mexicana.

No entiendo por qué tantas quejas. ¿Sí vieron el capítulo completo? ¿Sí lo entendieron?

¿Qué fue lo que les molestó? ¿Que al principio de la historia al personaje principal le iba como en feria? ¿Pues qué esperaban? ¿Que le hicieran un homenaje en vida nada más porque sí?

Y si hubiera sido así, ¿de dónde hubiera surgido el conflicto dramático que le hubiera dado sentido a esa trama?



“La rosa de Guadalupe” es un teleteatro didáctico tipo “Lo que callamos las mujeres”, sólo que enfocado al mercado juvenil y con la Virgen de Guadalupe como pretexto para la reflexión. ¿Qué pretendían que se dijera?

Yo, como admirador de las animaciones japonesas, me siento profundamente honrado de que un concepto así se haya fijado en lo que me gusta.

¡Qué bueno que el tema se ponga sobre la mesa! ¡Qué bueno que se empiece a discutir! ¡A aceptar!

Lo que se me hace terrible es la intolerancia de los otakus y cosplayers que, desde antes de que se estrenara esta emisión, ya la estaban boicoteando.

¿Cómo pretenden combatir la intolerancia de la que son víctimas? ¿Con más intolerancia?

Tengo 24 años dedicándome al periodismo de espectáculos y estoy tan convencido de que la animación japonesa y los disfraces merecen respeto que, cuando he podido, he tocado el tema en diferentes medios de comunicación.

Pero con todo el dolor de mi corazón le tengo que decir que, la mayoría de las veces, los principales enemigos de los otakus y cosplayers son los otakus y los cosplayers.

Usted no me creería si le contara la cantidad de insultos que he recibido por hablar de un título y no de otro, por haberme equivocado en la pronunciación de un nombre en japonés o por cualquier tontería.

¿Así o más prepotentes? ¿Así o más groseros?

Si los otakus y cosplayers quieren respeto, debería comenzar por respetarse a ellos mismos y por respetar a los demás, especialmente a los que los atienden, a los que sienten curiosidad por su cultura.



Y si tanto les preocupa su imagen, júntense y pónganse a trabajar al respecto. Es muy cómodo asumirse como víctimas y atacar con el cuento de la intolerancia.

¿Pero dónde están sus manifiestos, sus propuestas y sus acercamientos formales con los medios de comunicación? ¿Dónde está su trabajo como comunidad?

El respeto no llega solo, se trabaja y mis queridísimos otakus y cosplayes, si en verdad quieren salir a la luz, van a tener que trabajar mucho. ¿O usted qué opina?



PROGRAMACIÓN

TV: Cerrada

CANAL: Telehit

PROGRAMA: Las Lavanderas. (2011)

HORARIO: Nocturno

TRANSMISIÓN: Martes y jueves 22:30.

REPETICIÓN: Miércoles y viernes 01:30 y Domingos 21:30

INFORMACIÓN GENERAL:

Telehit.

Es un canal de televisión mexicano dirigido al público hispanohablante de temática musical que pertenece a la cadena Televisa Networks. Tiene cobertura en México, Latinoamérica, Estados Unidos y Europa. Está actualmente dirigido por el productor de televisión Guillermo del Bosque.

Empezando sus transmisiones el 27 de agosto de 1993, en la actualidad también transmite vídeos en inglés para competir con su rival más directa, la versión latina de MTV.

Telehit cesó sus transmisiones en Directv este 1 de Julio de 2010 al ser eliminado al igual que su par Ritmoson Latino y sustituido por los canales también de Televisa Networks: TNovelas y Clasico TV.

Además de vídeos, el canal también transmite conciertos, especiales acerca de artistas y programación de interés hacia la juventud. Hace las coberturas completas de eventos como el Vive Latino y otros eventos radiales.

El proyecto y concepto general estuvieron a cargo de Guillermo del Bosque, quien desde 1993 y hasta 1998 produjo y dirigió el canal. "Si tú no vuelves", de [Miguel Bosé](#), fue el primer video transmitido en el canal.



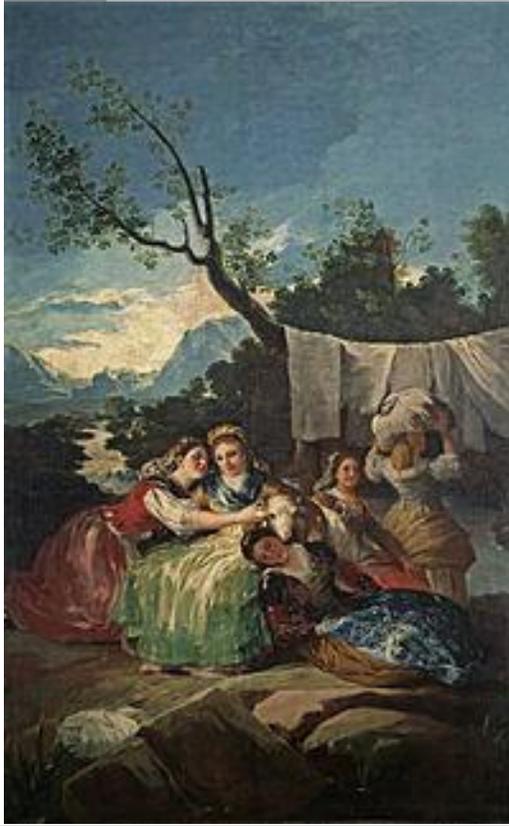
[Alejandro Pleuger](#) se ocupa de la dirección en 1999, acompañado por Del Bosque como productor ejecutivo. A finales de [2000](#), [Eduardo Marrón](#) es nombrado productor y director del canal. Se reformó la programación introduciendo vídeos de éxitos en inglés y otros idiomas, incluyendo vídeos exclusivos de [Cumbia](#), [Duranguense](#), [Pop](#) y otras fusiones.

En Octubre del 2005, regresó la producción a manos de Guillermo del Bosque, creando una nueva imagen, con logotipo nuevo, y una renovación de los conductores

Las lavanderas. Telehit.

Legaron a Telehit, un par de lavanderas irreverentes que son las protagonistas de este programa con invitados especiales en cada emisión. Es muy divertido ver estas celebridades lavando ropa en la azotea del edificio Telehit y escuchar sus ocurrencias sobre el medio del espectáculo.

COMPARANDO:



Las lavanderas, Goya.

Las lavanderas, Telehit.

CONTENIDO-FRAGMENTO:

*Nota: no hay errores en las palabras, así es el vocabulario que manejan.

Inicia el programa con imágenes de las conductoras como si hubieran vivido juntas desde la niñez, de pequeñas en un parque, la escuela, la secundaria, con vestido de XV años bajando las escaleras de la iglesia, toda una vida juntas.



Voz off: Hay historias que comienzan juntas, almas inseparables, amistades de tiempos felices y experiencia dolorosas pero siempre unidas caminando (así dice) por la vida.

(Entrada del programa)

Voz off: Porque unas tienden a subir y otras suben a tender, este el departamento de lavado en Telehit y ellas son Las Lavanderas. ¡¡¡Bienvenidos, está en su azotea!!!!

Inicia la escena con Karla Luna, peluca de cabello negro. (1) después al abrir la toma entra Karla Panini, peluca rubia. (2) Las conductoras mascando chicle, mala pronunciación y bailando tipo rap.

Lavandera 1: Sobres, sobres, sobres...

Lavandera 2: eh eh sobres, sobres...

La lavandera (2) se tira al suelo y continúa con el baile de rap, hip hop. Lavandera (1) le hace burla.

Lavandera 1: ¿Qué es eso?

Lavandera 2: Perese comare...

Lavandera 1: ¡¿Qué es eso?! ¡La anda cagando, chingado hombre!

Lavandera 2: (mientras recoge la caja del micrófono que se le cayó por el baile)
¡Ya me chingué el micrófono comare!



Lavandera 1: (sarcástica) Le estoy diciendo.

Lavandera 2: (llama a producción) ¡Audio por favor, audio por favor! (ve al técnico entrar a escena) pásale papasito, (burlándose) pa que te vean que guapo eres.

Lavandera 1: ¡Mira que bonito!

Entra técnico a escena, el público chifla. Mientras el técnico le pone el micrófono la lavandera (1) se pone atrás de él y la lavandera (2) delante de él y bailan las dos chicas muy pegadas y balanceando su cuerpo empujándolo de una lado a otro. Las conductoras mientras bailan, cantan: sobres, sobres, sobres...llegan a subirse sobre él, en ese momento se escucha unas voces en off.

Voces en off: ¡Chiste, chiste!

Lavandera 2: Voy a contar un chiste. Siempre este mañoso que nos pone el micro nos dice: ¿traes pantalón chaparrita?, así me dice, pinche mañoso (le da un manotazo en la cabeza)

Entra música, canción de lanvada.

Lavandera 2: ¡Lanvada comare, lanvada!

Retoman el baile pegándose al técnico pero ahora es una de frente a él y la otra por la espalda. Se escuchan risas del público.

Lavandera 2: Se está pasando comare (el técnico sigue poniendo el micrófono) me está agarrando la nalga.

Lavandera1: (enojada) ¡oyeme, deja a mi comare en paz (le da un manotazo en la cabeza)



El técnico sigue poniendo o intentando poner el micrófono.

Lavandera 1: ¡Pendejo!

Lavandera 2: Ya comare, me agarró toda la nalga.

Lavandera 1: Ya comare, no es la primera persona que le agarra una nalga.

Lavandera 2: No pos si, como quera que sea juimos bien putas comare.

Lavandera 1: (aclarando preocupada) pero ya no comare

Lavanderas: (a coro) ¡uno como quera...las criaturas!

Se detienen en uno de los lavaderos de la escenografía.

Lavandera 1: (fatigada) Me cansé comare.

Lavandera 2: (fatigada) Yo también comare,vamos a contar unos chistes comare.

De pronto la lavandera (1) calla a la lavandera (2) y voltea a ver a la cámara.

Lavandera 1: Perese, hey.. (Hablando hacia la cámara y gritando) ¡¿Cómo están todos allá en casa?! (Le da una manotazo en la cabeza a su compañera como burlándose)

El público grita emocionado.

Lavandera 2: (gritando) ¡¿Cómo está toda la gente aquí en el estudio?!



El público grita emocionado.

Lavandera 1: (gritando) Buenas noches, ¿están fornicando?

El público contesta siiiiiiii.

Lavandera 2: (seria) Comare, ¿se ha puesto a pensar que cuando estamos en el programa, uno de cada diez están echando un palo?

Lavandera 1: Comare, ¡que interesante!

Lavandera 2: Es una estadística que estoy haciendo.

Lavandera 1: ¿Y cómo la está haciendo?

Lavandera 2: (nerviosa) am...mmm...pues hablo al tanteo comare, me imagino, por ejemplo comare (la ubica frente a la cámara) a ver uste, ¿qué ve ahí? ¿uste cree que nos están poniendo atención una pareja? Noooo, tienen la tele ahí y están...(hace sonido de jadeo)

OBSERVACIONES:

El programa se desarrolla en una azotea simulada, con dos lavaderos reales, tendederos con ropa, mas ropa interior que otro tipo. Están acompañadas de un DJ a lado del escenario pero participa y le hacen tomas al aire, les pone las canciones y sonidos que necesiten.

Las conductoras tienen un vestuario conformado por pantalones cortos, tipo bermudas, playeras de equipos de futbol, tenis, y mandil, pelucas despeinadas con una banda en la cabeza, su atuendo en fuera de moda y colores chillantes,

siempre están mascando chicle y caen en lo extremadamente vulgar y falta de respeto a ellas mismas y a los demás.

Las entrevistas a los invitados varían en vestirlos como ellas, que bailen o bailarles muy exagerado y vulgar. Los chistes son muy subidos de tono. El vocabulario es llamarse entre ellas y a los demás como: miados (as) pendej(a) putas, labios vaginales, su pinche madre, a la chingada, hijos de su puta madre, mamadas, culeros, hocico, etc. etc.

En la presentación que hicieron en la ciudad de La paz, B. C. Sur, tuvieron un lleno total en el estadio de la misma y la audiencia seguía sus chistes, canciones y sobre todo se escuchaban las risas aún cuando los estaban insultando. Cuando se despidieron lo hicieron así:

Lavanderas: Gracias, Gracias la paz por dejarnos mentarles su madre!!!!

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA:

MILENIO Online

El veto a “Las lavanderas”

El pozo de los deseos reprimidos

Álvaro Cueva

- 2011-03-07•Hey!



GOBIERNO
FEDERAL



Karla Panini (peluca rubia) y Karla Luna (peluca oscura)

Conductoras de *Las lavanderas*, surgidas de Televisa Monterrey

Estoy bastante preocupado y molesto con un asunto que se está presentando en la televisión y que sí es como para pedir la intervención tanto de las autoridades como de los anunciantes: “Las lavanderas”.

¿Quiénes son “Las lavanderas”? Dos personajes surgidos del programa “El club” de Televisa Monterrey que aparecen semana a semana en Telehit con una emisión francamente espantosa.

¿Por qué? Porque no es que sea populachera, es grosera. Porque no es que sea irreverente, es vulgar. Porque no es que sea propositiva, es amateur.

Para no hacerle el cuento largo, después de ver “Las lavanderas” a uno lo menos que le dan son ganas de salir a matar mujeres.

Es un tema muy delicado de reforzamiento de estereotipos negativos y promoción del odio que a lo mejor está bien para un show de cabaret o para un podcast, pero que contradice las campañas de valores de todo Grupo Televisa y que atenta contra la mismísima televisión.



¿Qué pasa con “Las lavanderas”? Que desde hace un rato dejaron de salir en el programa del que surgieron en Monterrey.

Nadie sabe con certeza si es porque no han querido, porque los ejecutivos de esa televisora decidieron retirarlas de la pantalla o porque siempre y sencillamente estas dos chicas (Karla Panini y Karla Luna) están tan ocupadas haciendo negocios con Telehit y en diferentes puntos de la República que no han tenido tiempo de atender a su público original.

El caso es que la semana pasada, en una mezcla de trepársele al patrón y truco publicitario, “Las lavanderas” comenzaron a manejar, en diferentes producciones de Televisa Monterrey, que estaban vetadas.

Y no sólo eso, aparentemente se pusieron a convocar a la sociedad para que hicieran una marcha en la Macroplaza de la capital del estado de Nuevo León para exigir su regreso a “El club”.

Mire, cuando una persona está vetada de Televisa, está vetada. No entras a las instalaciones, prohibido mencionar tu nombre, adiós.

“Las lavanderas” no pueden manejar este concepto porque evidentemente no están vetadas de la empresa, porque al hacerlo se están burlando de las personas que sí están vetadas y porque con todo esto están jugando con una de las estrategias más polémicas de Televisa.

¡Cuidado! Esto es una bomba a nivel interno.

Y segundo, no sé qué piense usted, pero a mí se me hace una burla que a la gente de Monterrey, que tiene tantos problemas, que se le está pasando tan mal y que tiene decenas de pretextos para salir a marchar, se le pida que salga a la Macroplaza a exigir algo tan superficial como el regreso de estos personajes.

“Las lavanderas” no son “Presunto culpable”. “Las lavanderas” no son Carmen Aristegui. “Las lavanderas” no son ni los familiares de la Guardería ABC ni los de las muertas de Juárez. ¿De qué se trata?

Desde la perspectiva de la ley de radio y televisión, están cometiendo faltas imperdonables. Como para ir a Gobernación y cuestionar.

Desde la perspectiva social, esto es un insulto para Monterrey, sus habitantes, su televisión y no sólo para ellos, para todas las personas que han tenido una razón válida para salir a marchar.

Yo no sé si esto es una broma, un truco publicitario o si tiene algo de verdad, pero lo que sí sé es que está jugando con fuego, que refleja una ausencia de autoridad gravísima en Televisa Monterrey y que dice cosas muy tristes del pueblo de Nuevo León.



Bully beatdown, uno de los más recientes estrenos del canal MTV

El horno no está para bollitos, no podemos combatir el odio con el odio. Por eso tengo sentimientos encontrados con “Bully Beatdown”, uno de los más recientes estrenos del canal MTV.



¿Qué es “Bully Beatdown”? Una mezcla de formatos de televisión real y deportiva en donde, se supone, se quiere combatir el acoso (“bullying”) que muchas personas reciben en lugares como escuelas, oficinas y restaurantes.

¿En qué consiste? En toda historia de acoso hay dos partes: el acosador y la víctima.

El acosado es que el insulta, el que pega, el que atenta. La víctima, el que recibe los insultos, los golpes y que, incluso, llega a morir porque no quiere o no se sabe defender.

Ahí es donde aparecen los señores de “Bully Beatdown”. Si usted es víctima de acoso, les llama, ellos van con su acosador y lo retan a que, a cambio de una apuesta económica, demuestren si son tan “machitos” peleando contra un hombre de su tamaño que resulta ser un luchador profesional de artes marciales mixtas.

Al final, el acosador es humillado y golpeado en un cuadrilátero especial con público en vivo en el mejor estilo de “El club de la pelea”.

Como espectáculo es muy vistoso y está muy bien hecho. Como asunto social, sí es preocupante.

¿Se debe combatir al “bullying” con algo todavía más rudo y sanguinario? ¿A partir de ahora el “bullying” va a dejar de ser un conflicto y se va a convertir en un bonito divertimento?

Aquí está pasando algo, algo que tenemos que discutir. ¿A poco no?



PROGRAMACIÓN

TV: Abierta

CANAL: 5

SERIE: Los Héroes del Norte

HORARIO: 10:00 pm. (Lunes a Jueves)

CAPÍTULO: 17 "Del cielo al infierno"

FECHA DE TRASMISIÓN: Noviembre de 2011

INFORMACIÓN GENERAL:

Los héroes del norte es una serie musical con comedia de situación. Creada por Gustavo Loza, que constará con 18 episodios. Protagonizada por Miguel Rodarte, Humberto Busto, Armando Hernández, Andrés Almeida, Marius Biegai y María Aura. Es una producción independiente de Adicta Films para Televisa. La serie habla del fenómeno grupero. Se estrenó el 20 de septiembre de 2010 por Bandamax (en televisión por cable) y se estrenó el 3 de octubre de 2011 por el 5.

Sinopsis:

Jesús Prieto Reyes (posteriormente conocido como Apolinar Caborca), músico educado en el conservatorio -de su pueblo- y magistral ejecutante del oboe que al quedarse sin trabajo, decide autoexiliarse en el norte del país. En su viaje hacia esa región pierde a su novia por que esta la abandona por un trailerero. Mientras tanto, el dúo de Chilangos Metaleros, "El Faquir" y "El Botarga", emprenden un viaje a carretera, con destino a Texas para participar en una competencia de bandas y con el sueño de ser famosos. Estos personajes se conocen a raíz de una serie de situaciones, en las cuales Jesús es arrestado por comenzar una pelea en un centro nocturno, mientras que a "El Faquir" y al "Botarga" los arrestan por confundirlos con "narcosatanicos". Una vez reclusos en los separos de la



comandancia de policia, conocen al Comandante "Zacarías III"; un mujeriego que tiene la ilusión de ser artista grupero, y al saber que son músicos este los saca de prisión pero se aprovecha de ellos llevándolos a darle serenata a todas sus novias. Ya estando libres, mientras departian y sin el dinero para pagar la cuenta de lo que habian consumido, el faquir engaña a un menonita vendedor de quesos, haciendo que este termine por pagar la cuenta de lo consumido, pero este cobra venganza, localizandolos y dejandolos sin instrumentos. Sin dinero y varados en el pueblo, a Jesús se le ocurre formar un grupo y deciden invitar al comandante Zacarias III, para que sea el cantante del grupo, y una vez convencido de pertenecer al grupo y de retirar "cierta" cantidad de dinero de la "cuenta congelada" de la Dependencia (para ser usado en comprar vestimenta que usarán para sus futuras presentaciones) le piden la ayuda al Comandante Zacarías para ir a donde vive El Menonita, y le obligue a que les devuelva los instrumentos que les tomo en pago por la estafa que le hicieron, topándose con la grata sorpresa que el menonita es el maestro de música de su comunidad, Jesús invita al Menonita a que también pertenezca al grupo, el menonita accede, motivado por su gusto a la música y su hartazgo de vivir el estilo de vida, huyendo de su comunidad y de su familia: y es así como se completa la agrupación conocida originalmente como "Los Sicarios y sus Cuernos de Chivo", formada más por una necesidad de sobrevivir que por el gusto por la música grupera, a excepción de "Zacarías III", quien después de haberle dedicado toda una vida al heroico cuerpo policiaco de su estado, cuelga las armas para hacer su sueño realidad. La agrupación comienza su carrera amenizando fiestas populares, luego en ferias del pueblo hasta que por un golpe de suerte llegan a los grandes escenarios, todo lo anterior no sin antes pasar por cómicas situaciones y a su vez entretenidas.



Miguel Rodarte es Zacarías III (personaje principal, está en el centro de la primera foto de arriba)

Policía de profesión y romántico de corazón, él es Zacarías

Zacarías III (Miguel Rodarte) Oriundo de Santiago Papasquiario, Durango, alto, fornido, bigote raro, mirada profunda, lampiño y parece sacado del mismísimo libro vaquero.

Policía de profesión, cantante es su pasión. De estudios mejor ni hablamos, digamos que tiene el físico de Lupe de Bronco pero con la voz educada del malogrado "gallo de oro" Valentin Elizalde, en el fondo es un romántico de buen corazón, su debilidad son las "mushashas", bueno para el trompo y bien bailaror.



No toma alcohol porque se pone "bien violento y no entiende razones". ¿Su comida favorita? El caldo tlalpeño y los tacos de asada.

Humberto Busto es Don Apolinar Caborca (tiene traje y sombrero negro en la foto)

Conoce a Don Apolinar, el creador de la banda y amante del chop suey

Líder y creador de la banda, Oaxaqueño de nacimiento, cuenta con 36 años de edad, de carácter explosivo e incluso infantil, con una fuerte tendencia a la depresión porque "nadie lo valora ni le dan su lugar", amante del chop suey.

Don Apolinar (Humberto Busto) es músico de conservatorio que pertenece a la filarmónica del sureño estado desde hace tres años, toca el Oboe y varios instrumentos más.

Casado o más bien arrojado con Margaret, sin hijos, llevan una relación bastante sui-generis, son conocidas las infidelidades de Margaret en el pueblo, sin embargo, Apolinar la quiere bien y se hace de la vista gorda, le perdona todos sus deslices argumentando que pues ella es europea y la cosa allá es más *Open Mind*.

Andrés Almeida es El Botarga (lentes y es de complexión gruesa, el primero de izquierda a derecha en la foto)

Es genial, pero El Botarga tiene una gran debilidad por las prostitutas baratas

El Botarga (Andrés Almeida) es mejor amigo del faquir, sateluco de nacimiento, 24 años de edad pero 120 kilos de músculo en reposo, desde niño mostró sus dotes artísticas como corista de la iglesia de Atizapán de Zaragoza y posteriormente en la rondalla del colegio Cristóbal Colón de donde lo corrieron en la secundaria por consumo de estupefacientes en plena noche colonial.

En el lapso de un año pasó por tres escuelas diferentes con la misma suerte, situación que lo obligó a abandonar su casa a los 18 años de edad y se mantuvo trabajando de botarga en una tienda departamental en plaza satélite para posteriormente amenizar fiestas infantiles como abejita. Ahora es el baterista de Vómitopánico y lucha por su sobrevivencia junto con su amigo de batalla.



Vive con su abuela que padece de Alzheimer. Esta en dieta permanente aunque cuando esta solo come compulsivamente pero con su coca light. Siempre preocupado por las calorías de los alimentos.

Es muy chistoso, ocurrente, cuenta chistes, menciona frases célebres, ameniza, siempre tiene un comentario divertido cuando está entre hombres, es obsceno, sin embargo cuando aparece una mujer cambia radicalmente, se acalambra, se paraliza y más si le gusta, no puede con ellas, se tensa, le sudan las manos, hace como que las escucha pero en el fondo siempre tiene proyecciones sexuales con ellas.

Tiene una gran debilidad por las prostitutas baratas y aún así les regatea. Es un estreñido emocional, cleptómano, avaro, tiene la tendencia, costumbre o mal hábito de guardarlo todo, entierra su dinero, lo esconde y luego se le olvida. Si algún día le sonrío la fortuna el seguramente va a seguir viviendo como pobre. Tiene hemorroides.

Armando Hernández es El Faquir (cabello largo, rubio y con una banda en la frente)

Es un virtuoso de la música, pero El Faquir también es desidioso y alburero

El Faquir (Armando Hernández) es originario del defectuoso barrio de Tlatelolco, cuenta con 26 años y apenas 53 kilos de peso, con una cabellera abundante al estilo de Jim Morrison.

Es un virtuoso de la música. Con un sentido del humor bastante corrosivo, de piel sensible a la luz del sol, alérgico al polvo, vegetariano por convicción (y ahora por necesidad), ex líder estudiantil en la prepa 5, admirador del Ché Guevara, divorciado y con una hija de 7 años, es el guitarrista de la banda y le va al américa el muy gay, sabe que le debería ir a los pumas pero es un trauma que no ha superado.

Es el hombre del mañana, desidioso, huevón, alburero, vive como en un jet lag permanente y de pronto se nos queda en pausa, es claustrofóbico, odia los elevadores y obvio, no se sube a un avión a menos que este dopado (que es muy seguido).



Marius Biegai es El Menonita (tiene overol rojo en la fruta)

Un gran músico, además El Menonita se dedica a la elaboración y venta de queso El Menonita (**Marius Biegai**) es nacido en ciudad Cuauhtémoc, Chihuahua, es el típico y auténtico menonita, con 40 años de edad pero con una familia numerosa (5 hijos y su mujer está embarazada del sexto).

Flaco, alto y siempre vestido de overol. Se dedica a la elaboración y venta de queso, quesillo, requesón, queso blanco y queso de puerco. Es intolerante a la lactosa.

Su pasión es la música por lo que los domingos forma parte del coro de la iglesia menonita y da clases de guitarra a los niños en la primaria. Es fan de Arjona, Maná, Sin bandera y la quinta estación pero los escucha en secreto por que las leyes menonas no se lo permiten.

Quisiera conocer el mundo, salir, descubrir, rebelarse ante Dios. Es sumamente ordenado, disciplinado, un poco obsesivo, se la puede pasar horas doblando una camisa.

Ajeno totalmente al mundo exterior y las nuevas tecnologías, está total y absolutamente desconectado y se niega a preguntar. Cuando esta feliz baila y lo hace pésimo. Es un buen administrador, hace sus cuentas con las manos, no usa calculadora.

Cargará con una gran culpa por haber abandonado a su familia y a su comunidad. No toma alcohol.

CONTENIDO-FRAGMENTO:

Comienza el capítulo con los créditos, música grupera de fondo, imágenes en un aeropuerto con la llegada de Los Héroes del Norte ocasionando un descontrol debido a los fans, en su mayoría mujeres, están con pancartas, mantas, gritos eufóricos. Los abrazan, empujan y besas a los integrantes del grupo. La entrada del programa termina con la frase dicha por ellos, “Hay güey”

Inicia el capítulo en la habitación de un hotel con todos los integrantes del grupo viendo la televisión sintonizada en un programa de espectáculos, Pepillo Origel (en la vida real se dedica a informar sobre la vida del espectáculo) hace comentarios sobre el grupo y pone en duda la heterosexualidad de sus integrantes y sobre todo del principal, Zacarías.

-Faquir.- No manches, el burro hablando de orejas.

-T.V.- (Pepillo Origel) Les digo que está de moda salir del closet, pero eso de dejarse poner un billetito en el calzón y que ellos mismo hayan subido esas fotos. En el programa de chismes que están viendo sale una entrevista a un Manejador grupero y dice que él fue quien descubrió el grupo (es el malo de la serie)

-T.V.- (manejador) Ellos no tenían en dónde caerse muertos, no tenían ni casa, yo les di donde vivir.

-Apolinar.- ¿una casa? Mendigo gallinero mugroso

Apolinar recuerda el lugar, es una construcción descuidada, sin ventanas, con una pared derrumbada, sucia y con objetos y muebles viejos.

-Apolinar.- Salimos de Guatemala para entrar a guatepior compañeros.

Siguen viendo la entrevista a su anterior manejador.

-T.V.- (conductor) Pero insisto, ¿qué hay de cierto del antro gay y las fotos que se publicaron?

-Manejador.- Pos eso sí, ni como negarlo, ellos desde que yo los conocí tenían costumbres pues muy exóticas, pues como me lo pedían a gritos, pues no tuve mas que buscarles un lugar de gente gay, igual que ellos, no?

-Faquir.- Chale, ¡qué fuerte!

-Botarga.- Ahora sí se pasó de corneta ese güey eh

La manejadora del grupo se molesta y apaga la T.V.

-Manejadora.- Procopio, ¿no que habías ya recuperado esas fotos?

-Procopio (asistente) Pos sí jefa, pero la verdad no sé qué pasó.

-Zacarías.- No, seguros tienen dobles, pero va a ver ese güey, lo voy a encontrar y le voy a partir su madre.

-Menonita.- Está enojado, por eso está diciendo mentiras.

-Botarga.- sss, que orillante eres carnal, me cae

-Apolinar.- Ya basta, Gordinflón, no te metas con mi compadre, como si tú aportaras muchísimas cosas, todo el día sentadote.

-Faquir.- aguado, aguado que no viene solo mi carnal, hijo

-Manejadora.- Hay que para esas fotos, voy a convocar una rueda de prensa y después de eso, prohibido dar conferencias, ¡entendido!

-Zacarías.- ¿ni a Fabiruchis?



-Manejadora.- Ni a Fabiruchis, ni Chabelo, la Chicuela (conductora real en Bandamax) ni a nadie, ¡estoy harta!

-Botarga.- Chale, yo no estoy de acuerdo doñita ¿cómo que no vamos a dar entrevistas? ¿Qué traza con la promoción, o qué?

-Faquir.- ¿no ve que somos figuras públicas?

-Manejadora.- pues precisamente por eso, ¿qué no se dan cuenta? Esto puede acabar con su carrera, ¿eso es lo que quieren? Es momento de recular, de alejarse de las cámaras, dejar que pase la tormenta.

-Zacarías.- Pero no es justo que ese jijo de maíz no esté desfamando oiga ¿qué a van a pensar mis fans?

OBSERVACIONES:

Es un programa en donde se burlan de grupos de corte popular y también del público, tratan el tema de personas humildes y de clase baja que se hacen famosos, ganan dinero y pierden el control con la fama, vicios, mujeres, lujos, etc.

Los personajes son muy parecidos a personas reales. El personaje principal, Zacarías, es un grupero de tantos que hay en el espectáculo actualmente; Apolinar parece un personaje de la historia política de México, El Botarga es un personaje que no le importa nada sino el mismo y parece un desempleado más de este país, sin ganas de trabajar; El Faquir da la impresión de ser de esas personas relegadas de la sociedad por sus raíces, indígenas, indias, etc.; El Menonita parece un hombre que solo espera una oportunidad para que salga la persona agresiva y reprimida que es.



Este programa demuestra que cualquiera puede ser famoso, que no importa el talento, sólo es necesario un canal importante, legitimado por su audiencia y listo, aunque no cantes bien la tecnología y el poder de los medios te harán famoso, que no hace falta estudiar y cultivarse.

Algo preocupante, sumado a lo anterior es que no encontré hasta ahora una nota en dónde se hiciera una crítica negativa al programa, ningún comentario en desacuerdo con los personajes, el bajo nivel en cuanto a vocabulario, integridad de las personas y nivel educativo, pareciera que esto puede ser una propuesta para dedicarse en la vida.

El corte grupero como género musical es uno más para aportar a la diversidad de música que existe en todo el mundo, que es la elección de las personas la que cuenta al final de cuentas pero lo que sí podemos exigir es que sea un buen nivel en cuanto a producciones y creación de buena música, no lo denigrante que se muestra y se escucha hoy en día y que aunque no nos guste se vende.

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA:

Esto es horrible

El pozo de los deseos reprimidos Álvaro Cueva

06-10-2011

La llegada de "Los héroes del norte" a Canal 5 me tiene muy, pero muy molesto.

¿Por qué? Porque me confirma que a los señores de Televisa, por no decir que a los señores de la mayoría de los canales de la televisión de este país, lo que menos les interesa son las series.

¿En qué cabeza cabe poner semejante título en un canal nacional abierto a años luz de su estreno por Bandamax? ¿Cómo es posible que lo pongan en un lugar y en un horario donde antes había todo menos series mexicanas?



¿Quiénes creen estos ejecutivos que van a ver “Los héroes del norte”? ¿En Canal 5? ¿Es un proyecto para el público de “Malcolm el de en medio”, para la gente de la UFC y para las familias que sintonizan las películas de Hollywood?

Una serie mexicana, aunque sea serie, no necesariamente encaja con los gustos de las personas que miran “Dr. House” y “La ley y el orden: unidad de víctimas especiales”.

¿De qué le han servido a Televisa experiencias previas como las de “Mujeres asesinas”, “Y ahora... ¿qué hago?”, “Sexo y otros secretos” y “El pantera”?

Además, nadie nos garantiza que se vaya a hacer una segunda temporada de esto, que tan pronto acabe comenzará alguna otra serie de producción nacional ni nada de nada.

Televisa está tirando series a lo tonto y si no me cree, nomás acuérdesese de “Locas de amor”. ¿Dónde está su segunda temporada, la que se iba a comenzar a grabar en febrero de este año?

¿Sabe usted cuántas personas van a querer mirarla a más de 12 meses de distancia? ¿Sabe usted quién se va a acordar con lujo de detalles de los personajes y de las situaciones?

¿Y usted cree que los actores van a estar muy contentos cancelando sus agendas para cuando a estas personas se les ocurra empezar a grabar?

Esto es horrible porque “Los héroes del norte” es una gran serie de televisión, un producto simpatiquísimo, de corte eminentemente popular y con un talento increíble.

Desde el director hasta el más humilde de sus actores son puras personas con excelentes trayectorias y kilos de talento.

Pero bajo semejante esquema de programación, ni la más fabulosa serie de televisión de todos los tiempos aguanta.

Canal 5 está muy quemado. Sus series comienzan un día, en un horario, y acaban en otro, a otra hora, si es que acaban porque las meten, las mueven, las quitan.

Y lo más patético del caso de “Los héroes del norte” es que entró copiando el modelo de Azteca 7: poner las series como si fueran telenovelas para que la gente

las vea todos los días y que nadie tenga que esperar una semana para darles seguimiento.

¿Pues no que Azteca 7 se había equivocado programando así sus importaciones? Pues equivocado, equivocado, pero el mismísimo Canal 5 ya les está copiando el changarro.

A todo esto, ¿de qué trata “Los héroes del norte”? Es la historia de cómo se forma y de cómo evoluciona una banda grupera. Yo supongo, por dos o tres pistas y por el título, que la intención era hacer una especie de parodia de Los Tigres del Norte.

Pero es muy buena, más que una serie lograda como “Capadocia”, “XY” o “Soy tu fan”, es el principio de algo. Cuando usted llegue al final de temporada sentirá que aquello apenas comienza, que da para mucho.

La bronca es... ¿Algún día veremos la temporada dos? ¿Cuándo? ¿En 2014?

¿En dónde? ¿Aquí o en Bandamax, donde originalmente se presentó y cuyo público tiene que ver con cualquier cosa menos con la transmisión de productos dramatizados?

Esto es horrible. Le podría escribir mil y un elogios del trabajo de Miguel Rodarte (“El tigre de Santa Julia”), Humberto Busto (“Amores perros”) y Andrés Almeida (“Y tu mamá también”).

De participaciones extraordinarias como la de Patricia Reyes Spíndola (“Los motivos de Luz”) o de actuaciones especiales como la de Laura G (ex-“Primero noticias”), ¿pero para qué?

Sí, ¿para qué si aquí no va a pasar nada? ¿Para qué si esto es un desperdicio monumental de dinero, de talento y de buenas intenciones?

Si Televisa, y todos los canales de la televisión abierta nacional, en verdad van a querer hacer algo con las series, armen barras de programación, establezcan una secuencia lógica entre estrenos, reestrenos y nuevas temporadas, y hagan una industria como lo hicieron con las telenovelas.

Así, más que gusto, da coraje porque, dentro de los lineamientos de lo que debe ser una serie de corte popular, “Los héroes del norte” es excelente.



Te ríes, te entretienes, detectas los valores de producción y hasta encuentras elementos para hacer una crítica de la industria del espectáculo grupero y no grupero.

¿Pero de qué sirve esto si no la va a ver ni la mitad de la gente que la podría ver?

¿De qué sirve si no va a recuperar lo que podría recuperar?

¿Ahora entiende cuando le digo que la llegada de “Los héroes del norte” a Canal 5 me tiene muy molesto? ¡No se vale! Mejor cómprela cuando salga en DVD. Se la recomiendo.



PROGRAMACIÓN

TV: Abierta

CANAL: 5 Televisa

SERIE: Malcolm, en el medio (Malcolm in the middle)

HORARIO: Vespertino

INFORMACIÓN GENERAL:

La serie consiste en la lucha por sobrevivir de un adolescente superdotado llamado Malcolm (Frankie Muniz), en medio de una familia completamente disfuncional.

El tema de los episodios varía mucho, desde simples exámenes en la escuela a feroces batallas entre dos miembros de la familia, o episodios en los que Malcolm se debate entre la niñez y la adolescencia, lo cual lo vuelve todavía más confuso, y tratar de sobrevivir y tener que aprender la lección que siempre las aprende por las malas.

A pesar de todos los problemas que pasan, 3 de los 5 hijos tienen habilidades sobresalientes: Malcolm es un genio con habilidades científicas y con una gran capacidad para la programación, Dewey tiene un increíble talento musical y Reese a pesar de tener coeficiente de inteligencia bajo tiene una habilidad nata para la cocina.



CONTENIDO-FRAGMENTOS:

- Primera escena-

Inicia el capítulo con Malcolm escribiendo en un cuaderno sobre la mesa del comedor junto a su hermano Reese (playera marrón en la foto de arriba) que ve una revista, entra en la escena el niño (el más pequeño de a familia) con una barra de chocolate en la mano, Reese ve al niño y le dice:

Reese: Dámelo Jamie!

Jamie: (mueve de manera negativa la cabeza)

Reese: (se levanta de la silla) Ya oíste Jamie, dámelo!

Malcolm los ve sorprendido. Jamie avienta el chocolate hacía la sala que está enfrente de ellos y Reese actua como perro cuando persiguen una pelota o se les lanza un palo, jade y pone las manos como perro. Reese salta sobre el sillón buscando el chocolate. Jamie saca el chocolate de atrás de su espalda y comienza a comerlo mientras mira a Reese como busca desesperadamente la barra.

Reese: ¿Dónde está?

Malcolm los ve, no da crédito a lo que pasa, voltea directamente a la cámara y dice.



Malcolm: wow, yo tenía 5 años cuando le hice lo mismo a Reese.

- Segunda escena-

Está una chica en el baño, rubia, cabello rizado, envuelta en una toalla y mirándose al espejo mientras se afeitándose un axila. Malcolm abre la puerta del baño sin tocar.

Malcolm: (preocupado) Lo siento, disculpa, lo siento.

Jessica: (sin verlo y sin importarle) No te preocupes Malcolm, ya tendrás tiempo para afeitarte.

(Malcolm se queda viéndola, paralizado)

Jessica: (ve a Malcolm) Adiós!!!

Malcolm: Ah, si...adiós (cierra la puerta y se va a su habitación, recoge una playera, la huela y la avienta a la cama molesto, voltea a la cámara)

Malcolm: Es Jessica, mamá la dejó aquí por una semana mientras su padre sale de la cárcel. Se embriagó el viernes y quiso encontrar a su mamá, quiso huir en una barredora a México (justificándola) tiene problemas familiares.

(En eso se escucha la voz de la madre de Malcolm)

Lois: Malcolm, Reese, Jessica, vamos!

(Reese se levanta de su cama ya vestido y Malcolm lo ve, se le hace raro verlo así)

Malcolm: (dirigiéndose a Reese) ¿Qué haces?

Reese: ¿Estás loco? No voy a dejar que Jessica vea mis joyas.

(entra la madre a la habitación)

Lois: (enojada) ¿Por qué están demorando tanto?



Reese: (molesto) ¡Dile a pie grande que nos deje usar el baño!

Malcolm: (aprovecha la situación) Mamá, ¿me prestas el auto? Franc Miller va a firma su nueva novela grafica...

(la madre lo interrumpe)

Lois: ¿Lo vas a conducir como cuando echaste tus pantalones echos bola al cesto ayer? ¡Yo creo que no!

Malcolm: (incrédulo) ¿Qué? (habla dirigiéndose a la cámara) No sé qué tiene que ver una cosa con la otra.

- Tercera escena-

Dewey (playera con rayas verdes, en la foto) está sentado para desayunar, ve un frasco de miel con abejas adentro, el padre llega silbando a comedor, con una taza de café en la mano y se sienta para desayunar.

Dewey: ¿Son abejas?

Hall: Así se sabe que es fresca, no se ven abejas en la miel del la tienda, eso sí te lo apuesto.

Dewey: ¿De dónde es la miel?

Hall: (explica mientras unta mantequilla y pone miel al pan) Es un botín de Guerra Dewey. Recuerdas el panal en el cobertizo que he combatido mese, ¡la victoria es mía!

Dewey: (sorprendido) ¿tú hiciste la miel?

Hall: ajá

Dewey: (sorprendido) ¿Dónde aprendiste a hacerla?



Hall: (confiado) Es instinto, los humanos nacemos con todo para destruir a las abejas menos el veneno, ese sí se compra.

Dewey: (triste) Siento feo por las abejas.

Hall: Es la supervivencia del más fuerte Dewey. Si hubieran ganado nos estaría untando en el pan tostado.

- Cuarta escena-

(Malcolm juega basquetbol en la entrada de la casa, la cochera)

Malcolm: (habla resignado a la cámara) Ni modo, no tendré el auto para ver a Franc Miller. De todos modos conocer a tus héroes es decepcionante.

(Entra Jessica manejando el auto de la familia y Malcolm la ve sorprendido)

Jessica: (baja del auto) Hola Malcolm. (Se dirige a la puerta de atrás del auto, Malcolm la sigue)

Malcolm: ¿Te prestó el auto? ¿Cómo te lo dio?

Jessica: (abriendo la puerta del auto, muy tranquila y segura) Tenía que comprar cosas tu mamá, me insistió en que lo usara.

Malcolm: ¿Cómo que insistió? Le he rogado semanas y siempre dice que no.

Jessica: (mientras baja las bolsas de compras del auto) Esa es tu equivocación, yo me pongo vulnerable y hablo de mi papá, es sencillo.

Malcolm: ¡No te creo!

Jessica: Oye Malcolm, no me enorgullezco, créeme (se cruza de brazos y Malcolm la ve con atención) Así aprendí a sobrevivir en mi retorcida familia (comienza a hablar con la voz quebrada, llora) es una fosa de manipulación y chantaje sentimental (Malcolm baja la mirada) todos siempre fastidian al prójimo, ya ni siquiera sé cómo conectarme con las personas sinceramente (Malcolm siente



pena por ella) ¡Qué asco! (Jessica llora) ¡Soy un asco! (se va a la casa llorando y Malcolm la ve y se preocupa, toma las bolsas de las compras y la sigue a la entrada de la casa)

Malcolm: ¡Jessica, espera, lo siento!

(Llegan a la puerta, Malcolm preocupado y ella voltea a verlo y sonríe)

Jessica: ah...gracias por cargar mis bolsas Malcolm. ¡Ves que sencillo!

OBSERVACIONES.

Es un juego de manipulación en todo el capítulo, es ganar los intereses de cauno.

La madre no puede perder el control y es rígida pero también los hijos le han tomado la medida y saben qué decir o hacer para lograr que ella crea que tiene el control.

El padre tiene momento en el que él decide algunas cosas pero la madre es la cabeza de la familia.

El hijo mayor está fuera de casa y los hermanos menores lo ven cómo alguien importante, saben que él ya paso por todo lo que ellos están pasando en la familia.

El hermano que sigue, pasa como tonto, le juegan bromas y no se da cuenta, el también es cruel con los hermanos.

Malcolm está en el medio, es el inteligente de todos, en la escuela pasa desapercibido porque no quiere ser reconocido como tal, le va mal a los nerds.

El hermano que sigue es ingenuo pero también sabe como manipular hacer daño a sus hermanos.

El más pequeño de todos, le hizo ver su suerte a la madre, todas las técnicas que aplicó con sus otros hijos no le funcionaron con él, se tuvo que reinventar a sí misma en cuanto a disciplina rígida y de castigo.



GOBIERNO
FEDERAL

Esta familia lleva 7 temporadas hasta la fecha, todas transmitidas en tv abierta, la última es del 2007, está llena de sarcasmo, burla, pleitos, violencia y Malcolm, el personaje principal tiene que entrar en este juego aunque no quiera, ser bueno no sirve, según la serie.

Malcolm habla a la cámara simulando como si estuviera hablando contigo, te hace parte de la serie, de la familia y el televidente lo asume, lo acepta, es el sentido de pertenencia.

La serie muestra las situaciones con una normalidad, sin salida para remediar una familia llena de conflictos, lo hace ver tan normal que lo aceptas como algo cotidiano, aguantable y sobre todo sin salida, eso es lo que hay que vivir como adolescente.



GOBIERNO
FEDERAL



PROGRAMACIÓN

TV: cerrada

CANAL: Nickelodeon

PROGRAMA: Victorious

INFORMACIÓN GENERAL DE LA SERIE:

Tori es una adolescente que inesperadamente entra en una escuela de artes de élite para realizar la escuela secundaria. Después de que su hermana Trina tiene un percance médico en la noche del espectáculo de talento anual de la escuela, Tori se da a la tarea de reemplazarla en su actuación. Acompañada de un piano y de su musicalmente talentoso amigo André, hacen que aquella actuación impresione al director de la escuela y éste le ofrece la oportunidad de su vida - una invitación a estudiar en una Escuela de Artes de Hollywood. Desde su primer día en la escuela, Tori se siente fuera de lugar entre los alumnos de la academia, sobre todo por la diva Jade. Con la ayuda de Trina, André y sus nuevos amigos - Bad Boy Beck, Cat excéntrica y el amable pero psicológicamente extraño ventrílocuo Robbie. Finalmente Tori se da cuenta de que nació para el espectáculo y que dar entretenimiento a la gente no sólo la puede hacer feliz, si no que puede cambiar su vida.



CONTENIDO:

Inicia capítulo ubicando al televidente en el lugar en donde se desarrolla la serie, una escuela, Escuela de artes.

La trama inicia cuando una chica entra por la puerta principal de la escuela (vestida a la moda, casual, sólo carga su mochila pequeña) con un café en a mano hablando consigo misma.

Trina: Y ella dijo: ¿crees que eres mejor que los demás? Y yo le dije: pues más o menos (con actitud sarcástica) sí, es la verdad porque...

En ese momento entra Tori (personaje principal de la serie adolescente) apenas puede abrir las puertas de la escuela porque carga libros muy pesados.

Trina:(impaciente) ¡Tori, rápido! (se escuchan aplausos al entrar el personaje principal)

Tori: (agotada, dos mochilas y libros) se le caen los libros y folders al momento de contestar ¿No viste que me caí en el estacionamiento?

Trina: sí, fue divertido.

Tori: ¡No trataba de ser divertida! (molesta)

A la chica le llama la atención algo en los casilleros, voltea, le da el café a Tori

Trina: (emocionada) Ah, la nueva listaaaaa!, con permiso, ¡muevanseee!

Obtiene la hoja y los demás se molestan pero nadie la detiene. La chica es popular y Tori su compañera en la escuela.



Trina: ¡Estas son grandiosas! (con la hoja en la mano y señalando el café que le cuida Tori le ordena) ¡Se te va a caer!

Tori se tambalea con las dos mochilas, libros y el café.

Tori: ¿qué es grandioso?

Trina: La lista de obras del nuevo semestre, Ay, por diós, estoy perfecta para todaaaasssss!

Tori: (intenta ver la hoja, se le dificulta) ¿Está Magia nocturna por ahí?

Trina: Sí (sin tomarla mucho en cuenta) la cuarta, ¿por qué?

Tori: André hizo la música y quiere que audicione para el estelar.

Trina: (menospreciando) ¿Tu, por qué? (molesta)

Tori: (molesta) Ten tu café y adiós.

Trina: ¡uy, creo que te afectó la cabecita! (se retira)

Tori se queda extrañada y sigue caminando por el pasillo de la escuela y se encuentra con la mala de la historia.

Jade: ¿Necesitas ayuda?

Tori: (aliviada) ¡Sí!

Jade: uy, que pena... (Sigue de largo)

OBSERVACIONES:

Con el fragmento anterior se observa que Tori es un personaje preocupado, responsable pero esto al parecer es cansado, pesado, agobiante. Se muestra siempre con obstáculos de parte de sus compañeros. Es una escuela de artes, trabajan en teatro, canto, baile y tocan instrumentos por lo tanto la competencia es evidente.



Los roles se muestran marcados, en este capítulo dos de los personajes hombres, un chico de tez morena, latino y simpático se inscribe en la clase de ballet por que eso le dará acceso a las chicas de la clase, asegura hay muchas chicas en la clase ballet y todas serán para él. El segundo chico, delgado, lentes, despistado, es ventrílocuo y maneja todo el tiempo su muñeco, este muñeco participa en las conversaciones expresando lo que el chico no se atreve a decir y también quiere inscribirse en la clase de ballet al agradecerle el plan de su amigo. Al llegar a la clase se dan cuenta de que hay sólo hombre en la clase, se decepcionan y dejan un silencio que hace pensar que el ballet es para homosexuales por el argumento anterior, comentan que es asqueroso ver hombre con mayas. Al transcurrir la clase de ballet llega una chica, la única, todos los hombre corren hacia ella, la chica grita asustada. Al practicar una rutina se escuchan risas del público (característica de las series de televisión) cuando los dos chicos bailan.

Al seguir el capítulo, la relación con el maestro de teatro al parecer es tranquila por la apariencia del maestro, vestimenta informal y descalzo, pero las reacciones son diferentes, es una relación retadora, por parte de los alumno y agresiva por parte del maestro justificando, por ejemplo: el aventarles con una pelota y golpearlos para que reaccionen y estén atentos y preparados como buenos actores. Se permite la burla entre compañeros y el maestro no hace nada por evitarlo. Tori está intentando ganarse el estelar y el maestro le pone una prueba, presentar un monólogo. El primer intento no fue suficiente y el maestro le pidió presentarlo al día siguiente, Tori llega muy preparada, el maestro le pide que presente su trabajo y ella antes de iniciar le regala dos cocos, el maestro hace alusión a su gusto por ellos y néctar inspirados para él. Tori, al darle los cocos al maestro, se los muestra y los coloca justo a la altura de sus senos al momento de decirle que le trae un detalle, esto puede ser tomado como un ofrecimiento de la alumna al maestro para que sea tan duro en la crítica a su presentación, en las escuela se dan situaciones de soborno y acoso.



La relación entre los alumnos y alumnas se da de manera dividida en cuanto a los intereses, las chicas, en este capítulo no ayudan a Tori, en cambio los chicos se ofrecieron a ayudarle a cargar sus cosas. Cuando Tori quería saber cómo impresionar a su maestro de teatro y lograr el papel uso su coquetería para que uno de los personajes le dijera cómo hacerlo.

En cada cortinilla y cambio de escena aparece un celular tipo iphon de color rosa, se muestra lo que piensa Tori, las caritas y expresa sentimientos, un signo que leen los adolescentes, estatus, inclusión, modernidad, acceso, popularidad, nivel.

PREGUNTAS PARA LA SESIÓN DEL GRUPO FOCAL DE ADOLESCENTES

Ruta de preguntas

Pregunta eje	Pregunta derivada 1	Pregunta derivada 2	Pregunta derivada N	Observaciones
<p>¿Usas la TV para entretenimiento?</p> <p>¿Qué ves en la TV?</p>	<p>¿Usas internet para entretenimiento?</p> <p>¿Para qué usas internet?</p>	<p>¿Crees que la moda que se vende en los medios influye en que las y los adolescentes se animen a tener relaciones sexuales?</p>	<p>¿Qué piensas cuando una compañera de tu escuela se embaraza?</p> <p>¿Qué harías si tú quedaras embarazada o embarazado?</p>	
<p>¿Qué opinas de los contenidos de la televisión?</p>	<p>En función de violencia y sexo.</p>	<p>¿Cómo te sientes cuando navegas por internet?</p>		
<p>¿Qué harías para mejorar la programación de la televisión?</p>	<p>¿Qué tiene tu programa de tv favorito para que te guste tanto?</p>	<p>¿Te identificas con algún personaje de la TV? ¿por qué?</p>		



Gobierno Federal

<p>¿Qué música escuchas? ¿por qué te gusta?</p>	<p>Escuchar y ver un video y que opinen sobre la letra y las imágenes</p>	<p>¿Te pones a pensar críticamente en lo que ves y escuchas?</p>	<p>¿Cuál sería para ti el ideal de hombre y el ideal de mujer?</p>	
--	--	--	--	--

Reglas: sentadas y sentados, levantar la mano para pedir la palabra, mantener una actitud de apertura y respeto, argumentar las opiniones, no distractores, preguntar si tienen dudas, quedarse hasta el final.

Palabras constantes:

HOJA DE REGISTRO DE OBSERVACIONES

Aspecto	Frecuencia	Observaciones
Acuerdos		



GOBIERNO FEDERAL

Desacuerdos		
Discusiones		
Expresiones de vergüenza		
Expresiones de intolerancia		
Expresiones de indiferencia		
Expresiones de nerviosismo o ansiedad		
Rompimiento con la disciplina		

- Voz: tono, volumen.
- Miradas.
- Risas.
- Gestos.
- Señalamientos.
- Postura corporal.

PREGUNTAS PARA LA SESIÓN DEL GRUPO FOCAL DE EXPERTOS

Ruta de preguntas

Pregunta eje	Pregunta derivada 1	Pregunta derivada 2	Pregunta derivada N	Observaciones
¿Qué ofrece la Tv a los jóvenes?	¿Cómo te parece la calidad de los programas de TV?	¿Te parece mejor la TV abierta o la cerrada?	¿Cuál crees que influye más en las y los adolescentes?	
¿Qué mensajes emite actualmente la TV?	¿Qué piensas del contenido sexual que hay en la TV?	¿Crees que los mensajes de los medios audiovisuales han influido en las decisiones que toman las adolescentes?	¿Qué intereses hay detrás de los medios de comunicación?	
¿Cuál es la función social a la que responde la TV?	¿Qué harías para mejorar la programación de la televisión?	¿Por qué crees que habiendo tanta información sexual, somos el 2º lugar de embarazo adolescente?	¿Qué habría que hacer como sociedad para ir erradicando este problema?	

BIBLIOGRAFÍA.

Álvarez-Gayou, J.L. (2004). Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología. Ed. Paidós, México.

Andréu Jaime, García-Nieto Antonio y Pérez Ana María. (2007). Evolución de la Teoría Fundamentada como técnica de análisis cualitativo, Centro de Investigaciones Sociológicas, Cuadernos Metodológicos 40, España.

Berger Peter, Luckmann Thomas (2001). La construcción social de la realidad, Amorrortu editores, Buenos Aires.

Bourdieu Pierre (1990). Sociología y cultura, Grijalvo y Conaculta, México.

Buxarrais, M.R. et. al. (1997). La educación moral en primaria y en secundaria. SEP, México.

Castañeda Marina (2010). Del machismo invisible, Editorial Taurus, México.

Castells Manuel (2001). La era de la información, economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad, Vol. II, Siglo XXI Editores, México.

Davidoff Linda (1989). Introducción a la psicología, Mc Graw Hill, México.

De la Barreda Solórzano (2003). Los derechos humanos, Conaculta, México.

Delgado Juan, Gutiérrez Juan. (Coordinadores) (1999). Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales, Editorial Síntesis, España.

Flusser Vilém (2011). Hacia el universo de las imágenes técnicas, Escuela Nacional de Artes Plásticas, UNAM, México.

García Fernando, Ibáñez Jesús, Alvira Francisco (Compiladores) (2000), El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación, Tercera Edición, Alianza Editorial, España.

Gauthier Guy (1986). Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido, Cátedra, Madrid.

Guerrero Manuel. (Coordinador) (2011). Medios de comunicación y democracia: Perspectivas desde México y Canadá, Universidad Iberoamericana, México.

Hernández Sampiere R. Fernández Carlos, Baptista Lucio. (2010). Metodología de la Investigación, 5ª edición, Mc Graw Hill, México.

Incháustegui, Teresa, Olivares Edith, Riquer Florinda (2010). Del dicho al hecho. Análisis y evaluación de la política de acceso de las mujeres a una vida libre de violencia, Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres. México.

Ley de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia en Baja California Sur (2008). Instituto Sudcaliforniano de la Mujer, México.

Limón Saúl, Mejía Jesús, Terrazas Blas (2000). Biología 2, Ediciones Castillo, México.

Montoya, N. (2005). La comunicación audiovisual en la educación. Ed. Laberinto Comunicación, España.

Mendoza Patricia, Corona Lourdes, Rivas Elizabeth (al cuidado de la edición) (2002). Las mujeres desde los ojos de la juventud, Instituto Nacional de las Mujeres e Instituto Mexicano de la Juventud, México.

Morín Edgar (2001). Los siete saberes necesario para la educación del futuro, UNESCO, México.

Mussen, P.H. Conger, J.J. y Kagam, J. (1977). Desarrollo de la personalidad en el niño. Ed. Trillas, México.

(2011) Panorama sociodemográfico de México, Instituto Nacional de Geografía y Estadística.

Papalia, D.E. et.al. (2007). Psicología del desarrollo, de la infancia a la adolescencia. Ed. Mc. Graw Hill. México.

Rubio, Ma.José, Varas Jesús (2004). El análisis de la realidad en la intervención social. Métodos y técnicas de investigación, Ed. CCS, España.

Ruiz, M. (2005). Sociología de la comunicación y cultura de masas. Ed. Laberinto Comunicación, España.

Vasilachis de Gialdino I. (2006). Estrategias de investigación cualitativa, Gedisa Editorial, España.



Lenguaje y diferencia sexual. Didáctica de la lengua y de la literatura, Grao, Julio, Agosto, Septiembre 2001. Textos 28 (publicación)