

Universidad Pedagógica Nacional
Unidad Ajusco
Dirección de Docencia
Licenciatura en Pedagogía

LA ALFABETIZACIÓN AUDIOVISUAL EN AMAS DE CASA

Una propuesta para difundir la perspectiva de género a
mujeres en situación de vulnerabilidad frente a la
televisión

TESIS

**Que para obtener el grado de
Licenciadas en Pedagogía
Presentan**

MARÍA ANTONIA BENÍTEZ LÓPEZ
ALEJANDRA GATICA GUTIÉRREZ

Asesor: **MAESTRO DAVID ANSELMO CORTÉS ARCE**

MÉXICO, D. F. MAYO 2005

INDICE

INTRODUCCION	1
CAPITULO 1	7
MUJER HOMBRE DIFERENTES PERO NO DESIGUALES	
1.1.ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL PAPEL SOCIAL DE LA MUJER FRENTE AL HOMBRE	9
1.1.1 Herencias de la sociedad griega	9
1.1.2. Ideología asentada por el cristianismo	11
1.1.3. De la edad media al feudalismo	15
1.1.4. El renacer del hombre y el nacer de la mujer	17
1.1.5. Revolucionan los derechos sin ver a las mujeres	19
1.1.6. Inicios del cambio	21
1.1.7. Despierta el feminismo en Latinoamérica	23
1.2.DIFERENCIAS BIOLÓGICAS PERO NO DESIGUALDADES DE GÉNERO	29
Mujer-Hombre, complemento genético	30
1.2.2. Conductas aprendidas que se llegan a aprehender	33
1.2.3. Hacia una construcción social de género	49
1.2.4. Perspectiva de género, hacia una nueva forma de construcción social	54
CAPITULO II	56
MUJER Y TELEVISIÓN	
2.1 FUNCIÓN SOCIOCULTURAL DE LA TELEVISIÓN	59
2.2 LA MUJER DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS MEDIOS	70
2.3 MUJER, ¿OBJETO PUBLICITARIO?	82
CAPITULO III	92
MUJER, TELEVISIÓN Y EDUCACIÓN	

3.1.ALFABETIZACIÓN AUDIOVISUAL Y LA RECEPCION DE MENSAJES	93
3.1.2.RECEPCION Y COMUNICACIÓN	103
3.2. EL CONSTRUCTIVISMO: LAS CONDUCTAS APRENDIDAS SE PUEDEN DESAPRENDER	105
3.3. PROPUESTA DEL TALLER VIVENCIAL PILOTO PARA DIFUNDIR LA PERSPECTIVA DE GÉNERO ALTERNATIVA HACIA LA EQUIDAD A MUJERES EN SITUACIÓN DE VULNERABILIDAD FRENTE A LA TELEVISIÓN, EDUCAR PARA TRANSFORMAR	109
CONCLUSIONES	121
FUENTES	126

INTRODUCCIÓN

La presente investigación es el resultado de la formación académica de la Licenciatura en Pedagogía, dentro del campo de Comunicación Educativa, y surge como alternativa para colaborar en la habilitación crítica audiovisual, dirigida a mujeres madres de familia en situación de vulnerabilidad frente a la televisión.

La experiencia laboral de las tesisistas como talleristas a partir del año 2003, en temáticas dirigidas a mujeres madres de familia que asisten al Centro de Desarrollo Comunitario “Cuauhtémoc”, ubicado en la Colonia Santo Domingo de la Delegación Coyoacan, arroja la necesidad de construir talleres con temáticas que atraigan la atención de las mujeres, y a la vez les sean útiles en su vida diaria para poder enfrentar de manera informada las diversas problemáticas que viven las familias de esta demarcación, tales como: abuso sexual, agresión física y psicológica, delincuencia, VIH SIDA, desempleo, analfabetismo, discriminación, etc., donde el principal ser vulnerable es la mujer, por ocupar su vida al cuidado y servicio de la familia adoptando el título de ama de casa.

Tomando en cuenta que las problemáticas mencionadas anteriormente surgen en el ambiente familiar, y que es la ama de casa la que día a día se enfrenta a ellas al educar a los hijos para sobrellevar los conflictos de la comunidad en que viven, la consideramos como la principal vía hacia la reproducción de esquemas conductuales, pues está la mayor parte del tiempo en el hogar, se ocupa de la educación de los hijos, tarea adjunta a la administración del gasto familiar; sus ratos libres y sus quehaceres en el hogar están acompañados de la televisión como una forma de entretenimiento, esto la convierte en la principal consumidora de la programación televisiva, la cual adopta para observar la forma “correcta” de vivir las situaciones, misma que a través de los mensajes que emite reproduce los patrones de discriminación, que mantienen a la mujer por debajo del sexo masculino.

Hablamos de mujeres que sólo asisten a los talleres con la finalidad de obtener un apoyo de la delegación, pocas son las que asisten sin pensar obtener nada, mujeres que desconocen sus derechos, que se asumen como inferiores a su

pareja, que su vida se ocupa en el servicio a los demás, que su autoestima está por debajo, que su nivel educativo es menor a la secundaria, que no son empleadas, que no son valoradas, ni se valoran a sí mismas, reproducen patrones discriminatorios entre los sexos sin darse cuenta, mujeres que no saben que su condición puede mejorar, sin violentar a los demás, y transformarse ellas mismas.

Aunque la problemática de desigualdad se ve manifestada a nivel social es importante mencionar que es en el núcleo familiar donde se continúa contribuyendo al constante reproducir de actitudes y estereotipos de la mujer abnegada, sumisa, sometida a situaciones que ponen en riesgo su integridad, por atender jornadas de trabajo dobles, con remuneración y sin ella, por integrarse a actividades de trabajo pesado, por mantener la idea de ser un objeto sexual.

Partiendo de lo antes mencionado el presente trabajo se desarrolla bajo el paradigma de investigación educativa, *socioeducativo*, **(EDUCATIVA O SOCIOEDUCATIVO)** ya que se apoya de teorías:

Que intentan explicar la compleja relación entre la educación y la sociedad, revisando no solamente el papel que juega la educación y por ende la escuela en la sociedad, sino adentrándose en la forma como se selecciona, distribuye, organiza y trasmite el conocimiento (CORENSTEIN, 1992:47).

Dicho paradigma retoma algunos aportes de la teoría de la socialización desarrollada por Bourdieu que considera a la familia como la institución donde se reproduce la primera socialización, autor que desarrolla el concepto de habitus:

Implica un sistema de predisposiciones adquiridas, permanentes y generadoras. El habitus, producto de la historia, asegura la presencia activa de experiencias pasadas, que depositadas en cada organismo bajo la forma de esquemas de percepción, pensamiento y acción tienden a garantizar la conformidad de prácticas y su constancia en el transcurso del tiempo (CORENSTEIN, 1992:57).

Dentro de este paradigma retomamos su etapa que va: DE LA POSICIÓN ANALÍTICA A LA BÚSQUEDA DEL ACTIVISMO POSIBLE, que fundamenta sus conceptos en la teoría de la resistencia y la investigación participativa, y tienen como

inquietud el deseo y la necesidad de actuar dentro de los límites de lo posible, esta investigación, como el paradigma, retoma la inserción de los medios electrónicos, específicamente la televisión, en los espacios sociales donde se efectúa la socialización.

Partiendo de lo antes mencionado, decidimos elaborar un taller que tenga como principal objetivo la revalorización del papel social de la mujer, a través de la difusión de la perspectiva de género, la cual pretende reeducar, en este caso a las mujeres que viven día a día las discriminaciones y son principales educadoras en la reproducción de los estereotipos asumidos para cada género, difundir con la finalidad de construir nuevas formas de convivencia social basadas en el respeto a las desigualdades y no-discriminación a las diferencias sexuales, diferencias que parecieran ser sinónimo de discriminación, que son reproducidas y estereotipadas, a través de los diversos medios de difusión masiva, de mayor impacto en la sociedad y en cada grupo que la integra, es de nuestro interés la habilitación crítica hacia los medios que están en contacto diario con las amas de casa y reproducen los estereotipos de género.

Pero, ¿cuáles son las causas o situaciones que han llevado a la mujer a permanecer y asumir su condición inferior al hombre?, ¿en qué momento de la historia surgieron estas condiciones?, ¿cuál es su desarrollo?, ¿cómo la sociedad, la familia y la mujer han adoptado estas conductas?, ¿es por naturaleza que la mujer tiene menor capacidad que el hombre? Para tratar de responder estos cuestionamientos iniciaremos con un análisis histórico, que va de la época griega a la actualidad, señalando la condición que en cada época de la historia es asumida por la mujer, remarcando los pequeños grandes acontecimientos que fueron transformando su condición, sin lograr aun la igualdad entre los sexos, el análisis se complementará con la investigación de las diferencias biológicas entre hombre y mujer, para poder discernir si las diferencias biológicas limitan el desarrollo de un sexo con otro, seguido de un análisis a través de la teoría de "Aprendizaje social":

La teoría del aprendizaje social es un sistema teórico de la psicología, se ha utilizado para explicar el desarrollo de las diferencias entre los géneros... utiliza la idea del reforzamiento directo, la de que tanto los niños como las

niñas reciben premios y castigos de forma diferenciada, de acuerdo con las conductas típicas de su correspondiente género... destaca también otros dos procesos; imitación y aprendizaje por observación (HYDE, 1995:58).

Trata de explicar como desde el nacimiento hasta la muerte se educa culturalmente para asumir conductas de acuerdo al sexo, es decir se asume el género masculino o femenino a partir de las características sexuales, se educa para ser hombres o mujeres, ante la familia, sociedad, pareja, etc. Investigación desarrollada en el Capítulo I, titulado "MUJER – HOMBRE DIFERENTES PERO NO DESIGUALES, donde concluiremos si las diferencias entre ambos sexos son sinónimo de discriminación por causa natural, o es el resultado de la historia cultural, concluiremos el capítulo proponiendo la difusión de la perspectiva de género, como una nueva forma de construcción social, que toma en cuenta el respeto a la equidad.

Considerando que el núcleo familiar es la institución educativa que inicia la formación de todo sujeto y donde se practica el aprendizaje de los valores que posteriormente serán llevados a la sociedad, es también en este ámbito donde se adquieren patrones de conducta hacia las formas de entretenimiento que son adoptadas por la sociedad, en este caso hablamos de la televisión, que no sólo ocupa un lugar como cualquier mueble, pues forma parte importante como miembro de la familia; ya que no sólo entretiene, divierte, informa y educa, ahora es ocupada para mantener la atención de los niños, la información que brinda la programación sobrepasa los valores que culturalmente forman a las familias mexicanas, mensajes que son recabados e intencionados para mantener la mayor atención del público, sin importar la forma de lograrlo pues:

En España la bautizaron como telebasura. Y cada día se apodera más de las pantallas del mundo. México no ha sido la excepción. La disputa por el rating, por la ganancia, es brutal, feroz y se hecha mano de todo para obtener mayores audiencias; imágenes de asesinatos, consumo de droga, violencia intrafamiliar y contra mujeres, insultos, albures y exaltación del crimen. Escatología pura. Telebasura en horarios infantiles y sin rubores en la conciencia...

En otras palabras, una forma de hacer televisión caracterizada por explotar el morbo, el sensacionalismo y escándalo como palancas de atracción e la audiencia (GONZÁLEZ, 2005:15).

Considerando que la televisión tiene gran influencia en los individuos y que entre sus bondades está el ser el principal medio de difusión masiva al que la mayoría de la población tiene acceso y que alguna de sus finalidades es el reproducir el orden social establecido, la retomamos como medio de estudio en el capítulo II, titulado “MUJER Y TELEVISIÓN”, donde se hace un análisis del papel social del medio audiovisual, la forma en la que está estructurado y del uso de la programación para la emisión de mensajes que retoman las características de cada grupo poblacional, estereotipa los estilos de vida para cada uno de ellos, analizaremos cómo la televisión utiliza y categoriza la imagen femenina para reforzar o contradecir los estereotipos sociales y cuál es la repercusión social de esto, se lleva a cabo un análisis de la programación que está dirigida a las amas de casa mostrando su intencionalidad sin dejar de considerar la influencia de las mediaciones para el consumo de estos mensajes.

El Capítulo III retoma el impacto de la televisión para las mujeres madres de familia que asisten al Centro Comunitario, pues al hacer un primer análisis de las ocupaciones de estas amas de casa, dio como resultado, que dentro de las actividades diarias que éstas tenían, gran parte de su tiempo libre lo utilizaban viendo televisión, siendo está una forma de entretenimiento, que por momentos las hace olvidar su vida cotidiana, asumiendo al medio televisivo como verdadero en todos los mensajes que transmite, sin mostrar la mínima reflexión hacia la programación televisiva. A partir de estas observaciones se arroja la necesidad de mediar el impacto de la programación televisiva a través del desarrollo de la propuesta de un taller vivencial piloto que tiene como objetivo Alfabetizar Audiovisualmente, creado bajo la corriente constructivista y entiende la alfabetización audiovisual como:

El proceso a través del cual el sujeto conoce los códigos que conforman el lenguaje de los medios, entendiendo como código un sistema de signos y símbolos, determinados culturalmente, con los cuales el conocedor de los mismos puede comprender y emitir mensajes.

Consiste precisamente en dar a conocer el lenguaje de las imágenes tanto visuales como auditivas, los esquemas de análisis de cómo son producidas y los ámbitos de recepción donde la familia, la escuela y cultura, ejercen sus funciones como mediadores (MARTÍNEZ ZARANDONA, 1996:9).

El taller está dirigido específicamente a las mujeres en situación de vulnerabilidad frente a la televisión, mujeres que en la actualidad forman parte del Programa Integral Social (PISO) implementado por la delegación Coyoacán en Colonias con altos índices de marginalidad. El taller lleva por título “Quien te generó el género te dio y la televisión le ayudó”.

CAPÍTULO 1

MUJER - HOMBRE, DIFERENTES PERO NO DESIGUALES



El presente capítulo aborda el papel social de la mujer a través de las principales etapas históricas, partiendo de la época griega hasta nuestros días. Con ello se pretende entender la naturaleza de las diferencias establecidas a través del tiempo entre el hombre y la mujer.

Es necesario analizar los tres principales aspectos que integran al ser humano: biológico, psicológico y educativo (cultural). El aspecto biológico aborda las distintas etapas por las que atraviesa el ser humano desde el momento de su fertilización, la etapa de lactancia, la infancia, la adolescencia, hasta llegar a la adultez.

A partir de esta información y durante el desarrollo de la investigación es necesario destacar las características biológicas que presentan los sexos y hacen la diferencia entre hembra y macho, entendiendo los términos desde un punto de vista meramente biológico perteneciente a una especie.

Estas diferencias se relacionan con la adquisición de pautas de comportamiento, que estereotipan las acciones de los sujetos hasta asumir de manera natural conductas psicológicas y sociales; por ejemplo, se considera que en la realidad lógica y objetiva se encuentra en la actitud exterior del sexo¹ masculino o por lo menos es su idea, mientras que los sentimientos se encuentran en la actitud exterior o idea de la mujer. La actitud consciente en general es exclusiva de la mujer, pues el mundo de las mujeres está hecho de madres, padres, hermanas, hermanos, marido e hijos; y el mundo de los hombres es la nación, los negocios, la política, etc. Su familia es sólo un medio para alcanzar un fin.

Estas modificaciones psicológicas y sociales que estereotipan las conductas del hombre y la mujer se toman como punto de partida para analizar las posibles alternativas que se tienen para introducir la perspectiva de género; como una forma de contribuir hacia la construcción de respeto a las desigualdades y no discriminación a las diferencias sexuales.

¹ Diferencia física que distingue a los organismos individuales según las funciones que realizan en los procesos de reproducción.

1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL PAPEL SOCIAL DE LA MUJER FRENTE AL HOMBRE

Hablar del papel social de la mujer frente al hombre desde el inicio hace la diferencia, pues las investigaciones sobre la historia de la humanidad toman al hombre como ser creador y existente en todos los acontecimientos sociales, incluyendo a las mujeres en pocos escritos, y como compañera del hombre en pocas ocasiones, iniciando la brecha de discriminación que separa al hombre de la mujer, reflejado entre otras cosas, en la cantidad de escritos publicados con relación a cada sexo, pues los que hablan del sexo masculino rebasan por mucho al otro sexo.

Más aún los escritos de la historia de la mujer no se crean hasta el siglo XV.

Con el análisis del papel de la mujer en la sociedad en las principales etapas históricas, se puede llegar a entender las relaciones de subordinación entre el hombre y la mujer.

El contexto de la presente investigación inicia en la época griega, porque es ahí donde los filósofos sientan las bases para la organización de la sociedad a partir del sistema patriarcal.

1.1.1. Herencias de la sociedad griega

La época clásica de Grecia abarca del siglo VI al IV a. C., destacando culturalmente dos ciudades, Atenas y Esparta; en la primera la educación y formación del niño varón son mucho más liberales y completas que en el resto de Grecia; hasta los seis o siete años el niño permanece al cuidado de la madre, la cual le enseñaba la mitología griega. Es a esta edad y hasta los dieciocho años cuando su educación es confiada a un preceptor o pedagogo fundamentando su formación en aprender a leer, escribir y contar. A los diecisiete años el hombre alcanza la mayoría civil, es un adulto que recibe instrucción militar y política. A los veinte años alcanza la mayoría política haciéndose ciudadano.

En Esparta, el niño a partir de los siete años pasa a depender del Estado hasta su muerte, recibe principalmente educación física y se le enseña el manejo de las armas. La educación espartana es muy rígida, basada en la fuerza física y espiritual. No recibe educación intelectual. Las niñas aprenden a hilar y tejer, además de música y gimnasia, hay menos discriminación entre los sexos, ya que ambos son educados físicamente y el aspecto intelectual carece de importancia para la sociedad.

En Grecia no hay instituciones educativas para niñas, ni maestros en las casas, de esta manera queda su educación únicamente al cuidado de las madres basándose en desarrollar el arte del telar y otros menesteres considerados propios del sexo femenino, para que al llegar a su etapa adulta se desempeñen hábilmente como amas de casa, función designada y asumida socialmente.

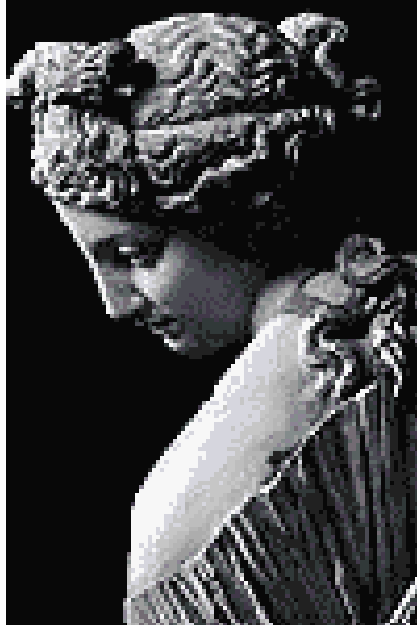
La mujer griega no recibe malos tratos físicos, sin embargo no se le reconocen sus derechos pues la joven esposa no puede salir de su hogar sin el consentimiento de su marido, la mujer vive recluida, dedicada a su arreglo personal y a los quehaceres domésticos.

La democracia ateniense no se interesó por la emancipación de la mujer, dice Pierre Lenoir. Sólo los hombres podían asistir a las asambleas políticas, concurrir a los gimnasios, a los teatros, a las bibliotecas y a las escuelas de los filósofos y ocuparse en el comercio y la industria (VERA, 1987:186).

La mujer no puede asistir al teatro ni a los juegos públicos, no participa en las reuniones que se llevan a cabo en su casa, al morir el marido, éste puede asignarle un segundo marido. La mujer necesita un jefe que la represente en todo los actos religiosos y para los de la vida civil, necesita un tutor.

Es en Esparta donde se dan los cimientos de la educación filosófica representada por Platón, éste tiene cierto interés por el socialismo y entre otras cosas difunde el valor social de la mujer, a su muerte continúa la enseñanza de Aristóteles, contrariando el idealismo de su maestro Platón.

En la antigüedad clásica hubo dos visiones de las mujeres: la platónica; en diálogo con sus alumnos les señaló que él consideraba que no había nada mejor para la sociedad que todos sus miembros defendieran a la mujer, y la aristotélica; que señalaba que la mujer era un ser incompleto y que tenía menos capacidad racional que el hombre. Triunfó esta posición aristotélica y se estableció el sistema patriarcal (Dfensor, Abril 2003:38).



La educación de la mujer era restringida a los conocimientos caseros y de interés del esposo.

1.1.2. Ideología asentada por el cristianismo

A partir del derrumbamiento del Imperio Romano, provocado por la invasión de los bárbaros, se da inicio a situaciones con repercusiones histórico-sociales, transformando las costumbres de la antigüedad. Comienza el conteo de manera ascendente a partir del nacimiento de Jesucristo.

La Iglesia cristiana se da a la tarea de evangelizar y educar a los pueblos que sufren las invasiones bárbaras, insertando patrones que hasta nuestros días se toman en cuenta para la convivencia entre los individuos.

Con la llegada de Cristo al mundo, se modifica el curso de las ideas, pero se mantiene el patriarcado,² pues de entrada Dios es hombre y no mujer. Se difunde que la creación de la vida fue gracias a una fuerza divina, el creador primero forma al hombre y gracias a una costilla de éste se le puede dar vida a otro ser llamado mujer. Estos personajes llamados Adán y Eva viven en el paraíso y son inmensamente felices, hasta que aparece una serpiente provocando los deseos carnales de Eva quien comete el pecado más grave al comer la manzana e insinuársele a Adán, provocando la tentación del placer sexual y de este pecado carnal nace la humanidad.

No es casualidad que se le atribuya a la primera mujer llamada Eva, la caída del hombre y se le achaque a Pandora la culpa de haber dejado en libertad a los demonios de este mundo. Mientras que en el hombre se alienta la iniciativa, el espíritu emprendedor, la osadía y la falta de convencionalismo, en la mujer, estas mismas características, son a menudo muy censuradas (GROSSGERGE, 1975:69).

Estas ideas son conocidas a través de la Biblia, el libro sagrado del cristianismo, que por medio de parábolas y postulados se establecen y más adelante se imponen a la sociedad. La Biblia tiene como propósito instituir conductas a seguir en cada individuo. Establece que el hombre es quien provee los alimentos a la mujer e hijos, y la mujer ha de ser abnegada, sumisa y amorosa con el esposo e hijos. En este libro se encuentra el significado que Dios da a la mujer:

La mujer en los planes de Dios, es radicalmente igual al varón. Esto es verdad hasta el punto que en la perspectiva del Nuevo Testamento, la criatura clave en los proyectos salvadores de Dios es una mujer: María de Nazaret y tanto Jesús como los apóstoles reclaman para la mujer los mismos derechos fundamentales y la misma dignidad que para el varón, si bien el contexto social en que se mueven los autores del nuevo testamento hace que a veces den la impresión de un cierto antifeminismo. Es significativo al respecto el importante papel que, a pesar de este contexto antifeminista desempeñó la mujer en las primeras comunidades cristianas,

² Forma de organización social en la que el hombre ejerce la autoridad en todos los ámbitos asegurándose la transmisión del poder y la herencia por la línea masculina.

como se refleja sobre todo en los escritos paulinos (RICCIARDI, 1972: 1370).

Sin embargo esto va en contra de las acciones culturales y sociales ya que en las diferentes sociedades se asume un patrón de conducta machista y la inferioridad de la mujer es reconocida, un ejemplo es la cultura hebrea:

Para un hombre de veinte a sesenta años, el valor será de cincuenta siclos de plata,³ según el ciclo del santuario. El valor de una mujer será de treinta siclos. De los cinco a los veinte años, el valor será: para el varón veinte siclos, para la mujer diez siclos. De un mes hasta los cinco años; para un niño cinco siclos de plata, para una niña, tres siclos (RICCIARDI, 1972: 176).

De la misma manera a la mujer se le hace responsable de los pecados del hombre, y crean acciones que interiorizan a la mujer a asumir una culpa.

No hay peor veneno que el de la serpiente, no hay peor rabia que la de la mujer. Mejor vivir con un león o una serpiente que habitar con una mujer malvada. La maldad desfigura el rostro de la mujer, le entristece la cara, se diría un oso. Su marido se sienta a la mesa con sus vecinos y, a pesar suyo, gime amargamente. Toda la maldad es pequeña al lado de la maldad de la mujer. ¡Que la suerte del pescador caiga sobre ella!

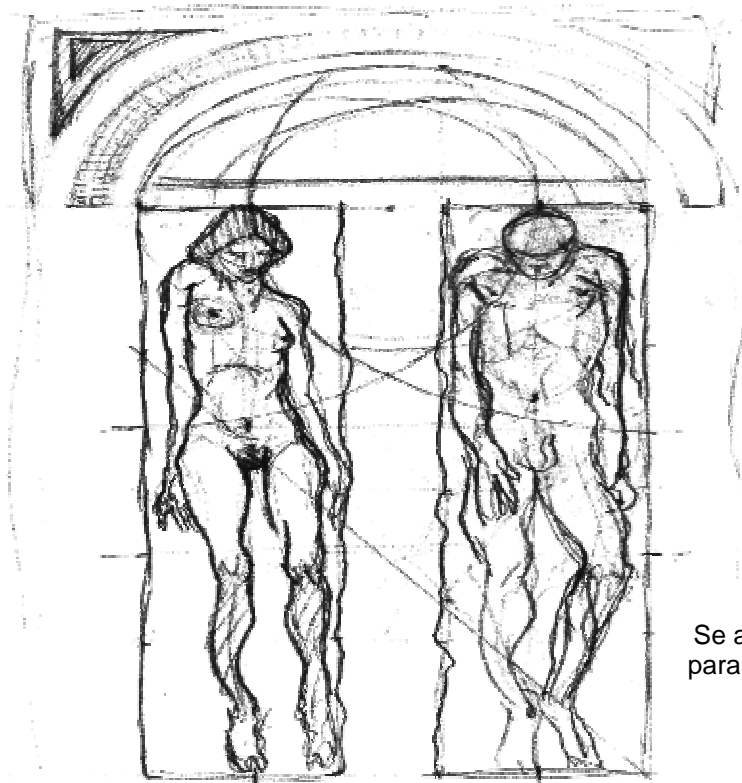
Como una cuesta arenosa para los pies de un anciano, así es la mujer parlanchina para el hombre tranquilo. No corras tras la belleza de una mujer ni te apasionen por ella. Enojo, reproche y vergüenza, es lo que sucede cuando la mujer domina al marido. Por la mujer comenzó el pecado y por causa de ella morimos todos. No dejes escapar el agua, ni des libertad a la mujer perversa. Si no camina según tus deseos, séparate de ella (RICCIARDI, 1972: 962).

En la aplicación práctica de la doctrina cristiana y la vida diaria siguen prevaleciendo la autoridad y la supremacía masculina limitando las condiciones igualitarias que promueve Jesucristo, aunque con el culto a la virgen María la mujer retoma la jerarquización religiosa ya que se le considera la madre del hijo de Dios, a

³ Unidad monetaria utilizada para el pago de adquisición de bienes.

la vez que se implanta la igualdad moral de los sexos al menos en la exigencia de castidad y continencia.

En las sociedades donde se difunde el cristianismo como una forma de vida o creencia basada en la relación de una persona con Dios, se toman los postulados como una forma de reglamentación y control ante las relaciones de convivencia; o como popularmente se utiliza: "Vivir de forma como lo mande Dios". Con el cristianismo nace una moral social que marca las relaciones entre hombre y mujer, éstas repercuten en las formas de convivencia familiar y designan las relaciones de poder. De esta forma el hombre asume el papel de autoridad de la familia y la mujer de sumisión ante los deseos del hombre.



Se adoctrina al pueblo
para mantenerlo dócil y
conforme.

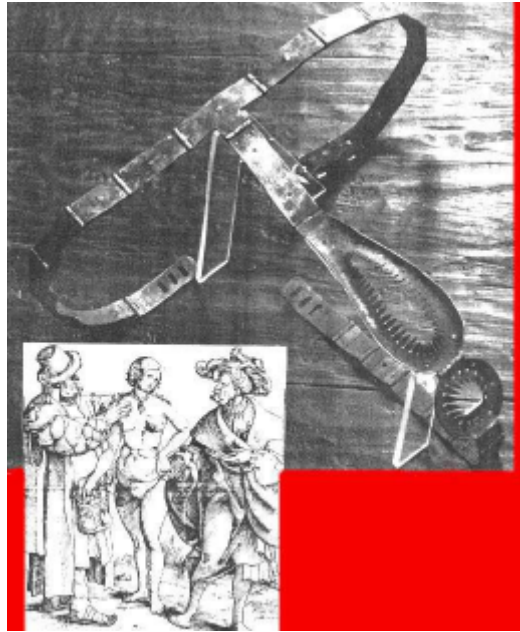
1.1.3. De la edad media al feudalismo

Según Pierre Lenoir:

La Edad Media creó el mito de la mujer; el hombre le rinde homenaje con sus atenciones, halagos y preferencias. Hay una transformación en los sentimientos, que se traduce, en un cambio en las costumbres y en los conceptos, que arranca de la fidelidad para el señor feudal y le dan firmeza y santidad al vínculo matrimonial (VERA, 1987:212).

En esta época es un hecho que por naturaleza el hombre debe proteger, respetar y atender a la mujer aun a costa de su vida, provocando nuevas relaciones de cortesía que favorecen la convivencia entre los sexos.

Sin embargo durante el medievo la represión femenina llega al extremo de ponerle a las esposas el cinturón de castidad y se registra el estallido de violencia misógina más cruel de toda la historia; la cacería de brujas, con esta medida se castiga no sólo la práctica de la magia negra o la hechicería, sino también cualquier desviación del papel femenino prefijado; se castiga además el primer grito de rebelión de un grupo de mujeres confabuladas para el ejercicio de algún tipo de poder. Los castigos van desde la exhibición pública, la tortura, la prisión, hasta la pena de muerte en la hoguera.



Cinturón de castidad

A partir del siglo XI, con el nacimiento de los estados feudales, las ciudades empiezan a reducirse y el señor feudal es dueño de todo lo que abarca su territorio, éste tiene derechos sin límite sobre todas las personas que habitan el feudo y de la misma manera deben rendirle obediencia y trabajo aunque cabe destacar que existen niveles sociales que designan las funciones y las libertades de los subordinados. En esta época la mujer mantiene una condición inferior, ya que los señores feudales tienen ciertas atribuciones, como el derecho a la *prima noctis*; es decir, las mujeres de los siervos les pertenecen, como la tierra, los animales, los árboles y el producto de sus posesiones. La mujer es tratada como un objeto erótico doméstico, y en los bajos estratos como una bestia de carga.

Las mujeres aportan la fabricación de tejidos, vestimenta, zapatos, se encargan del cuidado de los animales y en ocasiones del cuidado de los hijos del señor feudal, de la alimentación, obligándolas a trabajar largas horas cuando la paga sólo era la alimentación.

En esta etapa la concepción de la mujer noble cambia ya que obtiene la estimación del hombre, el caballero rinde culto a su dama, no es igual al hombre, sino que se le reconocen algunas atenciones, por ejemplo: cederle el paso, servirle primero, etc., se da el inicio de la caballería, aunque se utiliza a la mujer como

objeto, se le sigue enclaustrando en las actividades del hogar y aún pertenece al hombre.

Otro acontecimiento que asienta las desigualdades entre los sexos se da a partir del siglo XIII, cuando las universidades llegan a su apogeo, ya que sólo permiten el acceso a varones, aumentando la distancia que separa la educación femenina de la masculina, con lo que se ahonda la brecha de desigualdad sexual.

Aunque en la nobleza la mujer adquiere mayores atenciones, con la idea de que el sexo femenino es mayormente débil, sin inteligencia y dependiente del sexo masculino, la discriminación y repudio hacia las mujeres se intensifica de manera social y es impuesta por los representantes del poder político y económico.

1.1.4. El renacer del hombre y el nacer de la mujer

A finales del siglo XV, en Europa, triunfa el absolutismo y se da el inicio a la Edad Moderna, hecho que se origina con el Renacimiento, movimiento intelectual que consigue sacudir las disciplinas intelectuales de la Edad Media, para volver a la antigüedad clásica, que tiene como objetivo la reafirmación de la persona humana, que ama la vida y quiere su cuerpo, así como recuperar la alegría de vivir de la razón individual.

Las relaciones entre los sexos cambiaron profundamente, la mujer deja de ser idealizada para convertirse en un objeto de atención, ésta tiende a desempeñar un papel social importante. Los quehaceres domésticos dejaron de ser la única tarea para ellas, se cimentan los inicios de lucha para conseguir la igualdad de condiciones con el hombre, se toma en cuenta entre los escritores el problema femenino.

Los puritanos del Siglo XVI unieron los ideales del amor romántico con la normalidad del sexo en el matrimonio. El estado de la mujer mejoró con el Puritanismo (por ejemplo, si era azotada, la mujer podía separarse y hasta divorciarse). Las leyes sobre derechos de propiedad y derechos de herencia mejoraron. El matrimonio se convirtió en un contrato.
www.punksunidos.com.ar/salud/placer/cristianismo.html

A partir del siglo XVI en la literatura francesa se introduce la participación activa de la mujer, que preside y caracteriza las reuniones sociales de tendencia intelectual, da su opinión con respecto a los libros, obras de teatro que muchas veces se toman en cuenta para el éxito o fracaso de las mismas, no se admira a la mujer culta ya que atenta contra el ego masculino, no se concibe la igualdad de sexos en trabajo y responsabilidades.

En esta época de la historia la clase baja la representan las campesinas, éstas no participan en las conquistas logradas por las mujeres de la nobleza y son utilizadas para descargar la agresividad de los hombres y son víctimas de desprecio. El nacimiento de una hija se considera una desgracia y en muchas ocasiones se procede a su eliminación o se le descuida de tal manera que tiene pocas esperanzas de sobrevivencia.

La generación de filósofos del siglo XVII se preocupa por el ejercicio de la razón en el contacto con la naturaleza, para de esta manera alcanzar el conocimiento científico; rompen con los dogmas religiosos de su época al explicar el funcionamiento del mundo sobre una base secular. René Descartes expone que los hombres pueden por sí mismos dar sentido a sus vidas, contradiciendo la idea del poder divino (GUTIERREZ ,1972:244).

Aunque se dan los inicios del cambio social en la revalorización del hombre y el reconocimiento de la mujer, continúa la desventaja entre hombre y mujer, pues su reconocimiento se limita a la nobleza y en muchas ocasiones las mujeres son tratadas como un ser inferior física y mentalmente, en especial en el ámbito científico, manteniendo una relación de subordinación del sexo femenino frente al masculino.

Sor Juana Inés de la Cruz, representa a las mujeres que muestran sus capacidades, al plasmar escritos en defensa de la mujer, aunque para hacerlo se presenta públicamente con una imagen masculina, un ejemplo más al no reconocimiento de las capacidades femeninas.

1.1.5. Revolucianan los derechos sin ver a las mujeres

En 1775 se da comienzo a la Independencia de Norteamérica, en esta época la situación y posición de la mujer es vista con enfoque diferente, debido a la colonización de los pueblos ingleses. Éstos llevaron a sus mujeres con una mentalidad de invasión y con la finalidad principal de conservar la raza. El cambio que experimenta la mujer en América es grande; ya que se toman en cuenta los méritos personales del sexo femenino, su desempeño gana el reconocimiento del sexo masculino, los matrimonios son por libre elección, en algunos lugares las mujeres tienen una intensa actividad moralista en contra de la prostitución, el juego, las bebidas entre otros, y es en esta época donde se habla del control de la natalidad. Debido a la gran demanda de trabajo, las mujeres pueden desempeñarse en tareas consideradas propias del hombre.

Hombres, mujeres y niños trabajaban en el campo. El esfuerzo fue compensado y así se construyó el andamiaje social de la futura potencia. Ello le valió a la mujer norteamericana la estima y el respeto del hombre. Siempre tuvo la mujer anglosajona un papel más igualitario que la latina, la árabe y la oriental en general (VERA, 1987: 233.).

Por otra parte, en 1789 en París, el pueblo se lanza a una lucha contra las bases de la sociedad monárquica francesa, el pueblo hambriento arde en rebeldía y las mujeres participan aparentando ser hombres en la revolución de Julio.

En 1795 cuando figura la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano, se establece que todos los hombres son libres y tienen los mismos derechos, estos derechos no incluyen al sexo femenino. Así lo señala Simone de Beauvoir: “La revolución francesa de la burguesía respetó las instituciones y valores franceses y los intereses masculinos”.

Sin embargo, algunas mujeres burguesas se adhieren a la causa revolucionaria, y tienen como aspiración la reivindicación femenina. María Wolstonecraft en Inglaterra publica la primera obra feminista, *Una reivindicación de*

los derechos de las mujeres, en la que entre otras cosas reclama mejores salarios, educación y libertad sexual, lucha que se refleja en que:

Las mujeres de las clases trabajadoras fueron quienes tuvieron mayor independencia durante el antiguo régimen, tomaban parte de la producción como lenceras, lavanderas, pulidoras, revendedoras etc., trabajaban a domicilio y en pequeñas empresas. Tenían libertad de costumbres, respaldada por su independencia material. La mujer del pueblo podía salir, frecuentar las tabernas; y disponer de su cuerpo, era la asociada de su marido, su igual. La campesina hacía una parte apreciable del trabajo rural, era tratada como sirvienta, a menudo no comía en la misma mesa que el marido y los hijos, trajinaba más duramente que ellos, además de cargar con la maternidad. Pero como era necesaria era respetada y tenía en la casa gran autoridad (VERA, 1978:236).

Se forman los clubes republicanos de mujeres que exigen se aplique los objetivos de libertad, igualdad y fraternidad por igual a hombres y mujeres.

En Inglaterra, durante la segunda mitad del siglo XVIII, se gestan las grandes transformaciones socioeconómicas que sitúan al hombre en un estado de progreso mucho más avanzado que el logrado por la humanidad hasta entonces, se utilizan por primera vez las máquinas para realizar el trabajo del hombre.

Con la Revolución Industrial surge un modelo de producción masiva a través de las máquinas, se permite a las mujeres de la clase baja trabajar en las nuevas fábricas, las condiciones de trabajo no respetan su bienestar físico y sus salarios son menores a los del sexo masculino.

Las mujeres que se han incorporado al trabajo asalariado quedan integradas al naciente proletariado, comienzan a adquirir conciencia de sexo y reclaman la igualdad de derechos laborales y civiles que les son negados. El gobierno gana el consenso de las mayorías, se establece la instrucción obligatoria y gratuita y el voto para los varones, ellas reclaman para sí el derecho de recibir igual instrucción, capacitación profesional y especialización en un oficio así como ese derecho al voto.

Se considera que las mujeres de la clase alta, y media, tienen que permanecer en el hogar como objeto decorativo. La única alternativa para las

mujeres respetables de cualquier clase es el trabajo como profesoras, vendedoras o doncellas.

La situación de la mujer comienza a experimentar transformaciones que la llevan después de algún tiempo a la emancipación ya que en Europa surgen algunos grupos feministas que definen y defienden el concepto como:

Aquella persona que está a favor de la igualdad política, económica y social de mujeres y hombres y, en consecuencia, favorece los cambios legales y sociales necesarios para lograr esa igualdad, prefieren este término como la expresión liberación de la mujer, que se utiliza con frecuencia de manera despectiva (HYDE, 1995:426).

Estos grupos no tienen gran repercusión ya que entre otros factores la iglesia católica se opone al feminismo argumentando que destruye la familia patriarcal. En los países agrícolas se mantienen las ideas tradicionales y en las sociedades industriales las reivindicaciones feministas tienden a ser sofocadas por el movimiento socialista.

El cambio de los roles sexuales paternalista comienza a esbozarse durante el renacimiento, en las cortes del absolutismo, el cristianismo y se llega a concretar en las sociedades industrializadas.

1.1.6. Inicios del cambio

En 1848 se celebra en Nueva York la primera convención sobre los derechos de la mujer, entre sus principales exigencias solicitan la igualdad de derechos, incluido el derecho al voto y a la educación. Este movimiento es castigado con la represión, es en esta ciudad donde más de 120 trabajadoras textiles son asesinadas el 8 de marzo de 1908 y en reconocimiento a esas mujeres se conmemora el Día Internacional de la Mujer el 8 de marzo. (www.mdemujer.org.mx/historia/s-xix/historia)

Ya en 1869 se publica el libro *Sobre la esclavitud de las mujeres* de John Stuart Mill. La mayoría de los manifiestos que hablan de la igualdad de derechos entre hombres y mujeres tienen como objetivo principal el derecho al voto, sin embargo, éste no se incluye en las Constituciones de los países. En la actualidad existen países como Jordania y Arabia Saudita entre muchos otros donde la mujer no tiene derecho a votar.

Después de las guerras mundiales y algunas revoluciones, los nuevos gobiernos apoyaron la igualdad de los sexos y el control de la natalidad.

Es hasta 1920 cuando la universidad de Oxford permite el acceso a la mujer, ocho siglos después que el hombre.

China, aunque fiel a sus ideas revolucionarias, mantiene una cierta discriminación laboral hacia las mujeres, este país es un claro ejemplo de atentado contra la integridad femenina ante los gustos y preferencias del sexo masculino, tal es el caso de las mujeres con pies flor de loto, la pequeñez de éstos son para los hombres un atributo de belleza y las someten a procesos infrahumanos para mantener los pies a un determinado tamaño, este proceso va en contra de la naturaleza misma.

Los movimientos gestados a través de la historia a nivel mundial, han llevado a transformar los roles sexuales paternalistas que se caracterizan por mantener a la mujer por debajo del hombre, sin embargo estos cambios tienen un alcance limitado y la entrada de estas ideas a la sociedad se dan a largo plazo y de manera paulatina, sin dejar de reproducir la marginación del sexo femenino.

1.1.7. Despierta el feminismo en Latinoamérica

Como un antecedente de los movimientos feministas en México es necesario mencionar la lucha por la igualdad de derechos entre los sexos, destacando en el siglo XV, Sor Juana Inés de la Cruz; la primera feminista de América se convierte en la más reconocida crítica del machismo, es la escritora más importante del nuevo mundo, en el convento defiende a capa y espada la igualdad de las mujeres en la justicia y en la educación, es honrada con el título de la “Décima Musa”. Para poder estudiar la universidad se viste como hombre, su sueño de que la mujer pueda asistir libremente a la universidad se alcanza trescientos años después.



La escritora mexicana, sor Juana Inés de la Cruz (1651-1695), se reveló como niña prodigio, a pesar de que en aquella época no era habitual que las mujeres accedieran a la cultura. El poema "Hombres necios" está considerado como un ejemplo elocuente de poesía feminista.

En el año de 1824, una agrupación de mujeres solicita el reconocimiento como ciudadanas mediante “La Carta de las Mujeres Zacatecanas”.

En esta misma época los ideales de Platón son tomados en cuenta por algunas personalidades de la historia como Benito Juárez y Sebastián Lerdo de Tejada, quienes consideran que hay necesidad de instituciones para la educación de las mujeres.

Ya en el año de 1888 se funda la escuela normal para profesoras, acción que promueve el acceso a la educación, inicia el camino para que la mujer promueva sus demandas de igualdad. Un ejemplo del inicio de la lucha de mujeres por el reconocimiento de sus derechos se da en 1911, ya que:

Solicitan al Presidente interino Francisco León de la Barra su derecho a votar, argumentando que éste no está excluido de la constitución de 1857, ya que en la carta magna no se hacen aclaraciones sobre los derechos de los votantes según su sexo. www.mdemujer.org.mx/historia/s-xx/historia.

Un hombre importante para la historia del feminismo en México en el siglo XX es Salvador Alvarado, gobernador del estado de Yucatán, organiza el primer Congreso Feminista de Yucatán que se lleva a cabo del trece al dieciséis de enero de 1916 donde desde su convocatoria señala el propósito que lo lleva a celebrar el encuentro.

Es un error educar a la mujer para una sociedad que ya no existe, habituándola a que, como en la antigüedad, permanezca recluida en el hogar, el cual sólo abandona para asistir a los saraos y fiestas religiosas, y que no se les reivindica colocando sobre su tumba el epitafio romano: "Cuidó su casa y supo hilar la lana", pues la vida activa de la evolución exige su concurso en una mayoría de las actividades humanas (Primer Congreso Feminista de Yucatán, 1916:31).

Es hasta la Presidencia del General Lázaro Cárdenas, en 1937, cuando se presenta una iniciativa para que se reconozca la igualdad jurídica de la mujer y sea posible su participación política, sin embargo es hasta 1953 cuando se reconocen los derechos políticos de la mujer mexicana. Veintiséis años después el país tiene a la primera gobernadora en el estado de Colima, Griselda Álvarez. Cabe destacar que en el siglo XIX las mujeres mexicanas encabezan movimientos sindicalistas para mejora de sus condiciones laborales como son el de las "Saraperas en Puebla" y el de las "Cigarreras en la Ciudad de México".

México es uno de los últimos países de América Latina que reconocen los derechos políticos de más de la mitad de la población.

En la década de 1960, el cambio que sufren los patrones económicos y sociales de los países occidentales favorece la aparición de procesos en apoyo a la igualdad de trato de los sexos, que se centra en aspectos ligados a la condición

sociocultural de la mujer. El descenso de los índices de mortalidad infantil, la mayor esperanza de vida y los anticonceptivos liberaron en gran parte a la mujer de las responsabilidades relativas al cuidado de los hijos. Todo ello junto con el aumento de los precios de productos de consumo básico provoca que muchas familias necesiten mayor ingreso económico y por la misma situación aumenta el índice de divorcios propiciado que acudan al mercado laboral más mujeres.

Los movimientos femeninos ponen en tela de juicio las instituciones sociales y los valores morales apoyándose en determinados estudios científicos, sugiriendo que la mayor parte de las diferencias entre el hombre y la mujer no son biológicas sino culturales. Algunas mujeres experimentan con nuevos tipos de relación, incluido el compartir los roles domésticos. A finales de la década de 1960 y principios de 1970 las mujeres organizan grupos pro derechos de la mujer haciendo gran hincapié en su concientización.

Los objetivos de los movimientos feministas incluyen igualdad de salario a trabajo igual, ayuda estatal para el cuidado de los niños, reconocimiento de los derechos de las lesbianas, legalización del aborto, análisis a los malos tratos y a la discriminación de las mujeres mayores y de minorías.

A lo largo de la historia, el movimiento feminista ha conseguido grandes logros. En la mayoría de los países la mujer puede votar, estudiar a todos los niveles, decidir sobre su vida, ocupar cargos públicos y ha aumentado su acceso al campo laboral. Sin embargo, la llegada de la globalización en los países no occidentales ha destruido algunas medidas económicas tradicionales favorables a la mujer, ofreciendo como único empleo el trabajo mal pagado en fábricas; en México existen muchas ciudades donde las situaciones laborales de las obreras atentan contra su seguridad.

Es un mosaico de posibles causas, en primer lugar la situación económica que sufre el país ha provocado que la gente llegue a Juárez con la esperanza de encontrar trabajo o de cruzar a Estados Unidos. La industria maquiladora es un centro de atracción muy fuerte. Vienen y no hay la infraestructura necesaria para recibirlos, no hay educación, salud, no

vigilancia suficiente. Muchas de las muertas de Juárez vinieron de otros estados y lo que encontraron aquí fue la muerte (RONQUILLO, 1999:24).

Las grandes transformaciones tecnológicas que se dan en el ámbito mundial, repercuten en el ámbito social, pues entre otras cosas se ha conseguido que en la mayoría de las ciudades mexicanas la mujer salga al mercado laboral, pueda decidir la cantidad de hijos que desee tener, expresar libremente los malos tratos y las violaciones, sin embargo estos logros siguen siendo limitados pues en el trato e ideología hacia la mujer se mantiene la discriminación y las relaciones de poder reflejado entre otras cosas en el ámbito laboral, pues el sexo masculino permanece en sueldos y jerarquías por encima de la mujer; a nivel educativo, estadísticamente el sexo masculino tienen mayor acceso a la educación que el sexo femenino, y la presencia de los casos en Ciudad Juárez, refleja la mentalidad misógina,⁴ que permanece sin importancia para la sociedad.

La ineptitud, la corrupción y la falta de voluntad política de las autoridades ante las innumerables muertes de mujeres que se suscitan en el norte del país, nos llevan a reflexionar si la legislación discriminatoria hacia las mujeres de la Edad Media, permanece en el sistema político actual.

Nadie sabe cuántas mujeres han sido asesinadas en Ciudad Juárez desde la primavera de 1993. Lo peor es que esta noche puede ocurrir otro crimen, una nueva tragedia... En un país de impunidad, la historia de los crímenes perpetrados en contra de las mujeres en Ciudad Juárez resulta la más atroz por la vulnerabilidad y el número de sus víctimas... Todas las muertas de Juárez fueron agredidas, violentadas, ultrajadas (RONQUILLO, 1999:11).

Ante esta constante discriminación hacia las mujeres surgen los movimientos feministas que se han manifestado con distintas visiones, resaltando tres diferentes etapas; el feminismo liberal que surge en el siglo XIX basado en conceptos *razón, ley, libertad y derechos*, que obedecía a los derechos de las mujeres, a la propiedad

⁴ Aversión u odio a las mujeres (Espasa, 1993:1118).

y a la familia y de su acceso a la educación, centrado en el individuo y en el individualismo.

El feminismo marxista, aparece a fines de los sesentas, basado en el término *reproducción social* para analizar la situación que compete a las mujeres amas de casa y reproducir conductas y relaciones familiares.

El feminismo radical, que aparece en los sesentas y setentas, analiza las relaciones que se dan con los hombres y se destacan la reproducción, la sexualidad, el cuerpo, la violencia y la coacción masculina.

El feminismo de sistemas duales integra el marxista y el radical; contiene análisis del capitalismo y del patriarcado. Para la autora Mitchell:

La profunda interiorización del patriarcado por parte de las mujeres ha sido tan importante como su situación económica y material, porque ambas se refuerzan mutuamente y son interdependientes... las estructuras están más allá de la resistencia de cada mujer individual y determinan su experiencia y condición desde el nacimiento... hay seis estructuras identificadas; empleo remunerado (trabajo asalariado), producción familiar (trabajo doméstico), cultura (medios de comunicación incluidos), sexualidad, violencia y el Estado (a través de estructuras políticas y legislación) (En BOOTH, DARKE Y YEANDLE, 1998:23).

A pesar de las luchas feministas a través de la historia, es hasta la presidencia de Ernesto Zedillo donde se crea un programa para el desarrollo de la mujer, pues en la década de los noventas se presenta el feminismo posmoderno, que se introduce en la teoría social y en el análisis cultural los conceptos teóricos; capitalismo, patriarcado, raza y género.

Durante la década de los noventa, el feminismo se institucionaliza plenamente en organismos gubernamentales, no gubernamentales y en la academia, lo cual produjo una profesionalización de la materia. Ahora es posible vivir de la lucha feminista cuando en los primeros años se vivía para ella... la atención a mujeres golpeadas y violadas, la asistencia a quienes deseen abortar y el asistencialismo, en general corresponde a las

instituciones estatales, programas de gobierno y no a grupos feministas (Semnario de la UAM, marzo 2004:3).

Los cambios logrados por las mujeres no tuvieron gran alcance; ya que se presentan críticas contra la perspectiva feminista entre las cuales destaca la proveniente de la Nueva Derecha y otros grupos conservadores:

Creen que los papeles y categorías de la mujer están enraizados en la biología, establecidos, quizá, por Dios y son, desde luego, naturaleza. En consecuencia, están convencidos de que el punto de vista feminista constituye un completo error. Estos argumentos incluyen cuestiones básicas de valor y no pueden dilucidarse en un nivel científico (HYDE 1995:85).

Pues como lo plantea Vera textualmente:

Los roles femeninos y masculinos paternalistas constituyen el núcleo central a partir del cual se desarrolló la política sexual discriminatoria que convirtió a la mujer en un grupo social subordinado. Esto fue posible porque las características biológicas femeninas propiciaron su papel más protegido y éste la hizo aun más vulnerable que su propia naturaleza y condujo a su debilitamiento como grupo social, este debilitamiento femenino permitió el avance del otro grupo social, el masculino, favorecido por el papel protector y guerrero que lo llevó a detentar la exclusividad de las determinaciones y el poder. Pero el sometimiento femenino no tiene lugar hasta el descubrimiento de la paternidad por parte del hombre primitivo que, juntamente con el nacimiento de la idea de propiedad privada, diera origen al patriarcalismo. Por eso el patriarcalismo y su versión atenuada del paternalismo monogámico constituyen el epicentro de la problemática de los roles sexuales actuales. Porque lo que se interpreta en la actualidad como las naturalezas femenina y masculina es el resultado del condicionamiento educativo a través de los arquetipos de feminidad y masculinidad paternalistas (VERA, 1987:20).

Ante las situaciones históricas antes mencionadas es necesario reflexionar el origen de las desigualdades femeninas en relación con las masculinas. Qué aspectos contribuyen a que la mujer asuma un guión de comportamiento caracterizado por la

sumisión, abnegación y aceptación, implícitos con su triple función social como reproductora de fuerza de trabajo, participante en algún acto de producción y consumidora, estando a la par de la imagen sexual que la ubica por debajo del nivel masculino.

1.2. DIFERENCIAS BIOLÓGICAS PERO NO DESIGUALDADES DE GÉNERO

Si bien es claro que la mujer no tiene la misma constitución biológica que el hombre, es imprescindible analizar el origen de las desigualdades de los sexos, que se fundamentan en las diferencias biológicas y hacen que los sexos no tengan los mismo derechos, más aún, tener claro qué factor es el responsable de las desigualdades sexuales, si la cultura o la naturaleza.

Para poder analizar las características biológicas que hacen la diferencia entre un sexo y el otro, es necesario mencionar las cualidades que científicamente dividen a hombres y mujeres.

En el año de 1859 Charles Darwin afirma que todos los organismos vivos son el resultado de un proceso de descendencia a partir de un antepasado común, según su prueba de *Anatomía Comparada* dice que: “La anatomía de distintas especies tienen una similitud en parentesco u homología entre órganos que deben de haber tenido un mismo origen y un desarrollo común durante cierto tiempo.” (ENCARTA, 2002)

Actualmente se cree que la mayoría de los cambios evolutivos se deben a la suma de pequeñas mutaciones, unidas a cambios lentos en las características morfológicas de los individuos de la población, el mecanismo de la reproducción sexual es responsable de un gran aumento de la diversidad genética.

Existen dos tipos de reproducción; la sexual y la asexual, ésta se da con el origen de la vida, principalmente en el mundo vegetal, generando un nuevo organismo a partir de un fragmento del cuerpo del organismo original; un ejemplo de

esta forma de reproducción son los esquejes y estolones que se desarrollan en las plantas hasta convertirse en un ser independiente.

La reproducción sexual aparece en la evolución en el momento en que algunos organismos multicelulares empiezan a producir células incompletas y especiales (gametos) que necesitan unirse para producir un nuevo individuo. Cada una de estas células son incompletas para producir una nueva vida; ya que, contiene la mitad de la información (genes) necesaria para que un organismo llegue a vivir, y requiere de la otra mitad de la información.

1.2.1. Mujer-Hombre, complemento genético

Entre los organismos que se reproducen sexualmente, se encuentran los seres humanos; en el momento de la fertilización (unión de dos células sexuales que llevan una información genética) se dirige el desarrollo futuro del individuo. Cada célula contiene un núcleo y dentro de él se encuentran los cromosomas (fibras de proteínas y ácido nucleico) éstos dirigen el desarrollo del organismo, en el óvulo hay veintidós cromosomas que portan toda la información genética que hereda la madre, con excepción del sexo del individuo.

El espermatozoides humano que tiene la capacidad de fertilizar el huevo porta veintidós cromosomas similares a los veintidós del óvulo, pero este contiene el cromosoma determinante del sexo.

Para la ovulación de gametos en seres humanos, la mujer cuenta desde su nacimiento con un par de ovarios provistos de unas 400 mil células inmaduras llamadas oocitos primarios. Las trompas de Falopio recogen el óvulo maduro y lo conducen al útero... En el hombre, los testículos tienen una doble función: producen células sexuales y hormonas sexuales masculinas, los espermatozoides pasan por el conducto espermático y de ahí al conducto eyaculador que se abre en la uretra a través del pene. Este órgano copulador eréctil adaptado para depositar espermatozoides en la vagina de la mujer (LIMON, 1999:119).

Hasta antes de los dos meses de gestación el ser humano cuenta con un par de glándulas sexuales no diferenciadas, ya sea hombre o mujer aún son iguales. Estas glándulas al desarrollarse constituyen un par de gónadas; ovarios en el caso de la hembra y testículos en el caso del macho, cada una de ellas durante el proceso producen hormonas que en el macho se llaman andrógenos y las hormonas que regulan el desarrollo de la hembra se llamas estrógenos y progesterona.

Es a partir de aquí donde se empiezan a sentar las bases biológicas para las diferencias sexuales.

En este proceso, el hipotálamo regula el funcionamiento de la pituitaria que a su vez, controla la liberación de hormonas gonadales en sangre. Las células hipotalámicas del varón son relativamente insensibles a los niveles de estrógenos, mientras que las de la mujer son muy sensibles a ellos... la organización del hipotálamo en sentido masculino o femenino puede influir en las conductas sexuales y agresivas (HYDE, 1995:247).

Este proceso da como resultado a un nuevo individuo para que nazca niño o niña, las diferencias anatómicas entre los individuos macho-hembra se van remarcando a través de su desarrollo, en la etapa de la pubertad se presentan cambios drásticos en los rasgos físicos.



En este momento, la secreción de determinadas hormonas provoca un efecto fisiológico general. Este rápido crecimiento se produce antes en las mujeres que en los hombres, indicando también que las primeras maduran sexualmente antes que los segundos. La madurez sexual en las mujeres viene marcada por el comienzo de

la menstruación; la cual forma parte del proceso que prepara a la mujer para el embarazo y el parto, y los hombres maduran físicamente a partir de la producción de semen. Las principales hormonas que dirigen estos cambios son los andrógenos masculinos y los estrógenos femeninos. Estas sustancias están asociadas con la aparición de las características sexuales secundarias.

En los hombres aparece el vello facial, corporal y púbico, la voz se hace más profunda.

En las mujeres aparece el vello corporal y púbico, los senos aumentan y se desarrollan las glándulas mamarias que producen leche después del parto, las caderas se ensanchan y pueden albergar a un nuevo individuo durante un periodo de nueve meses: "Se ha comprobado también científicamente que la hembra tiene una capacidad genética más rica que el macho. Por eso sobreviven más niñas que niños y mueren antes los varones que las niñas." (GROSSGERGE, 1975:63)

Otra característica biológica que interviene para diferenciar los sexos se da a nivel cerebral, ya que éste se divide en dos hemisferios; el derecho, que funciona para tareas abstractas o espaciales, se le atribuye los sentimientos, las emociones, la percepción entre otros.

El hemisferio izquierdo se especializa en tareas verbales; la lógica, las matemáticas, la mecánica, lo racional y lo visual, sólo en personas diestras (derecha).

Lo cual no necesariamente implica que el hombre utilice más un hemisferio y la mujer otro hemisferio, sin embargo más adelante se describen situaciones que vive el hombre y que lo impulsan para que desarrolle más el hemisferio izquierdo, y a la mujer se le limita, contraponiéndola a que desarrolle más el hemisferio derecho, se le facilita la demostración de sus sentimientos mientras que al hombre se le limita.

Los hemisferios cerebrales ocupan la mayor parte del cerebro humano y suponen cerca del 85% del peso cerebral. Su gran superficie y su complejo desarrollo justifican el nivel superior de inteligencia del hombre si se compara con el de otros animales. Una fisura longitudinal los divide en hemisferio derecho y hemisferio izquierdo, que son simétricos, como una imagen vista en un espejo. El cuerpo calloso es un conglomerado de fibras

nerviosas blancas que conectan estos dos hemisferios y transfieren información de uno a otro (ENCARTA, 2002).

En concreto, en la utilización de los hemisferios cerebrales se encuentran las diferencias de la educación para hombres y mujeres.

Como hemos visto las diferencias sustantivas entre hombre y mujer son principalmente la fisiología reproductora, así como las funciones y morfología de los órganos sexuales, estas diferencias anatómicas son mínimas y no implican la superioridad de un sexo sobre otro, de la misma manera provocan pocas o nulas limitaciones para llevar a cabo igualdad de tareas entre los sexos, si las diferencias biológicas no tienen el peso suficiente para justificar las desigualdades sociales entre los sexos: ¿Cuál es el origen de estas desigualdades?, y ¿en qué momento se asumen?

1.2.2. Conductas aprendidas que se llegan a aprehender

Es real que en la diferencia biológica de los sexos no se puede justificar la subordinación de la mujer, ni asumirla como hecho natural y difícilmente inmodificable, es importante relacionar lo biológico con lo social sin dejar de considerar las diferencias de tipo físicas indudables que existen entre hombres y mujeres: “La naturaleza ha sido sabia al prever que los humanos nazcan sin normas fijas de comportamiento, y que necesiten un largo periodo de tiempo para llegar a la madurez” (ERICKSON, Susan, WOHL, John P., 1999:38).

Al nacimiento de un ser humano, desde el primer momento que es visto por la madre, ésta conoce el sexo de su hijo a partir de las características sexuales externas, si tiene pene es niño y probablemente va a utilizar desde su nacimiento ropa color azul, color designado por la sociedad para el sexo masculino, si a simple vista posee vagina, es niña y probablemente se le viste de color rosa. No sólo se designa el color de ropa a utilizar por cada sexo, también se le atribuyen sentimientos y virtudes a cada uno, la niña muy probablemente ha de ser tierna,

risueña, coqueta, etc.; y el niño inquieto, rudo, inteligente, etc. Al papel cultural que le toca jugar a cada sexo por haber nacido biológicamente hombre o mujer se le conoce con el término género.

Se considera necesario aclarar que el género que se le asigna a un individuo no es lo mismo que su identidad sexual, la cual es el resultado de un proceso psíquico que desemboca en una heterosexualidad u homosexualidad, cabe mencionar que el respetar la identidad sexual de los individuos, es parte primordial para acercarnos a una equidad de género.

El género se refiere a las atribuciones, normas y creencias sobre lo que es masculino y femenino. Este concepto acompaña al individuo desde su nacimiento hasta la muerte.

Actualmente, en las ciencias sociales se usa género como la categoría que nombra al conjunto de ideas sobre lo que es *propio* de los hombres y *propio* de las mujeres; sobre lo que se considera masculino y lo que se considera femenino. Cada sociedad construye su cultura tomando como referencia fundamental la diferencia sexual y a partir de la oposición mujer / hombre todo lo que rodea a las personas es clasificado como masculino o femenino. Los ámbitos de la vida cotidiana se estructuran de la misma manera y las actividades se dividen en dos tipos: las que corresponden a los hombres y las que corresponden a las mujeres (LAMAS, 2001:55).

Género del latín *genus* que significa nacimiento u origen, y de aquí que represente cierto tipo;

Es una construcción sociocultural basada en la interpretación que cada sociedad hace sobre el sexo biológico. Se compone de tres elementos: la asignación y la construcción subjetiva de las identidades, las relaciones de poder entre hombre y mujeres y las desigualdades o asimetrías entre ambos (SZASZ, 1999:3).

Según Marta Lamas:

El papel (rol) de género se configura con el conjunto de normas y prescripciones que dictan la sociedad y la cultura sobre el comportamiento femenino o masculino. Aunque hay variantes de acuerdo con la cultura, la

clase social, el grupo étnico y hasta el estrato generacional de las personas, se puede sostener una división básica que corresponde a la división sexual del trabajo más primitiva: las mujeres paren a los hijos y, por lo tanto, los cuidan: *ergo*, lo femenino es lo maternal, lo doméstico, contrapuesto con lo masculino como lo público. La dicotomía masculino - femenino, con sus variantes culturales, establece estereotipos, las más de las veces rígidos, que condicionan los papeles y limitan las potencialidades humanas de las personas al estimular o reprimir los comportamientos en función de su adecuación al género.

Por lo tanto lo que determina la identidad y el comportamiento de género no es el sexo biológico, sino la adquisición de conductas que se experimentan desde el momento de su gestación y se asumen para nacer y crecer como hombre o mujer.

Como ya hemos visto a nivel biológico las diferencias entre macho y hembra son muy marcadas, y qué decir a nivel histórico-social, se han establecido normas para mantener las relaciones de poder, donde el hombre ha impuesto reglas por considerarse poderoso y la mujer asume esas reglas colaborando en la reproducción de las mismas como un ser débil. Para entender claramente a qué se debe que el hombre y la mujer asuman un papel ante la sociedad, es necesario centrarnos en la teoría del aprendizaje social, la cual sirve de apoyo para entender la conducta de los géneros que los lleva a pertenecer y a asumir su medio.

La teoría del aprendizaje social es un sistema teórico de la psicología, se ha utilizado para explicar el desarrollo de las diferencias entre los géneros... utiliza la idea del reforzamiento directo, la de que tanto los niños como las niñas reciben premios y castigos de forma diferenciada, de acuerdo con las conductas típicas de su correspondiente género... destaca también otros dos procesos; imitación y aprendizaje por observación (HYDE, 1995:58).

Anteriormente se menciona que a nivel biológico los dos sexos se complementan para dar vida a un nuevo ser, la madre es quien lo alberga en su vientre y lo alimenta a través de su cordón umbilical, todo el sistema hormonal de la madre se ve alterado provocando gran sensibilidad en su aparato reproductor. Esta es una causa por la que la madre embarazada presenta cambios de humor repentinos y extremosos, también se sensibiliza al percibir olores y sabores.

Si en esta etapa la mujer vive situaciones de carencia, violencia, e inaceptación, lo más probable es que al escuchar palabras de rechazo provoque un estado de ánimo que la lleve a la depresión y baja autoestima;

La autoestima es el sentimiento valorativo de nuestro ser, de nuestra manera de ser, de quienes somos nosotros, del conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que configuran nuestra personalidad, además es aprender a querernos y respetarnos, es algo que se reconstruye por dentro. Esto depende, también, del ambiente familiar, social y educativo en el que estemos y los estímulos que éste nos brinda. Todos tenemos en el interior sentimientos no resueltos, aunque no siempre seamos conscientes de éstos. Los sentimientos ocultos de dolor suelen convertirse en enojo, y con el tiempo volvemos el enojo contra nosotros mismos, dando así lugar a la depresión. Estos sentimientos pueden asumir muchas formas: odiarnos a nosotros mismos, ataques de ansiedad, repentinos cambios de humor, culpas, reacciones exageradas, hipersensibilidad, encontrar el lado negativo en situaciones positivas o sentirse impotentes y autodestructivos. www.pino.pntic.mec.es/recursos/infantil/salud/autoestima.htm

Estos estados de ánimo que manifiesta la madre en las primeras semanas de gestación del embrión, contribuyen a la reproducción de conductas del futuro miembro de la sociedad pues, como feto se le comienza a desarrollar el cerebro y el oído, en este momento el producto es capaz de percibir los pensamientos y sentimientos de la madre, el embrión recibe información externa y percibe si es aceptado por su sexo o no.

Una siguiente etapa que da pauta para la adquisición de conductas en la familia patriarcal, reflejada en la experiencia propia y la vida cotidiana, se presenta en el nacimiento del individuo, si es niña bienvenida, se espera que esté sana, pero si es niño qué mejor, al padre se le felicita no por ser papá, sino por la suerte de haber tenido un varón, si es niña se escuchará la frase; *más producto para caballero, más carne para lobos*. Si es niño hay estímulos para la madre y el padre se siente satisfecho de haber cumplido con la sociedad. La niña desde su nacimiento recibe como mensaje social que debe ser dulce, pasiva, dependiente y sumisa.

Desde su nacimiento el ser humano asume conductas que le han sido premiadas y elimina otras que le provocan castigos por parte de los adultos, dichas conductas acompañadas con las observadas en sus mayores y los estereotipos que

refuerzan las instituciones, contribuyen, en el desarrollo del individuo y la personalidad del futuro miembro de la sociedad, llámese masculino o femenino.

En esta etapa el niño o niña comienzan a adquirir conductas por imitación y por estímulo-respuesta, a través de su primera institución, la familia.

La palabra familia se refiere al derecho de propiedad privada que tenía el “pater familias” y la “casa” como la primera empresa privada propiedad del jefe de la familia y para permitirle una mayor relevancia al hombre en su mundo público (GROSSGERGE, 1975:61).

Dentro de esta institución comienzan las bases para su desarrollo personal y social del sujeto, la adquisición de valores y normas obedecen a un patrón que establecen el jefe o jefa de familia. Las primeras formas de socializar con su medio que le rodean las aprende por la observación y la imitación de quien está a su lado.

La paz y la guerra empiezan en el hogar. Si de verdad queremos que halla paz en el mundo, empecemos por amarnos unos a otros en el seno de nuestras propias familias. Si queremos sembrar alegría en nuestro derredor, precisemos que toda la familia viva feliz (MADRE TERESA DE CALCUTA, en Mancillas, 2003:15).

El juego y los juguetes son instrumentos interactivos para educar, desarrollar la personalidad y adquirir patrones de conducta sociales. A las niñas se les enseña a jugar, vestir y brindar cariño a unas muñecas o jugar a la comidita con trastecitos, cocinitas, planchas, muebles del hogar, etc. A los niños se les proporcionan carritos, pistolas o muñecos transformables, se tiene la idea de que las niñas son más sensibles y modositas y pueden lastimarse si se les da un juguete de hombre, sin embargo, se les encamina a su futuro como ama de casa y se les limita el ejercitar su cerebro. A los niños se les permite tener acceso a juguetes bruscos y hasta cierto punto violentos para que de grandes sean fuertes, que no jueguen con muñecas por que si no son maricas, el hemisferio cerebral derecho, la parte práctica la están desarrollando, su cerebro se encuentra ya estimulado.

La educación que se nos da es totalmente distinta de la de los niños. Mientras en estos se exalta la libertad, la audacia, la inteligencia, el desarrollo de sus capacidades físicas, y aun la rebeldía y la agresividad, y se les proporcionan juguetes que le ayudan a desarrollar su imaginación y creatividad como mecanos, equipos de química en miniatura, implementos de carpintería y rompecabezas, a nosotras nos van marcando las pautas para desarrollar las cualidades más apreciadas: abnegación, auto sacrificio por los demás, sumisión, docilidad, seducción. Se nos limita al desarrollo físico exhortándonos a no realizar juegos bruscos, por marimachos, a que nos estemos quietecitas, que ayudemos a nuestras madres con su papel de servicio a los hombres de la casa. Como juguetes se nos dan muñecas para que nos vayamos ejercitando como madres y toda una serie de utensilios en chiquito que más tarde han de simbolizar nuestras opresiones y nuestra esclavitud doméstica (FERNÁNDEZ En URRUTIA, 1975:68).

Cabe mencionar que a la edad de tres años las niñas y los niños tienden a responder de manera inconsciente a su género asignado al adoptar determinados elementos culturales (juegos, ropas o formas de hablar) asignados a su sexo, en esta etapa comienzan a socializar con miembros que no pertenecen a su familia nuclear.

Si ingresa a la escuela a esta edad o antes está acumulando experiencias de otras familias, pero además adquiere otros conocimientos enseñados por sus maestras y los administra de manera significativa, reflejado en los comportamientos que considera propios de su sexo, desde la temprana edad el niño y la niña conviven de manera natural con el sexo opuesto, sin que intervengan aún patrones sociales de discriminación. Conforme se va desarrollando el sujeto, va modificando la manera de relacionarse con el otro sexo, retomando las experiencias vividas y los patrones de conducta impuestos por los adultos.

Es hasta la adolescencia cuando luchan fuertemente en la búsqueda de una identidad sexual y emocional, continuando con la imitación de conductas pero ahora de sus iguales. En esta etapa las jóvenes adolescentes comienzan a ayudar en las labores del hogar, asignándoseles una doble tarea; la escuela y la casa, esto ocasiona un rendimiento escolar menor y en el peor de los casos se encuentran dificultades en la continuación de los estudios, mientras que el ayudar en los quehaceres domésticos se convierte en prioridad.

En nuestra cultura se espera especialmente que los muchachos se muestren esforzados, dinámicos y ambiciosos. Nos preocupa mucho menos el que las muchachas tengan éxitos en el terreno profesional o en los negocios. Por supuesto, los jóvenes sienten esta presión, y algunos de estos se sienten inadecuados o poco capaces de lograr lo que se espera de ellos. Desde cualquier punto de vista que se consideren los problemas de adaptación al medio, hay cinco veces más muchachos que muchachas afectados. Los delincuentes, los que presentan problemas de lectura o de comportamiento o disturbios emocionales son en su mayoría de sexo masculino. No hay ninguna razón en la naturaleza básica de los sexos que pueda explicar esto. La diferencia se encuentra en las esperanzas cifradas por la cultura en los varones (ERICKSON, Susan, WOHL, John P., 1999:41).

En la etapa de la juventud, el individuo ya tiene establecida una personalidad con características que considera más apropiadas para su sexo asumido.

A partir de que sus capacidades y conocimientos llegan a convertirse en una posible fuente de empleo, buscan la oportunidad de ofrecerlos a cambio de remuneraciones económicas que satisfagan algunas de sus necesidades personales, sin embargo, las condiciones para hombres y mujeres a esta edad no son las mismas pues:

La educación como proceso de conocimiento y desarrollo con un contenido ético, ha sido muy limitada para las mujeres de este país. Al crecer dentro del patriarcado, a la gran mayoría de las mexicanas, tradicionalmente se les ha restringido su vida y se les ha obligado a seguir la línea marcada que va del nacimiento a la muerte para el servicio de los otros (MIZRAHI, 1987:68).

En las etapas antes mencionadas, se experimenta la socialización con: la familia, los medios audiovisuales, la escuela y la sociedad, para determinar y establecer su personalidad. El individuo se basa en la experiencia, la observación y la imitación, sus experiencias vividas le dejan conocimientos, las órdenes que recibe de los adultos le dejan una internalización de actitudes, la tendencia a imitar actitudes le provoca inestabilidad emocional y los estereotipos que le atribuyen los medios audiovisuales y la sociedad lo encaminan a presentar, representar y asumir estereotipos de manera inconsciente.

Las personas y familias insertas en contextos que no favorecen su desarrollo personal y comunitario tienden a llevar a sus hogares el mismo modelo de dominación y sumisión al que han estado sometidos, sin cuestionarse a sí mismos ni los roles que establecen en los espacios privados familiares (MANCILLAS, 2003:68).

En la internalización de dichas actitudes inconscientes y en el asumir estereotipos establecidos socialmente interviene el lenguaje popular que se le atribuye al hombre y la mujer asumiéndolo sin llegar a la reflexión provocando en las segundas ocasionalmente sentimientos de culpa, ejemplos:

MUJER	HOMBRE
* no te ensucies por que las niñas se ven feas	* no llores pareces niña
* no te subas a los árboles pareces chiva	* el último que llegue es vieja
* siéntate con las piernas cerradas	* chin chin el que raje
* no te salgas a la calle	*eres un campeón
* pareces reina	*si te quiere que te ruegue
* ayúdale a tu mamá en la cocina	*igualito a tu padre de mujeriego
* pásale su plato a tu papá o atiende a tu hermano	*aguántate como los machos
* eres muy sensible	*no te claves
* eres muy tierna	*al hombre se le llega por el estómago
* eres igual de mensa que tu madre	
*andas con uno y con otro pareces p...	

<p>*ya la viste, se cree bien buena</p> <p>*eres bien víbora</p> <p>*las mujeres son bien chismosas</p> <p>*ella lo provocó</p> <p>*no te preocupes tú eres la catedral, las otras las capillas</p> <p>*a la mujer se le llega por las orejas</p>	
---	--

De la misma manera se difunden pensamientos que pretenden adorar a la mujer, cuando en realidad se resaltan sus limitaciones y su debilidad frente al hombre:

La mujer no es para poseer, es para admirar,
 La mujer no es para convencer, es para amar,
 La mujer no es para conocer, es para entender,
 La mujer no es un rostro, es un todo,
 La mujer no es difícil el misteriosa,
 La mujer no es tacto, es caricia,
 La mujer no es la espina, es la rosa,
 La mujer no hay que comprenderla, simplemente hay que quererla,
 La mujer salió de la costilla del hombre, no de los pies para ser pisoteada
 Ni de la cabeza para ser superior, sino de todo para ser igual,
 Debajo del brazo para ser protegida y al lado del corazón para ser amada,
 ¡Cuidate mucho de hacer llorar a una mujer, porque Dios cuenta sus lagrimas.

Este pensamiento se transmite continuamente por la radio, en la estación OYE 89.7 FM, dentro de la programación dedicada a las amas de casa, de las 10:00 a 12:00 a.m.

Pareciera que el estar dirigido a la mujer es satisfactorio o halagador, sin embargo comienza dirigiéndose a la mujer para atrapar su atención, provoca el enamoramiento hacia sus seres queridos para posteriormente subestimarla recordándole que es un ser inferior al hombre.

Estas sólo son algunas de las frases que se escuchan y se reproducen en actitudes entre miembros de una familia o en la sociedad, en cualquier estrato social.

En el transcurso de la vida el hombre y la mujer adquieren experiencias que con el paso del tiempo forman la personalidad del individuo, y es a la edad de los veinticinco a treinta años cuando inician el recorrido hacia la madurez, si hay una continuidad de estudios hay mayor probabilidad de concientización frente a lo vivido, y mayores posibilidades de reflexión, si por el contrario, sus estudios se truncan en el nivel básico o medio es presa fácil de asumir las frases anteriores convirtiéndolas en mensajes internalizados, pues los mensajes son reforzados a través de los medios, entre ellos los audiovisuales, llámese televisión, radio, prensa, etc. éstos se encargan de emitir mensajes con un doble sentido el objetivo y el subjetivo.

Los mensajes que envían de manera objetiva llevan inmersos la idea principal que desean vender sobre un producto y su calidad. El sentido subjetivo se dirige al inconsciente de las personas con pequeñas frases que refuerzan las conductas estereotipadas, un ejemplo es la música que llega de manera simbólica y por sus características propias es asumida por la sociedad.

Dentro de esta lectura objetiva se puede identificar a los personajes, los ambientes, la música, los ruidos e inclusive los silencios... en la lectura subjetiva podemos encontrar significados implícitos que el emisor pretende comunicarnos, y que muchas veces son meros estereotipos relacionados con violencia, ocio, maniqueísmo, destino y casualidad, individualismo, la mujer como objeto, la diversión, la fantasía, la aventura como norma de vida, el autoritarismo, etc. Es importante mencionar que todas las interpretaciones son válidas, porque cada uno de los sujetos tenemos experiencias, conocimientos, emociones y sentimientos distintos (MELÉNDEZ, 2001:95,96).

Aunque existen diversos géneros musicales la mayoría de las mujeres se inclinan por el romanticismo de la música, la cual se encuentra cargada de mensajes estereotipados. El ritmo de las melodías es lento e inspira calma a nivel cerebral, este tipo de canciones regularmente llevan implícito los temas de melancolía, desamor, soledad, tristeza, infidelidad, abandono, necesidad por estar con la pareja,

el coro es un lenguaje común fácil de tararear o aprender para ser cantado de manera inconsciente e internalizar. El contenido de la letra no se analiza sin embargo se apropian de la canción para manifestar su inconformidad, su insatisfacción, asumir una culpa y proyectar la dependencia hacia su pareja.

Como ejemplo se mencionan varios títulos que suenan en la radio actual; “Amor mío”, interpreta 3 de copas, el coro dice así: *Que le pasó a nuestro amor, qué le pasó a tu corazón y al mío. Amor mío te me estás yendo como agua del río, amor mío estás aquí pero no estás conmigo, amor mío no te me vayas que te necesito para sentir que si no estás no vivo.*

“Solo”, interpreta Miguel Islas, el coro dice así: *solo lejos de ti tan solo, los días se van y busco dentro del corazón los recuerdos que el tiempo se llevó.*

“Tardes negras”, canta Tiziano Ferro, en el coro dice: *de tardes negras que no hay tiempo, ni espacio y nadie nunca entenderá quedarte puedes porque la vida duele demasiado aquí sin ti, y lucho contra el silencio hablando con él, y he limado tu ausencia sólo junto a mis brazos y si me quieres tú ya no me verás, si menos me quieres yo mas estaré allí, lo juro.*

“Me dediqué a perderte”, interpreta Alejandro Fernández: *me dediqué a perderte y no sentí momentos que se han ido para siempre, me dediqué a no verte y yo cerré mi mundo y no pudiste detenerme, y me alejé mil veces y cuando regresé te había perdido para siempre y quise detenerte y entonces descubrí que ya mirabas diferente, me dediqué a perderte.*

Las melodías se encargan de reiterar la dependencia hacia el sexo opuesto, mandando la información al cerebro, el cerebro la acumula y refuerza en la mujer una conducta de docilidad, sumisión, insatisfacción e incapacidad para sobrevivir sin una pareja.

Por el contrario la música preferida por los hombres también refuerza conductas aprendidas, pero el ritmo es más rápido, con tonos más fuertes, a manera de discurso las melodías manifiestan las relación de poder que se dan entre parejas hombre – mujer. Como ejemplo están las canciones que interpretaba Pedro Infante; el llamado ídolo del pueblo, en sus letras llevan inmersos los mensajes de hombre macho, mujeriego y aceptado por su pareja, o el hombre que es abandonado, se

desahoga en el alcohol o con otras mujeres, en cambio su mujer sufre la ausencia. Las canciones que se encuentran de moda con estas características, además, llevan implícito la denigración del sexo femenino, como ejemplo sólo se menciona la siguiente canción:

Los días pasan y no estás aquí atada a tu recuerdo saliendo por la noche buscando te vi en medio de mis sueños, a veces estoy perdida entre tus piernas buscando el camino entre la luna y las estrellas deambulo de aquí para allá, busco salir de esta locura, esta inmensa amargura, ya no quiero, tu cintura me ata a tu figura ya no quiero.

Coro: *Vela nena, vela mi cintura.*

Escucha nena no puedo perder, y así tu ausencia no para de doler rondando entre mis sueños no paras de joder recuerdo tras recuerdo y un poco de alcohol no son lo suficiente para calmar la situación, que me esta comiendo nena, que me mata y me condena nena.

El primer párrafo lo interpreta voz de mujer, el segundo la voz de un hombre, la música es muy rápida y poco permite captar el mensaje o la intencionalidad de estereotipar tanto al sexo masculino como al femenino.

Otra forma de recibir y reforzar conductas estereotipadas es a través de la televisión. Con su transmisión de historias en forma de telenovelas, películas, mini series, los llamados *talk show*, entre otros, se envían mensajes con una carga enorme de estereotipos. Regularmente al hombre protagonista se le permite que tenga una doble vida, aunque al final se va a inclinar hacia la mujer que sea moralmente aceptada por la sociedad, que sea sumisa, sufrida, abnegada y que aguante más de dos traiciones por parte de su pareja, además de poseer rasgos físicos y cuerpo de tipo anglosajón. El ambiente en el que se desarrolla la historia contiene una familia recatada y miserable, una iglesia con un cura a quien contarle sus penas, el cual le ayudará a resolver sus problemas y juzgará las acciones de los demás, un hospital con enfermo grave donde la mujer brinda sus atenciones, y por último una cárcel que juega el papel de recordar que se castiga a quienes no obedezcan las leyes impuestas por los hombres.

Los mensajes de patrocinadores refuerzan la posición que tiene la mujer ante el hombre, utilizándola para representar y recomendar productos para caballero, productos para el cuidado del hogar y de su familia, y productos para el cuidado de su belleza, entre otros, utilizando el físico de la mujer para representar el estereotipo al que debe aspirar toda mujer, creando en los dos géneros más necesidades.

Por naturaleza la mujer siempre será encantadora ante los ojos del hombre, pero he aquí que eso se vuelve una obligación. La mujer tiene que gastar mucho en publicidad para que su persona sea siempre atrayente. La hemos convertido en un ánfora cuya aguda punta apenas la sostienen en equilibrio precario y que necesita ser apuntada constantemente por la atención ajena (ARREOLA En URRUTIA, 1975:59).

Lo antes mencionado son ejemplos de lo que es aparente entretenimiento para ambos sexos, pero es utilizado por los medios audiovisuales para enviar mensajes al inconsciente y de esta forma crear necesidades de consumo y reforzar actitudes, teniendo como fin mantener las relaciones de poder entre ambos géneros, utilizando a las amas de casa, pues ellas fungen socialmente como reproductoras genéticas, de costumbres, de actitudes, de pensamientos y de ideologías dominantes, sin dejar de considerar las mediaciones institucionales que intervienen en el procesos de recepción de mensajes, tema a abordar en el siguiente capítulo.

¿De qué manera las condiciones personales de una mujer ama de casa se convierten en símbolos para las situaciones públicas y reproductoras de la sociedad? El nombre de ama de casa se le da a la mujer que es su propia jefa y dedica su tiempo a los quehaceres domésticos, así como al cuidado de los miembros de una familia. Las características que observa en el exterior de su casa tiende a internalizarlas y a reflejar en que condiciones prefiere tener su casa y a su familia.

La dedicación exclusiva a la limpieza en toda la casa, o por el contrario se encuentra en el conformismo total y suciedad por toda la casa acompañado de violencia física y psicológica, ponen a la mujer en un estado de control y sumisión ante la presión masculina reproduciendo su función en la sociedad.

La mayoría de las sociedades distinguen un ámbito público de un privado que, en general suele coincidir con el campo de acción de varones y mujeres respectivamente y con un cierto grado de control masculino sobre el comportamiento femenino (J. DARKE, 1998:29).

De esta forma las imitaciones, acompañadas de los estereotipos que se establecen socialmente conforman una carga ideológica que es internalizada, para posteriormente determinar que al ser mujer o ser hombre se asume de manera natural el género al que pertenecen, y se consideran propiedad de cada género las siguientes características ya establecidas, aprendidas y asumidas:

Mujer	Hombre
<ul style="list-style-type: none"> • Tiene mucho tacto • Amable • Conoce los sentimientos de los demás • Religiosa • Tiene costumbre elegantes • Necesita seguridad • Disfruta el arte y la literatura • Expresa con facilidad sentimientos de ternura • Se sabe de memoria los teléfonos • Tiene un sexto sentido • Agrede psicológicamente 	<ul style="list-style-type: none"> • Agresivo • Independiente • No emocional • Nada fácil de influir • Dominante • Le gustan las matemáticas y las ciencias naturales • No le afectan las pequeñas crisis • Activo • Competitivo • Diestro en los negocios • Desenvuelto en el mundo • Aventurero • Toma decisiones fácilmente • Casi siempre liderea • Confía en sí mismo • No le incomoda ser agresivo • Ambicioso

(HYDE, 1995:91)

Si se extendiera el listado de las diferencias entre los dos géneros, se continuarían cometiendo más injusticias contra las mujeres hasta llegar a pensar que la libertad de las mujeres implica la subordinación al sexo masculino, pero no se busca el sobresalir la una, a costa del otro, tampoco se espera que entre tantas

diferencias haya una igualdad de características o caracteres, sin embargo, sí se pretende reconocer justamente el papel femenino brindándole por igual oportunidades de desarrollo integral a nivel social.

Un día escuche una plática entre dos hombres, y uno le preguntaba al otro –para ti ¿qué es un mujerón? Inmediatamente se soltó hablando del tamaño de las medidas, de la cintura, del volumen de los labios, de que una mujer debía tener las piernas torneadas, del color de los ojos, del pelo, de todo de lo demás– le dijo que una mujer tenía que ser una rubia o una morena pero despampanantes, con una sonrisa perfecta. Mujerones dentro de ese concepto no existen muchas dijo el hombre –están por ejemplo conocidísimas internacionales como: Claudia Shifer o Cindy Crofor, o tal vez Leticia Spiller o Linda Evangelista, en fin, no se, hay algunas más que me faltan. Y bien para ti ¿qué es un mujeron?–

El otro hombre se le quedó viendo y le dijo pausadamente –Pues mira fijate bien y descubrirás que hay una en cada esquina; mujerón para mí es:

Aquella que toma dos autobuses para ir a su trabajo y dos más para regresar, cuando llega a su casa encuentra el cesto lleno de ropa para lavar, la tarea de los niños para revisar y una familia hambrienta para alimentar. Es aquella que va por la madrugada a hacer esa fila larga para garantizar la inscripción de sus hijos en la escuela, y es aquella mujer jubilada que pasa horas parada haciendo también fila en un banco para cobrar su pensión insultante.

Mujerón es la empresaria que administra decenas de funciones de lunes a viernes y tiene una familia todos los días de la semana que atender. Es quien regresa del supermercado cargando varias bolsas después de estar regateando por los precios y haciendo malabares con el presupuesto.

Mujeron es aquella mujer que se arregla, se pone crema, se maquilla, hace dietas, se ejercita, usa tacones, se arregla el pelo y se perfuma sin tener ninguna invitación para ser portada de revista. Es quien lleva a los hijos a la escuela y los va a buscar, los lleva a clases extras de natación, de baile o de lo que sea y va por ellos, los lleva también a la cama les cuenta historias, reza a su lado, les da un beso y apaga la luz.

Mujeron es aquella madre de un adolescente que no duerme mientras éste no llega sano y salvo a casa y que muy temprano por la mañana ya está levantada calentando leche y haciendo café, es quien enseña a cambio de un salario mínimo, quien hace servicios voluntarios, quien anda en la vendimia, es quien siembra, es quien opera pacientes, es quien lava ropa para otros o pone la mesa, hace la sopa y en las tardes trabaja detrás de un mostrador.

Mujerón es quien sabe donde está cada cosa de su casa, una casa ciertamente desordenada por todas las faenas de la vida y de los hijos, pero también es aquella mujer que sabe lo que cada hijo siente y cuál es el mejor remedio para la acidez, la fiebre, los cólicos, los dedos magullados e incluso la mejor forma de remediar las pesadillas. Es aquella mujer que se entrega día a día, que sabe lo que sienten todos los seres que conforman su familia y a veces ella calla sus propios sentimientos.

Mujeron es aquella mujer que se entrega todos los días de su vida aun por nada a veces incluso sin ser reconocida (ESTEREO JOYA, 93.7).

Si bien es cierto que el valor de ser mujer no nos lo da el cuerpo que aspiramos tener, la ropa y productos que deseamos consumir ó la belleza que nos han estereotipado, también es cierto que el título de ser mujer o un gran mujeron no nos lo otorgan los distintos roles impuestos socioculturalmente; al servirle a los demás. El título de ser mujer o un gran mujeron, nos lo hemos ganado desde el momento en que genéticamente se decidió que seríamos hembra, sin embargo el reconocer este valor de ser mujer ha de comenzar por reconocer la mujer misma.

1.2.3. Hacia una construcción social de género

Como hemos visto a través de los años, la mujer ha sido relegada a desempeñar exclusivamente su papel de reproductora de la especie. Con el desarrollo del capitalismo y la instauración de la familia monogámica o matrimonio de un sólo hombre con una sola mujer, se acentúa la división social y sexual del trabajo. Este valor y jerarquía hace la diferencia específica de la función de la mujer en la sociedad, al asumir su papel de esposa – madre – ama de casa.

En el ámbito laboral se dan factores como la baja asignación en categorías que se les otorgan y que no corresponden ni al nivel, ni al salario de sus aspiraciones. En algunos casos se ven forzadas a aceptar empleos de menor jerarquía que los de los hombres con nivel equivalente o más bajo. “Esta situación de brutal desigualdad no ocurre por maldad de los hombres, ni por retraso mental de las mujeres, sino por un complejo proceso: la forma en que ha sido construida la existencia social a partir de la diferencia sexual” (LAMAS, en MIZRAHI, 1987:40).

Contra la visión de considerar la diferencia sexual como producto de la desigualdad entre los sexos, surge el nuevo feminismo a finales de los años sesenta y cobra fuerza en México en los años setenta, este movimiento pretende combatir la discriminación basada en el sexo, poner en juicio los conceptos fundamentales sobre ser hombre o ser mujer, reconocer hasta dónde ciertas características y conductas

son aprendidas mediante la cultura o si están inscritas genéticamente en la naturaleza humana, de la misma forma analizar las prácticas simbólicas y los mecanismos culturales que reproducen el poder a partir de la diferencia anatómica entre los sexos y afirmar que no es producto de la naturaleza la subordinación femenina, pretende contribuir en la modificación del papel de la mujer en la sociedad para la construcción de una cultura de equidad de género frente a un cambio democrático: “La distinción entre sexo y género fue establecida por la psicología médica durante la década de los cincuentas” (LAMAS, en MIZRAHI, 1987:44).

La perspectiva de género reconoce la diversidad de géneros y la existencia de las mujeres y de los hombres, plantea que la dominación de género produce la opresión de género, analiza las posibilidades vitales que definen a las mujeres y a los hombres, así como sus semejanzas y diferencias, los conflictos institucionales y cotidianos que deben de enfrentar, pretende la satisfacción de las necesidad vitales y la realización de las aspiraciones y del sentido de la vida.

La perspectiva de género que es el legado del feminismo del siglo XX, reconoce la diversidad que se da en los sexos y cuenta con programas alternativos para contrarrestar los problemas sociales que se viven actualmente. Retoma ideales del feminismo, destacando que reconoce que no pretende una guerra contra los hombres sino contra la injusticia y discriminación, encaminados a reconocer las diferencias para disminuir las desigualdades sociales. En la actualidad prevalece esa lucha, en espacios que abarcan una gama que va de la academia a las organizaciones no gubernamentales, organismos internacionales, instituciones gubernamentales, pequeños grupos, cooperativas, centros y grupos dentro de sindicatos, partidos e iglesias. La perspectiva de género es planteada en los documentos que emite el Gobierno del Distrito Federal como:

Un sistema de análisis basado en el reconocimiento de las diferencias entre hombres y mujeres que determina situaciones de iniquidad para cualesquiera de ellas o ellos. El análisis debe contemplar los componentes estructurales que desde el ámbito social y cultural determinan lo que se espera de mujeres y hombres, para identificar cuales de estos comportamientos y actitudes son un obstáculo para la igualdad del trato, de oportunidades y de acceso a los bienes y servicios y finalmente, cómo

éstos influyen en el quehacer cotidiano del servicio público y en el de las familias (G.D.F., 1999:1).

La perspectiva de género es uno de los procesos socioculturales más valiosos por su capacidad de movilizar y sensibilizar, va en contra de definir a las mujeres como seres para los otros y fomentar acciones para salir de la enajenación y actuar cada una como un ser para sí y al hacerlo enfrentar la opresión, mejorar sus condiciones de vida, ocuparse de sí misma y convertirse por esa vía en protagonista de su vida.

Dicha propuesta se estudia de lo macro a lo micro, de la formación social a la persona tomando en cuenta la vida cotidiana que estructura las conductas de género, sin embargo la introducción no es un hecho fácil ya que la perspectiva de género choca con las condiciones más arraigadas de las personas, con sus dogmas, sus lealtades y su sentido del deber y de lo posible, hace evidente hechos ocultos y les otorga otros significados, pretende revolucionar la vida cotidiana de las relaciones, los roles y los estatutos de mujeres y hombres, pretende cambiar la sociedad, normas y las creencias, exige nuevos conocimientos, irrita a quienes no quieren aprender, estudiar y hacer esfuerzos intelectuales, ya que exige pensar de otra manera y desarrollar comportamientos y un nuevo sentido de la vida.

La experiencia ha permitido la visión de las mujeres y la problemática que las envuelve así como lograr avances en la emancipación femenina con la finalidad de incrementar su participación, su empoderamiento, la satisfacción de algunas necesidades y el acceso a recursos.

El estudio de la perspectiva de género implica una metodología analítica que conjuga diversas disciplinas científicas como la historia, la antropología, la sociología, la psicología, la ciencia política, la economía, etc., e implica una redistribución de los poderes sociales de dominación pues, según Bourdieu, la lógica del género es una lógica de poder, de dominación, esta lógica es: "La forma paradigmática de la violencia simbólica, definida como aquella violencia que se ejerce sobre un agente social con una complicidad o consentimiento".

Esta es representada cotidianamente no sólo de manera simbólica, existen estadísticas que demuestran la desigualdad de oportunidades en los géneros y la violencia que se comente por la discriminación del género.

Las estadísticas que arroja el Órgano Informativo de la UAM indican que:

- Según la comisión de Equidad y Género de la Cámara de Senadores, las mujeres trabajan hasta 120 horas a la semana y los varones sólo la mitad.
- A la luz de las estadísticas las mujeres realizan, las dos terceras partes del trabajo en el mundo, no obstante, apenas reciben cinco por ciento de los ingresos totales mundiales, revelan cifras de la ONU.
- Por cada cien receptores de violencia, noventa y seis son mujeres y cuatro hombres. De los generadores de violencia nueve de cada cien son mujeres y noventa y uno hombres (SEMANARIO DE LA UAM, Marzo 2004, p.3).

También:

- De 1993 a 1997 murieron 19 mujeres estranguladas en Ciudad Juárez, todas fueron violadas y sus cuerpos encontrados en lugares despoblados. En 1997 el número de homicidios por estrangulamiento aumentó hasta llegar a 31 casos. (RONQUILLO,1999:21)
- En las áreas rurales e indígenas en donde las diferencias por género son más acentuadas, en el año 2000, 43.2% de las mujeres de 15 años y más hablantes de alguna lengua indígena no sabía leer ni escribir mientras que en el caso de los hombres esta cifra corresponde a 23.9%, puntualizó la CONAPO (EL UNIVERSAL, 14/06/04:24).

Estas son algunas injusticias que se cometen diariamente en contra de las mujeres, a pesar de las acciones de las diversas corrientes feministas, que abogaban y defienden la ideología de la liberación femenina, y del trabajo institucional dirigido a programas sociales y comunidad abierta contemplando la perspectiva de género en el diseño y la gestión de las políticas públicas, aumentando la cantidad de artículos editados por las instituciones que promueven la perspectiva de género, éstos esfuerzos tienen poco alcance, debido principalmente a la falta de capacitación y concientización de los servidores encargados de promover dicha perspectiva,

limitando su uso, en los discursos al incluir a **los y las** como procesos de reconocimiento de diferencias.

Este proceso de incluir la perspectiva de género para la construcción de una cultura de equidad, y mejorar las relaciones y condiciones entre los sexos, conduce a la transformación de los patrones socioculturales, pretendiendo la igualdad con el reconocimiento de diferencias, proceso poco fácil ya que la misma diferencia, el género, no sólo marca los sexos sino también la percepción de todo lo demás: lo social, lo político, lo religioso, lo cotidiano.

El uso de esta perspectiva permite analizar una de las tantas formas simbólicas de que se vale la cultura para institucionalizar la diferencia entre hombre y mujeres.

Sólo mediante la crítica y la desconstrucción de ciertas prácticas, discursos y representaciones sociales que discriminan, oprimen o vulneran a las personas en función del género nos acercamos al objeto ético-político primordial del feminismo: reformular, simbólica y políticamente, una nueva definición de qué es ser persona – un ser humano y un sujeto –, sea un cuerpo de mujer o de hombre (LAMAS, 2002:83).

Sin embargo esta reformulación de afirmar que las desigualdades no son producto de la naturaleza, no es sólo de interés institucional, debe ser objetivo principal de la mujer que vive diariamente estas exclusiones, debe ser la primera actriz que se sensibilice para lograr un cambio para evitar el reproducir los papeles culturales de marginación, sin embargo ni la familia, ni la sociedad ni las mujeres muestran interés en cambiar estereotipos para el reconocimiento de la diversidad o de la diferencia del otro para propiciar condiciones de mayor justicia e igualdad de oportunidades, esto lo afirma Bourdieu pues:

El orden social masculino está tan profundamente arraigado que no requiere justificación se impone a sí mismo como autoevidente y es tomado como “natural” gracias al acuerdo que obtiene de las estructuras sociales y de las estructuras cognitivas de los partícipes de las relaciones.

1.2.4. Perspectiva de género, hacia una nueva forma de construcción social

Como se menciona anteriormente las conductas aprendidas comienzan en el seno materno, siendo la familia la primera institución que estereotipa las conductas de género, y es la última instancia que recibe la información que se gesta en las instituciones políticas y sociales.

Existe como propuesta de esta investigación, trabajar desde las mujeres y con las mujeres amas de casa el difundir la perspectiva de género, para dejar abierta la pregunta: ¿Es posible que una persona a lo largo de su vida modifique su cosmovisión de género?

Sólo si mujeres y hombres compartiéramos equitativamente responsabilidades políticas y domésticas, el concepto de ciudadanía podría alcanzar su sentido verdadero: las personas con indiferencias de su sexo, podrían participar como iguales –que no idénticas– en la toma de decisiones sobre sus vidas (LAMAS, en MIZRAHI, 1987:41).

Con esta investigación se pretende formular una propuesta para iniciar un cambio de las estructuras que forman la base de la sociedad y ser una vía para la difusión y concientización a las mujeres amas de casa y reproductoras de individuos para la sociedad, con la finalidad de contribuir a la reconstrucción de conductas con la certeza de que las conductas aprendidas se pueden desaprender, si se hace conciencia de los mensajes estereotipados que se refuerzan diariamente a través de los medios audiovisuales.

Uno de los medios audiovisuales con mayor impacto social es la televisión, ésta, a través de su programación, reproduce patrones que limitan la acción de la mujer por debajo del hombre.

Una de las armas más potentes que utiliza la ideología sexista para mantener a la mujer en su lugar es la publicidad. Ésta actúa como una máquina de propaganda de una sociedad basada en la supremacía masculina. Las imágenes que arroja de la mujer surgen de los roles

idealizados y estereotipados de las mujeres como objetos sexuales, madres y amas de casa. Se les presenta invariablemente como seres menos inteligentes y más dependientes que el hombre, que realizan sólo trabajos menores. No es que la publicidad cree estas imágenes de la mujer éstas corresponden al status real que se le obliga a ocupar en una sociedad sexista. La publicidad es sólo un poderoso medio para reforzarlas y legitimizarlas, aumentando la dificultad para las mujeres de romper con esos estereotipos (URRUTIA, 1975: 77).

El estudio y la sensibilización de estos mensajes pueden contribuir a la modificación de su cosmovisión de género para alcanzar la liberación femenina.

La liberación de las mujeres sólo se podrá realizar mediante una acción colectiva dirigida a una lucha simbólica capaz de desafiar prácticamente el acuerdo inmediato de las estructuras encarnadas y objetivas, o sea, de una revolución simbólica que cuestione los propios fundamentos de la producción y reproducción del capital simbólico y, en particular, la dialéctica de pretensión y distinción, que es la base de la producción y el consumo de los bienes culturales como signos de distinción (BOURDIEU, 1998:63).

Así como el concepto género permite la oportunidad de interpretar el problema de la igualdad de sexos, se espera que el término *equidad* resulte una estrategia comunicativa para promover la igualdad de oportunidades y de trato sin negar las diferencias.

CAPÍTULO II

MUJER Y TELEVISIÓN



En el presente capítulo se retoma el surgimiento de la televisión y cómo ésta se ha ido transformando tecnológicamente y socialmente, ya que el papel que juega en la actualidad, distancia del papel que en un principio había tenido, de ser un medio de entretenimiento creado para transmitir imágenes de otro lugar y sólo para unos cuantos.

En la actualidad con el avance tecnológico su alcance es masivo, cuenta con ciertas características como medio audiovisual que colaboran a la transformación del papel social que juega actualmente.

Se hace un análisis del impacto social y económico que mantiene la televisión para responder a las necesidades de empresas transnacionales, bajo la ideología de un mundo globalizador, que establecen bloques económicos, donde los países del primer mundo instituyen normas de competitividad a las que países tercermundistas aspiran alcanzar.

Los factores que intervienen en esta ideología de competencia acarrearán como consecuencia guerras entre grupos culturales, entre medios de comunicación, entre televisoras, entre productores de programas, entre patrocinadores, entre productos, entre sujetos y entre géneros.

Como argumento de la investigación y con la finalidad de difundir la perspectiva de género, se hace un análisis de las mediaciones que intervienen en la cotidianidad de una ama de casa, dando seguimiento a la programación dirigida a las mismas y a los mensajes que utilizan a la mujer como objeto sexual y por último de que forma la televisión reproduce la iniquidad de género.

Enemigo de la guerra y su rebozo la medalla
 No propuse otra batalla que librar al corazón
 De ponerse cuerpo a tierra
 Bajo el paso de una historia y alzar hasta la gloria
 El poder de la razón
 Y ahora que ya no hay trincheras
 El combate es la escalera
 Y el que trepe a lo más alto
 Pondrá a salvo su cabeza aunque se abra en el asfalto
LA BELLEZA
 Míralos como reptiles al acecho de la presa
 Negociando en cada mesa maquillajes de ocasión
 Sin que todo lo raíz

Que conducen a la cumbre
Juntos porque los deslumbró su parásita ambición
Antes iban de profetas y ahora el éxito en su mesa
Mercaderes traficantes más que náusea da tristeza
No rozar y ni un instante

LA BELLEZA

Vine a hablar de futuros fraternales solidarios
Donde todo lo falso acabaría en el pilón
Y ahora que no quedan puros
Ya no somos tan iguales
Tanto vendes tanto vales
Reivindico el espejismo de intentar ser uno mismo
De ese viaje hacia la nada que conduce a la certeza
De encontrar en tu mirada

LA BELLEZA

(La belleza, Luis Eduardo Aute)

2.1 FUNCIÓN SOCIOCULTURAL DE LA TELEVISIÓN

En el siglo XX, en la década de los cuarenta aparece públicamente el invento de un aparato electrónico y doméstico. En México, exactamente el siete de Septiembre de 1946, se inaugura la primera estación televisiva XHICG. Este aparato electrónico funciona en base a bulbos, y es creado como un medio informativo y de entretenimiento, que permite observar lo que sucede en alguna parte del mundo sin estar presente.

Inicialmente ocupa la sala de sólo algunos hogares de estrato social alto, lugar de la casa donde la familia acostumbra reunirse para interactuar y donde el acomodo de los muebles es de forma circular; o bien, alrededor de una mesa donde todos se ven a la vez y su vista se enfoca al centro del círculo.



Hasta entonces en los hogares, la vida de las personas tiene un ritmo tranquilo y creativo, hasta cierto punto acogedor; ya que los niños se reúnen en las calles o en el patio para entretenerse en juegos como la matatena, el trompo, las correteadas, así como rondas (lobo estás ahí, amo a to, el patio de mi casa, etc.) y se acompañan de juguetes elaborados de madera, cartón y piedra.

Mientras, los hombres se reúnen en su tiempo libre en las esquinas de la calle para platicar, jugar baraja o tomar bebidas naturales que embrutecen como el pulque; as mujeres elaboran algunas artesanías o trabajos manuales como el tejer,

bordar o hilar, la información de los acontecimientos nacionales e internacionales es escasa, sin embargo se da una mayor interacción entre grupos.

Conforme pasa el tiempo, estas actividades se van modificando; ya que el alcance del aparato electrónico nacido apenas en los cuarenta tiene un acelerado avance tecnológico, remplazando los bulbos por transistores; de ser el objeto lujoso de unos cuantos pasa a ser objeto familiar de la mayoría de los hogares mexicanos, dando como resultado la necesidad de enfocar la vista de los miembros de la familia hacia una pared de la casa, desde los asientos alineados de frente al aparato electrónico llamado *televisión*, entendida como: “El arte de producir instantáneamente a distancia una imagen transitoria visible de escena real o filmada por medio de un sistema electrónico de telecomunicaciones” (GONZÁLEZ, 1988:15).

Ahora las nuevas generaciones tienen mayor acceso a por lo menos una televisión en casa, ésta forma parte de la naturaleza de un mueble necesario en el hogar, el contacto con este aparato electrónico se da desde el momento del nacimiento y conforme el individuo va desarrollándose, adquiere mayor atención a los mensajes que proyecta, tanto que se ha mencionado el papel de la televisión como una niñera; ya que atrae con facilidad la atención del niño, regularmente las actividades que se realizan en la casa se hacen con la televisión prendida, ahora las familias se reúnen para observar la programación televisiva, de esta forma permanecen más tiempo juntos, pero a la vez reducen las interacciones entre ellos, la atención está en la televisión provocando menores relaciones de comunicación reflejado en que las familias regularmente no se comunican, como consecuencia, las generaciones nacen y crecen modificando formas de convivencia y costumbres desde el seno materno que son manifestadas en el ámbito social.



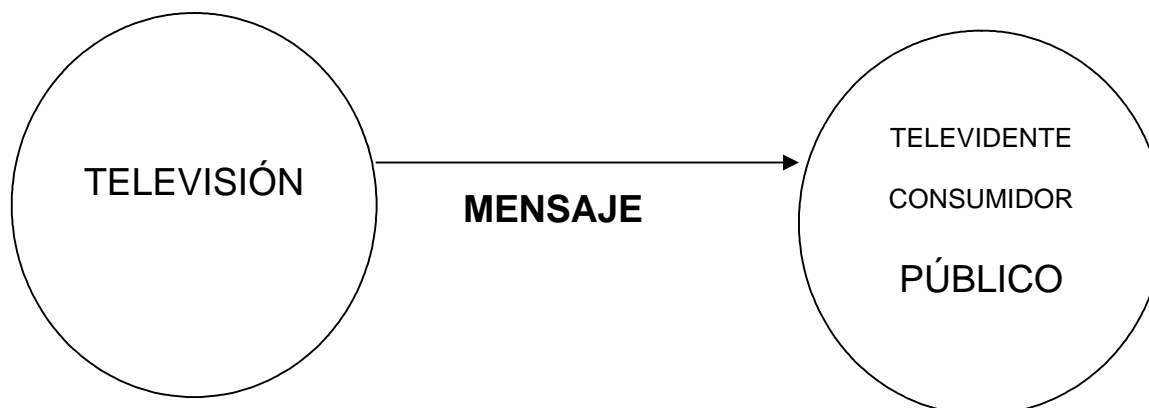
Según un análisis de IBOPE (Instituto Brasileño de Opinión Pública), realizado en 1996, en una muestra de 7'701,573 hogares, de 27 ciudades de la república mexicana, el aparato ocupa los siguientes lugares: 58% la recámara principal; 57.1% la sala; 27.9% otra recámara; 6.6% la cocina; 1.5% está guardada; 1.4% la biblioteca; y 1.8 no tiene (MELÉNDEZ, 2001:31).

No sólo los modos de vida de las familias se modifican, también, el eje político, económico, educativo y social; se hace necesario el avance tecnológico para facilitar las tareas cotidianas y evolucionar para poder ingresar a un sistema globalizador.

De esta manera a lo largo de las décadas la televisión ha adquirido características que sobrepasan las expectativas y funciones para las que fue creada, características propias que la integran dentro de la categoría de medio de comunicación: "Comunicación es el proceso por medio del cual se transmiten significados de una persona a otra" (WRIGHT, 1978: 9).

Sin embargo es necesario distinguir la comunicación que se da a través de la televisión de la comunicación interpersonal, la cual posee los mismos elementos,

pero los participantes en ella son distintos. Los elementos básicos del proceso de la comunicación son: emisor, mensaje y receptor.



El Emisor es un sujeto, que transmite información (mensaje) a otro sujeto (receptor), tiene el objetivo de transmitir y espera provocar efectos con su mensaje. El mensaje es transmitido a través de un medio (la televisión), cabe destacar que en este medio la comunicación va siempre de emisor a receptor, es decir es unidireccional.

La comunicación que se da a través de la televisión se denomina comunicación colectiva ya que:

Es la que corresponde a la transmisión de los mensajes de los medios proyectados a la colectividad. La emisión unidireccional de mensajes, por las concretas condiciones técnicas, hacen imposible la respuesta del receptor al emisor... La relación entre los polos; emisor y receptores, es desproporcionada, aun cuando el emisor esta constituido por un grupo numeroso (en el caso de la radio, la televisión y periódicos) (PRIETO EN MELENDEZ, 1984:10).

Por ser un tipo de comunicación con objetivos específicos los cuales van dirigidos a la colectividad, posee características propias que determinan su acción en nuestra sociedad, éstas son:

- a) El predominio del criterio mercantil hace que se elimine el potencial de los medios masivos de comunicación como servicio social y se

busque la ampliación de los públicos, tratando de atraer su atención a través de productos fácilmente asimilables o sensacionalistas, sin cuidar su calidad.

- b) Los insumos, el material y el contenido dependen principalmente de lo que se produce en la capital, haciendo circular una visión urbana y centralista.
- c) La concentración de los medios masivos de comunicación en unas cuantas manos, hace que se imponga la visión del mundo, de la sociedad y del hombre de unos cuantos, deslegitimando aquellas visiones que poseen otros grupos y sectores sociales.
- d) La dependencia hacia EU, está presente en todo el modelo de comunicación mexicano: en la necesidad de importación de tecnologías, en la infraestructura de emisión y recepción de mensajes, en el contenido de la información de películas, videos, historietas, grupos musicales, etc., lo que impone una visión del mundo construida desde los centros de poder internacional (OROZCO y CHARLES, 1995, p. 63).

Tomando en cuenta las características anteriores, reflejadas en la emisión televisiva, no sólo podemos definirla como medio de comunicación colectiva, también se le ha denominado medio de comunicación de masas, definido el término como: “Aquél medio en los cuales la participación del sujeto receptor suele ser limitada, mientras que los mensajes llegan a amplios sectores de la población” (SARRAMONA, 1997: 223).

Se denominan medios de comunicación masiva, ya que la comunicación es un proceso social, que se lleva a cabo de un emisor a un receptor, con un mensaje y se presume una codificación por parte del emisor y una decodificación por parte del receptor.

La cultura de masa aparece como una totalidad articulada, como un sistema regido por leyes del mercado. La lógica de la dominación está presente y parte constitutiva de los procesos de producción simbólica en todos los niveles... desde aquí, los receptores de mensajes mediáticos aparecen como clientes. Sujetos alineados a los que se les crea la necesidad de consumir lo que el sistema capitalista ofrece (SAINTOUT, 1998: 102.).

Para Le Bon, “en la multitud todo sentimiento y todo acto son contagiosos, y en grado tan alto que el individuo sacrifica muy fácilmente su interés personal al interés colectivo”.

En la comunicación masiva se involucran aquellas tecnologías modernas que se caracterizan por ser:

- Públicas. Su contenido está abierto a la atención pública.
- Rápidas. Los mensajes están dirigidos a grandes auditorios en un tiempo relativamente pequeño y aún simultáneamente.
- Transitorias. Se hace en vista a un empleo inmediato y no para un registro permanente (WRIGHT, 1978:13).

Ante todos los señalamientos presentados, su principal característica y fortaleza se refleja en ser un medio audiovisual, pues el conocimiento adquirido es primordialmente fruto de la información que se recibe a través de los sentidos y en especial de la vista y el oído, pues: “Toda imagen se caracteriza por lo figurativo (imagen formal) y por el contenido (el pensamiento). De este modo las imágenes afectan al sujeto tanto por su forma como por su contenido” (SARRAMONA, 1997: 224).

Imágenes en movimiento que contienen los elementos básicos del lenguaje audiovisual; así como los efectos de la televisión: encuadres, planos, movimientos de cámara, luz y color intencionados para hacer una proyección subjetiva de un mensaje, que nos influencia directamente en nuestra forma de percibir y de procesar el mensaje subjetivo, que proporciona información, entretenimiento y a la vez educan a través de sensaciones y emociones.

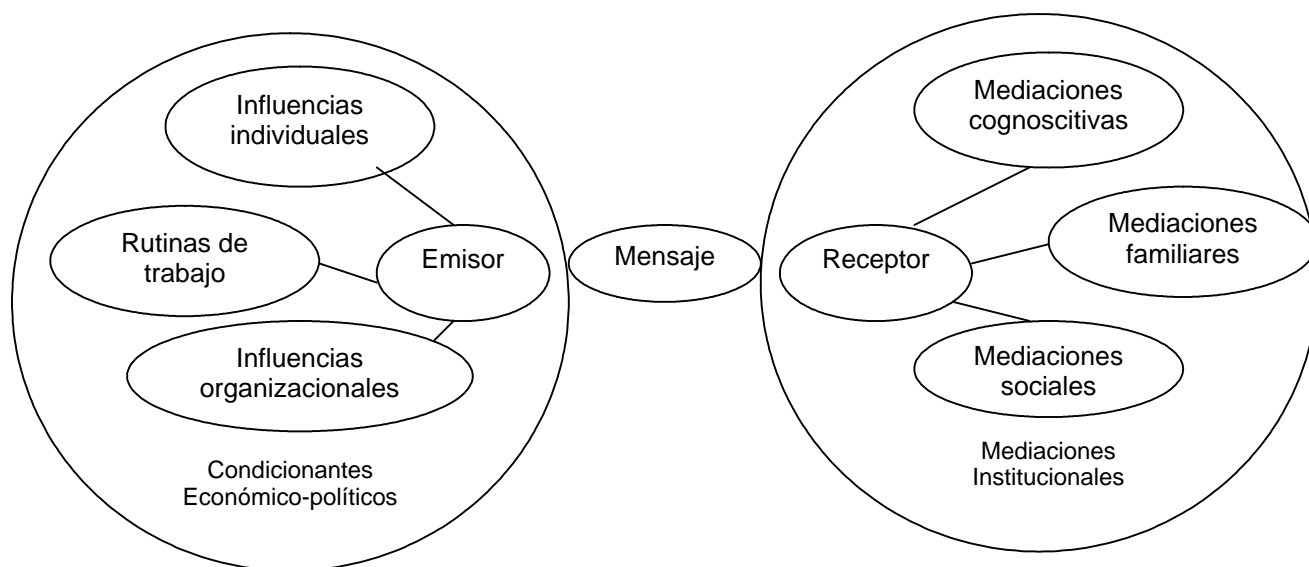
Estas imágenes se dirigen indiscriminadamente al auditorio, sin embargo los individuos receptores retoman su contexto social para seleccionar aquellos contenidos a los que prestarán atención y les proporcionaran mensajes o contenidos que de acuerdo a los elementos externos del proceso de comunicación de masas ejercen una multiplicidad de influencias a mayor y menor escala en el consumo de los mensajes.

Es decir, existen factores sociales, económicos, políticos, históricos entre otros, que influyen para la emisión de una programación, como veremos más

adelante. Así como se dan diversas influencias que están condicionadas y/o mediadas por las características propias de cada individuo como son: sexo, edad, nivel económico, escolaridad, religión y principalmente el medio social al que pertenece. Estas influencias y factores que intervienen en la emisión – recepción de mensajes son las llamadas mediaciones:

Las mediaciones son ese “lugar” desde donde es posible comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción: lo que se produce en la televisión no responde únicamente a requerimientos del sistema industrial y a estrategias¹ comerciales sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y los modos de ver (COMUNICACION Y SOCIEDAD 29:1997:162).

Modelo sociológico de las mediaciones en la comunicación de masas



(LOZANO, 1996:33)

El cuadro anterior, señala los posibles factores que intervienen en la recepción de mensajes, estos no llegan al individuo de una manera directa y unidireccional, la relación que se da entre mensaje y receptor es multilateral y depende de las diversas mediaciones. Es decir, en la parte izquierda del cuadro se encuentran el emisor, que es la televisión como medio audiovisual; ésta como empresa cumple una función

¹ Astucia, fingimiento y engaño artificioso.

social, inmersa en un sistema económico y político globalizador, cuenta con una jerarquización directiva, técnica y profesional, donde cada uno de los personajes cuentan con una historia de vida diferente. En el siguiente apartado se mencionan a detalle las características de los personajes que encabezan, los que representan y los que presentan ciertos canales televisivos.

En el lado derecho del cuadro se encuentra el receptor como individuo cumple con una función social, también se encuentra inmerso en un sistema económico y político globalizador, tiene una historia de vida que le influye para percibir la realidad que ha sido influenciada por instituciones como su familia, la escuela, la religión y la sociedad; de las cuales se ha servido para la adquisición de actitudes, valores y la construcción de sus conocimientos, conjunto de factores que conforman el ser biológico, psicológico y social mencionados en el capítulo anterior, que actúan en la reconstrucción de significados y en la forma de recibir los mensajes televisivos, pone en juego lo que conoce, los estereotipos de las personas cosas o situaciones, dándole un significado a través de los sentidos, de las experiencias familiares y sociales, retomando lo que es importante para él.

De esta manera, el sujeto no se enfrenta a los medios de comunicación con la mente en blanco, su interacción con los medios de comunicación se da a partir de los aprendizajes anteriores.

En el caso específico de las mujeres amas de casa, tema principal de esta investigación, que son beneficiarias del Programa Integral Social (PISO), que implementa la delegación Coyoacán en zonas con altos índices de marginación o exclusión social y en asentamientos de pobreza, poseen características propias que las llevan al consumo de determinada programación el cual esta condicionado por las mediaciones específicas de este grupo poblacional y entre sus principales características se encuentran:

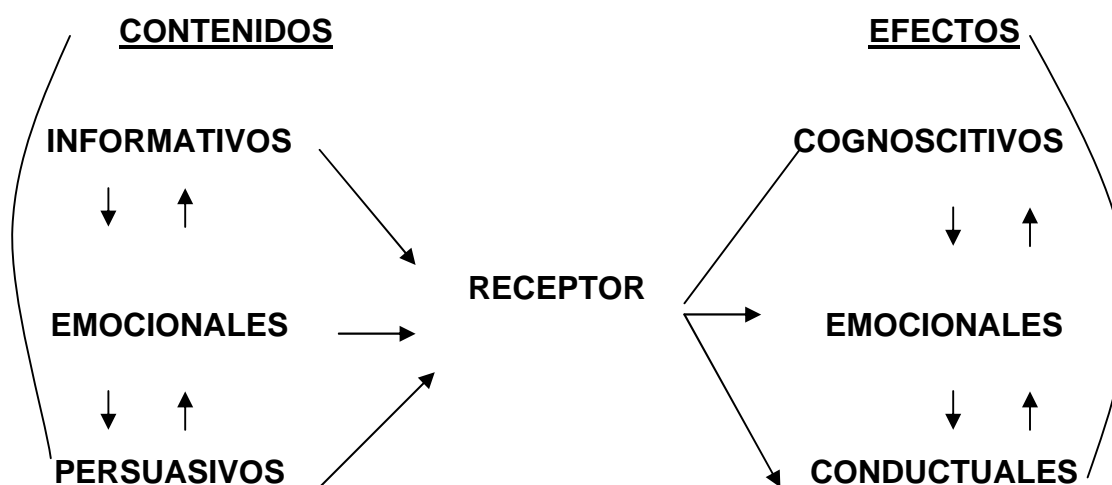
- El pasar la mayor parte del tiempo en sus hogares y su vida centrada en el círculo familiar.
- La limitación en el acceso a la educación y al mercado laboral.
- Orientación hacia la dependencia y desempeño en el ámbito doméstico.
- Insatisfacción e inconformismo hacia su persona y baja autoestima.

- Subordinación y devaluación para desempeñar algunas actividades (reparación eléctrica, el conducir un auto, intervención en conversación política, etc.)
- Encauzamiento a ser proveedora de satisfactores afectivos, servir y cuidar a su familia.
- Sentimiento de culpa acumulado.
- Enajenación de los estereotipos que proyectan los medios audiovisuales.
- Consumo inconsciente y excesivo de los productos de uso en el hogar.

Mediaciones que reflejadas en los efectos que provoca el medio televisivo a los sujetos o receptores. Como lo menciona Gómez Palacio:

Los receptores o miembros de una determinada audiencia pueden llegar a experimentar una alteración o modificación de lo que saben respecto a un tema (efectos cognoscitivos), o en lo que sienten con relación a un producto, una persona un grupo o una ideología o un fenómeno político, social o cultural determinado (efectos emocionales) o bien en acciones que llevan a cabo en su vida diaria (efectos conductuales) (GÓMEZ y CAMPOS, 1998:134).

Efectos que de alguna manera están intencionados desde los contenidos de los mensajes televisivos.



(ROBERTS & MACCOBY, en GÓMEZ y CAMPOS, 1998:135)

Cabe destacar que los tres tipos de efectos, están relacionados entre sí, de esta manera no podemos hablar de uno sin que esté implícito algún otro, sin

embargo, el principal efecto y función de la televisión en la sociedad es saber llegar al inconsciente de los sujetos que forman cada grupo poblacional y establecer prototipos de conducta para cada uno de ellos a través de mensajes que:

Afecten a la sensibilidad sin necesidad de afectar a la capacidad razonadora. Ante imágenes impactantes, la intuición y la efectividad entran en juego antes de que el juicio haya reflexionado sobre el valor del contenido. Lo audiovisual puede así vencer la clásica defensa que el sujeto suele adoptar ante una información externa de tipo verbal, puesto que esta tiene en su contenido su mayor consistencia: aunque el contenido característico de la comunicación no verbal siempre esté presente de algún modo... Esta preponderancia del continente sobre el contenido que se dirige directamente a la sensibilidad en vez de la razón, tiene indudables consecuencias sobre el modo de percibir la realidad y, por tanto, sobre el modo de aprender (SARRAMONA, 1997:224).

Y tratan de crear en los espectadores actitudes favorables o desfavorables hacia una cierta idea, persona, grupo, producto o situación, a través de programas de entretenimiento, noticieros, telenovelas, miniserias, películas, mensajes publicitarios, etcétera, que se caracterizan generalmente por la redundancia, inmediatez, y la repetición. “La televisión, como medio más representativo de la comunicación de masas, conforma con sus informaciones y valores sustentados un modelo de sociedad y un tipo de relaciones interpersonales” (SARRAMONA, 1997: 231).

De esta forma, la televisión como medio de comunicación masiva es una institución privada que reproduce los valores dominantes de la sociedad, que refuerza la estructura ideológica y los prejuicios para continuar y legitimar el orden social establecido, a través de la reproducción simbólica de la vida real, estereotipando las relaciones sociales, las relaciones entre hombres y mujeres, padres e hijos, las opiniones sobre el sexo, la religión, el dinero, estereotipos que como ya lo mencionamos tienen efectos distintos a partir de las características de las audiencias, es decir los mensajes televisivos se pueden percibir de múltiples maneras, en este caso se habla de la polisemia de los mensajes.

Los efectos y la influencia de la televisión son estudiados y mostrados retomando la *Perspectiva de Análisis de Cultivo*, que centra su análisis en el

resultado de las exposiciones acumuladas a un sistema colectivo de mensajes, imágenes y valores que subyacen y se repiten en una amplia variedad de programas, lo importante para esta perspectiva, es el efecto general al exponerse a un sinnúmero de opiniones, analizando la acción repetitiva de los dramas televisivos y los patrones de conducta que refuerzan ideas en la sociedad. Como lo menciona Lozano Rendón: “A lo largo de los meses y los años, los televidentes van absorbiendo, poco a poco, cogniciones que, a fuerza de repetirse, se transforman lentamente en actitudes y, a muy largo plazo, propician ciertas conductas”. (LOZANO, 1996:135)

Estas conductas y valores son asumidos principalmente por medio de la identificación con los personajes; niños y adultos adquieren nociones de comportamiento humano en el mundo real, proyectan las conductas más aceptadas en la sociedad, al imitar y comentar los programas se da una aprobación en su medio, se imita lo que está aceptado por la sociedad, la combinación de palabra e imagen que hace la televisión consigue un aprendizaje más formal de los contenidos. Contenidos que son proyectados, por medio del entretenimiento, ya que el espectador al observarlos se encuentra en un estado de relajación, que permite adquirir los mensajes, con mayor facilidad y sin tanta presión en la información.

Estos comportamientos que el individuo adquiere bajo los efectos de la televisión son justificados bajo la *Teoría del Aprendizaje Social* de Alberth Bandura, el cual dice que:

La mayor parte de lo que aprendemos se da por la observación de la conducta de otros quienes por sus características de personalidad, por su atractivo físico, por su influencia moral o por algún otro factor se convierte en una especie de modelos a imitar. Indudablemente gran parte de lo que la gente aprende a través de los medios de comunicación lo hace en forma vicaria, es decir, mediante la observación de personajes cuyas actitudes o valores resultan atractivos a cierto público, el cual procura imitarlos (GÓMEZ, 1998:141).

De esta manera, la televisión forma parte del conjunto de influencias educativas informales; ya que:

La educación informal comprende el proceso por el cual cada individuo logra actitudes, valores, habilidades y conocimientos merced a la experiencia diaria, por la relación a los grupos primarios (familia, amigos,

escuela, trabajo) y secundarios (grupos políticos, instituciones religiosas y culturales), o por la influencia del ambiente y de los medios de comunicación colectiva (MELENDEZ ,1984:8).

Es así como la sociedad recibe y tiene un efecto reforzador de predisposiciones ya existentes, cuando éstas no existen o no están bien fundamentadas, su efecto reiteradamente paradigmático las crea o las modifica.

Es importante mencionar que en esta investigación se opta por la definición de televisión como medio de comunicación colectiva, ya que se considera que al asumir el televidente actitudes que provee la televisión, no implica que no tenga sentido crítico y sea capaz de modificar su recepción con apoyo de la alfabetización audiovisual.

2.2 LA MUJER DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS MEDIOS

La aparición de la televisión en la sociedad, promueve la participación de la mujer en el ámbito laboral, social y político, sin embargo la misma televisora como empresa privada se encuentra jerárquicamente dirigida por el sexo masculino, la planeación de la programación se elabora desde el punto de vista masculino, manteniendo un sistema patriarcal sin considerar el género como importante.

Aunque ha aumentado el número de mujeres que hacen carrera en el sector de las comunicaciones, pocas son las que han llegado a ocupar puestos directivos o que forman parte de juntas directivas y órganos que influyen en la política de los medios de difusión. Se nota la desatención a la cuestión del género en los medios de información por la persistencia de estereotipos basados en el género que divulgan las organizaciones de difusión, públicas y privadas, locales, nacionales e internacionales.
www.un.org/esa/gopher-data/conf/fwcw/off/platesp/9520p4.sp

La visión de quien dirige, se ve reflejada en los mensajes que emite la programación diaria, ésta utiliza los elementos de espacio y tiempo para la emisión de mensajes. “La programación televisiva representa la organización de los distintos

tipos de mensajes, segmentos y programas que se organizan y vinculan entre sí, con un determinado ritmo, y en un tiempo y espacio definido” (FERNÁNDEZ, 1998:49).

Misma que es dirigida al público en general, y tiene como finalidad reproducir los valores dominantes de la sociedad y reforzar la estructura ideológica para continuar legitimando el orden social establecido a través de la representación simbólica de la vida real, estereotipa el papel social del hombre y la mujer, así como las relaciones entre éstos, relaciones mencionadas en el capítulo anterior caracterizadas por mantener a la mujer en desigualdad frente al hombre, haciéndola creer menos inteligente y dependiente del hombre, transmitiendo violencia simbólica, que es manifestada con la discriminación, maltrato psicológico, culpabilidad y en el peor de los casos como violencia física y/o la muerte.

Estos estereotipos se reproducen de la misma manera en las diferentes televisoras que simulan tener una amplia variedad de entretenimiento para todas las edades, dicen sentir admiración hacia la mujer, respeto hacia las madres y aparentan entender el dolor de una mujer; manifestándolo en los dramas televisivos.

Sin embargo al analizar la programación televisiva nos encontramos con una carga de mensajes discriminatorios hacia el sexo femenino.

Para entender el papel de la mujer en la televisión a través de este estudio es necesario enlistar y analizar la programación de un día, de dos canales de diferentes televisoras, que compiten por llamar la atención del sexo femenino, cabe destacar que se le da seguimiento a la programación del canal 2 de Televisa y el 13 de TV Azteca, de un día hábil. Para llegar al análisis de dicha programación se retoma la categorización de los géneros² según Fernández, de acuerdo a los segmentos, programas y contenidos de ésta.

Sin antes mencionar los comentarios que hacen los dueños de las televisoras; Emilio Azcárraga Milmo: “México es un país de una clase modesta muy jodida... que no va a salir de jodida. Para la tv es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil”.

² Se entiende como sistemas de reglas a las cuales se hace referencia (implícita o explícita) para realizar procesos comunicativos, desde el punto de vista de la producción o de la recepción.

Mientras que Salinas Pliego menciona: “En materia televisiva se adecuarán a lo que quiere la sociedad, y si ésta pide programas como los de Televisa, eso se les dará” (GUTIERREZ Y VILLARREAL, 1999:29).

Para la transmisión de estos programas televisivos se presentan dos aspectos necesarios; la primera necesidad es clasificar a los programas por categorías llamándoles géneros televisivos y como segundo aspecto responder a una necesidad comercial de la cual se hablara en el siguiente apartado.

Aquí se presenta una paradoja: aunque existe esa necesidad de clasificación, no hay un consenso cuando se trata de los géneros televisivos... al momento de ver los programas, está clasificación resulta insuficiente, puesto que un mismo programa puede ser infantil y de concurso (en familia con Chabelo), o informativo y deportivo (GUTIERREZ Y VILLARREAL, 1999: 47).

A continuación se da un panorama general de algunos géneros televisivos:

INFORMATIVO: Incluye todo tipo de mensajes nacionales e internacionales cuya naturaleza sea noticiosa. Interpretativa u opinática en torno al acontecer de la actualidad inmediata, y que puede presentar en pantalla a los actores, lugares, hechos y consecuencias del acontecimiento en referencia.

ESPECTÁCULO: Tienen una intención de entretenimiento o de diversión, una exposición de habilidades y características expresivas de los personajes principales o actores.

MAGAZINE: Designa los programas de diverso y formatos en donde el lenguaje coloquial, la variedad de temas que toca, la forma de presentación y el tratamiento son sus rasgos característicos, al igual que una revista puede estar dirigido a un determinado público.

ARGUMENTAL: Incluye todos los contenidos donde existe un argumento (una historia). Y es producido por la propia planta o por productoras externas.

También se incluye el género de concursos y telenovela, citado en Meléndez, 2001.

CONCURSOS: Con finalidad publicitaria someten al público asistente al estudio a competencias diversas. Algunos programas de este tipo giran

alrededor de los conocimientos generales de los participantes, pero no implican un fin educativo, porque los patrocinadores otorgan a los triunfadores una recompensa en especie o dinero.

TELENOVELA: Es un melodrama que presenta situaciones estereotipadas y personajes de conductas polarizadas, se presentan hechos cotidianos cuyo referente son problemas de la vida real...En sus historias se pone excesivo énfasis en los aspectos emotivos de los personajes y se oculta la influencia que tiene la condición económica, social y laboral en los comportamientos y modos de pensar de los individuos.

La programación se divide en lo que se llama *frangas horarias* "las cuales son bloque de programas segmentados, de acuerdo con los horarios y los públicos".

- Mercado; hay agencias especializadas en el estudio de mercado que de acuerdo a su estudio deducen que tipo de público ve dicho canal, que público ve cierta programación y determinar las características del público, cuáles son sus hábitos y costumbres.
- Competencia; se toma en cuenta la programación y recepción que tiene la competencia a través del rating (se determina por la cantidad de gente que ve un programa).
- Franjas horarias hay tres tipos;
 - "A", es el de más baja audiencia; establece que comprende desde las cero horas hasta las 16:00 horas".
 - "AA", es de audiencia media y abarca desde las 16:00 horas hasta las 19:00 horas.
 - "AAA", es el llamado horario estelar o prime time y va de las 19:00 horas a la hora cero (GUTIERREZ y VILLARREAL, 1999: 59).

A continuación se enlista la programación de dos televisoras distintas; Televisa y TV Azteca, en sus franjas horarias de los canales 2 y 13 respectivamente, mencionando la categoría del género televisivo al que le corresponde, esto para posteriormente destacar si el público a quien está dirigida la programación tiene que ver con la perspectiva de género.

PROGRAMACIÓN TELEVISIÓN ABIERTA

(Miércoles 15 de Septiembre de 2004)

TELEVISA

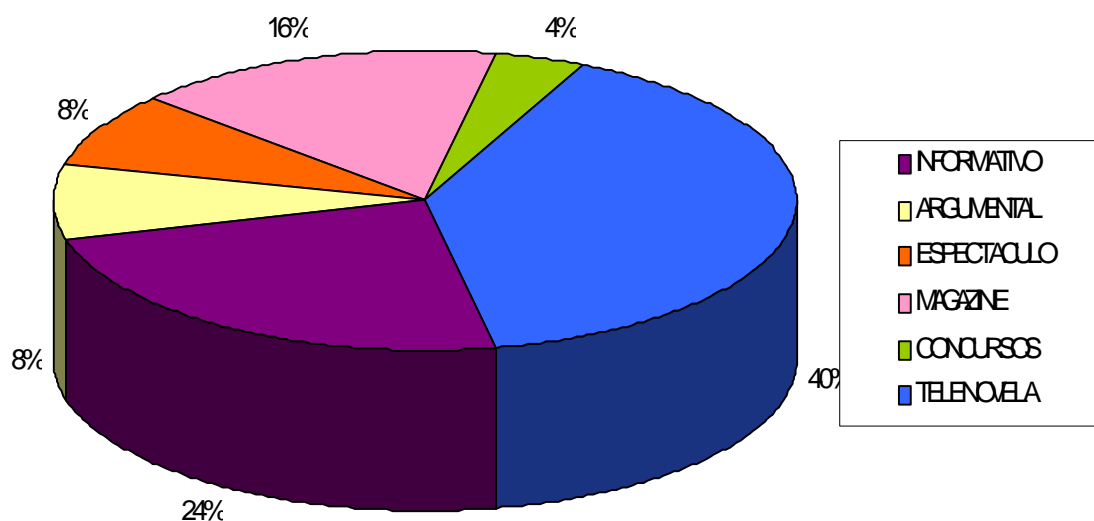
TELEVISORA	HORA	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN
XEW TV CANAL 2 EL CANAL DE LAS ESTRELLAS	6:00	EN CONTRASTE	INFORMATIVO
	9:00	HOY	<i>MAGAZINE</i>
	12:00	ÁNGEL REBELDE	<u>TELENOVELA</u>
	13:00	VIDA TV	<i>MAGAZINE</i>
	14:30	NOTICIERO LOLITA AYALA	INFORMATIVO
	15:00	100 MEXICANOS DIJERON	CONCURSOS
	16:00	MISIÓN S.O.S. AVENTURA Y AMOR	<u>TELENOVELA</u>
	17:00	AMAR OTRA VEZ	<u>TELENOVELA</u>
	18:00	LA OREJA	<u>ESPECTACULO</u>
	19:00	CORAZONES AL LIMITE	<u>TELENOVELA</u>
	20:00	RUBI	<u>TELENOVELA</u>
	21:00	MUJER DE MADERA	<u>TELENOVELA</u>
	22:00	NOTICIERO CON JOAQUÍN LÓPEZ DORIGA	INFORMATIVO

TELEVISIÓN AZTECA

TELEVISORA	HORA	PROGRAMA	CLASIFICACIÓN
CANAL 13 AZTECA 13	6:00	HECHOS AM	INFORMATIVO
	8:30	CADA MAÑANA	<i>MAGAZINE</i>
	11:15	CON SELLO DE MUJER	<i>MAGAZINE</i>
	14:00	COMO EN EL CINE	<u>TELENOVELA</u>
	15:00	HECHOS	INFORMATIVO
	16:00	LA VIDA ES UNA CANCIÓN	ARGUMENTAL
	17:00	LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES	ARGUMENTAL
	18:00	VENTANEANDO	ESPECTACULO
	19:00	LAS JUANAS	<u>TELENOVELA</u>
	20:00	BELINDA	<u>TELENOVELA</u>
	21:00	LA HEREDERA	<u>TELENOVELA L</u>
	22:00	HECHOS	INFORMATIVO

TOTAL DE PROGRAMAS 25

PORCENTAJE POR CATEGORIA MIÉRCOLES 15 SEPTIEMBRE 2004



Los cuadros y la gráfica anteriores muestran la programación que culturalmente se asocia al público femenino. En los dos canales inician y terminan su programación con noticieros que ocupan el 24% de la programación y definen por noticia aquello que es importante o interesante para un amplio grupo de la población, informan desde un punto de vista subjetivo, pues las noticias son tratadas con poca profundidad y se les da mayor importancia y continuidad a las notas que provocan sentimientos más que razonamientos. Estas pasan por un filtro que pretende imponer una visión del mundo construida desde los centros de poder internacional, caracterizada por mantener la opinión a través de la censura y el amarillismo, mostrando situaciones, violentas, pasionales, eróticas, relacionadas con la cotidianidad de la población, reiterativas y sin trascendencia.

De esta manera:

Los énfasis atribuidos por los medios a ciertos temas, provienen de aspectos micro, como los condicionantes individuales, las rutinas y los valores, hasta los aspectos macro, como los intereses económicos-políticos y la ideología del sistema en que se desenvuelven los medios (LOZANO, 1996:154).

Estos criterios se toman en cuenta para la fabricación y selección de notas periodísticas, hasta el momento de su transmisión, pues:

El redactor, siguiendo los criterios de planeación de la Agenda escribe las noticias, pero han de pasar por un filtro, son los jefes de sección, los redactores jefes... quienes deciden. En definitiva, pasan por una fase de toma de decisiones, de tal manera que la producción se centra en un proceso de inclusión y exclusión de hechos noticiosos y entre los incluidos se procede a jerarquizarlos. Por hacernos una idea, suelen llegar diariamente unas mil noticias y mensajes diversos, de los cuales solamente se aprovecha un 20 %. www.nodoo50.org/ameco/

De la programación analizada, en los noticiarios nocturnos los conductores de las secciones de noticias son hombres, incluidas las secciones como espectáculos, deportes, y opiniones de algunos especialistas. En los noticiarios matutinos y de medio día la presencia de la mujer sólo es en un 10%, y escasamente el 1% sobresale como líderes de opinión: son aquellas personas que a través de sus comentarios, análisis y participaciones, ejercen influencia a una colectividad, tal es el caso de Javier Alatorre, Joaquín López Doriga, Lolita Ayala, Adela Micha, etc.

La presencia de la mujer participante en la conducción de noticias muestra una imagen de mujer joven, atractiva, delgada, elegante, inteligente aunque con menos intervenciones para opinar.

En general, el hombre es el que lleva la nota principal de política y economía nacional e internacional, se hacen entrevistas a algunos líderes de opinión como pueden ser políticos, religiosos y artistas, que en su totalidad corresponden al sexo masculino, las notas donde se da la presencia de la mujer; regularmente corresponde a las temáticas de prostitución, maltrato físico, abuso sexual, madres

golpeadoras, abortos, bodas y chismes de famosos, eventos artísticos y culturales, etc.

Por otro lado las mujeres que trascienden públicamente y son objeto de opinión crítica, se les atribuye la presencia masculina; como el ser hijas, esposas, madres, amantes, hermanas, etc. de alguna personalidad del sexo masculino; es el caso de Martha Sahagún esposa del presidente de la República Vicente Fox, Sasha Montenegro, ex esposa del expresidente de México y ya fallecido José López Portillo ó Niurka infiel a Juan Osorio, famoso productor de telenovelas, amante y ahora esposa de Bobby Larios. Estos son sólo algunos de los miles de casos en los que se le involucra a la mujer con temas que las subestiman, las degradan y las denigran.

De las 8:30 ó 9:00 de la mañana hasta la 1:00 ó 2:00 p.m., el horario se emplea para la transmisión de los programas “Hoy”, “Cada Mañana” y “Con Sello de Mujer”, que pertenecen a la categoría de *magazine* y ocupan el 18% de la programación. Generalmente dentro de estos horarios las y los niños se encuentran en las escuelas, los hombres están en sus trabajos y sólo las amas de casa se encuentran ocupadas en las labores del hogar.

Esta programación se caracteriza por tener en la conducción a dos o más mujeres y un hombre, aunque la presencia de la mujer se da con mayor frecuencia nos lleva a pensar en la frase “dos cabezas piensan más que una”; es decir, mejor tener a varias mujeres que piensan poco para que hagan algo tan sencillo como dar notas de belleza o chismes de famosos.

Las mujeres que conducen estos programas se caracterizan por portar prendas donde asoma su atractivo, sus cabelleras tienen los distintos tonos naturales (rojizo, negro, rubio) y un peinado bajo el mismo estilo, cuentan con un maquillaje discreto, y la manera de desenvolverse frente a los comentarios o las entrevistas a especialistas se da de manera sencilla y llana.

A través del programa se presentan consejos de belleza, cocina, cuidados de la familia y limpieza del hogar, que dicen ser de interés para la mujer, asociada a ésta información las mismas conductoras presentan anuncios de patrocinadores para reforzar la necesidad del consumismo.

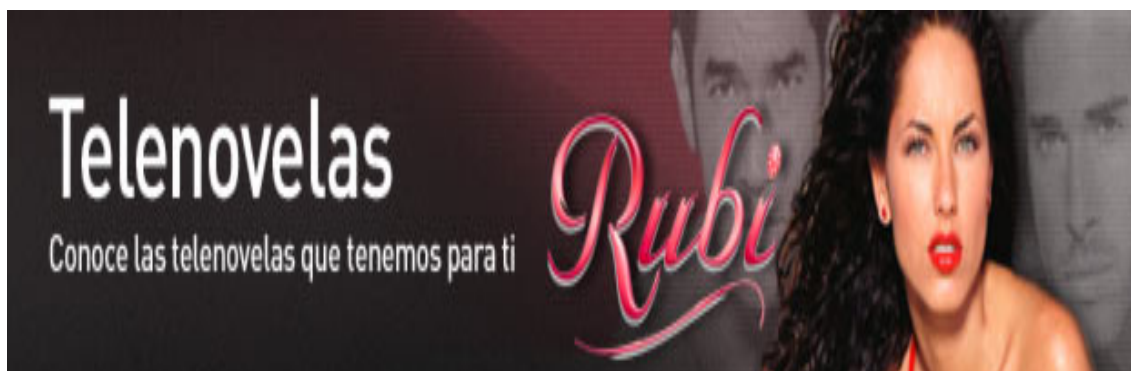
Por ejemplo, una de las conductoras entrevista al especialista en dermatología para hablar de barros y espinillas, al terminar la entrevista la siguiente conductora presenta el comercial de vitacilina “ah que buena medicina”, aunque no es recetada por los médicos, es seguro que no faltará en casa por ser anunciada casi en la presencia de un especialista como efectiva para solucionar problemas.

Otro tipo de anuncio que emplean es a través de mujeres que no hablan, sólo hacen una pasarela ya sea en traje de baño u otro atuendo, o mujeres desnudas recibiendo un masaje corporal.

El mayor tiempo del programa lo utilizan para informar sobre la vida artística e íntima de los famosos.

Los programas de *espectáculos* como son “Ventaneando” y “La Oreja”, con su horario de 6:00 a 7:00 p.m., ocupan un 8% de la programación y son reforzadores de estereotipos, donde la mujer es la clásica chismosa, que compone lo poco que se rumora para convertirlo en absurdas y falsas calumnias.

La estructura del programa está intencionalmente adaptada con una secuencia lógica para que a la transmisión de las problemáticas de famosos se acompañe la promoción de productos de sus distintos patrocinadores que ofrecen los mismos conductores. Una segunda intención de este tipo de programas es la de promocionar a los cientos de actores y actrices que no han alcanzado la fama, siendo ésta una manera de darlos a conocer, a costa de la reputación de los personajes y de la dignidad de las mujeres.



Las telenovelas y el género argumental ocupan un 48% del total de la programación, se asocian a un público casi exclusivamente femenino, de cierta edad y escaso nivel cultural. Su producción resulta un medio inmediato para el sometimiento del sexo femenino hacia la sumisión y reproducción de estereotipos, basados en la representación de historias sacadas de la realidad con un toque de ficción. Difunden normas y tendencias culturales, y tienen una enorme influencia en las percepciones y opiniones del público, conforman identidades masculinas y en particular, femeninas:

Entre los personajes femeninos, con un espectro de motivaciones más diversificado, destacan el complejo de Cenicienta (el ascenso social mediante una boda y la abdicación de responsabilidades), el opuesto complejo de Diana (o la protesta viril de la mujer insumisa frente al hombre), el complejo de Betsabé (el adulterio por cálculo), la mitomanía de bovarismo (COMUNIDACION Y SOCIEDAD 29, Enero - Abril 1997: 167).

La telenovela es un producto cultural masivo que esquematiza conductas que inculcan en el público valores conservadores y principalmente consumistas, estos valores se presentan en una oposición polarizada, positivo–negativo sin términos medios donde el bien se enfrenta al mal; la verdad a la mentira, de esta manera, se premian las conductas buenas y castigan las “malas”, el perfil social de los personajes se estereotipa en ricos y pobres. “El género novelesco no ha nacido para contar verdades, que éstas, al pasar a la ficción, se vuelven siempre mentiras (es decir, unas verdades dudosas e inverificables)” (VARGAS, 2000:9).

El contenido de las telenovelas encasilla las conductas a realizar por hombres y mujeres, sometiendo a éstas últimas al dominio del hombre, se le muestra como un personaje emocional y dependiente; y como objeto doméstico u objeto sexual, la mujer debe de ser casta y vivir bajo las normas de la sociedad, ve al matrimonio como principal proyecto de vida y como el paso para alcanzar la felicidad, las mujeres que no cumplen con estas expectativas son consideradas libertinas y peligrosas, regularmente es la villana y hace lo imposible por obtener al hombre de la otra, aunque finalmente la historia castiga su comportamiento.

Las telenovelas con argumentos centrados en conflictos domésticos; con amores y desamores, sufrimientos ocultos, chantajes, intrigas, se basa en conversaciones en lugares cerrados o las escenografías son reiterativas, mismas que estereotipan las condiciones de vida y vivienda de las diferentes clases sociales, así como el tipo de muebles al que hay que aspirar.

Al uniformarse los vestuarios de los personajes y su maquillaje, muebles, adornos, y características del hábitat, se asignan también significados únicos por clase social. Por ejemplo la casa de los ricos, el restaurante, el barrio, el entorno de los pobres (MELENDEZ, 2001:173).

Las telenovelas se transmiten por episodios los cuales terminan en tensión, con el fin de suscitar el deseo de saber la solución al día siguiente.

La telenovela no se graba en el orden en que la vemos, capítulo por capítulo, sino por bloques, los sets se uniforman con la finalidad de ahorrar costos. Se registran todas las escenas similares, aunque pertenecen a capítulos distintos, y después se les da secuencia lógica en la edición. Así, ambientes naturales, habitaciones y recintos donde se mueven los personajes aparecen cuatro o cinco veces a lo largo de la historia (MELENDEZ, 2001:173).

La trama se desarrolla en torno a los intereses estéticos y emocionales de la principal protagonista, en su mayoría una mujer; la cual es engañada por los demás, fiel a sus principios, con pocas ambiciones, se interesa más por las consecuencias que por las acciones.

La felicidad es el objetivo central y para llegar a alcanzarla es necesario el dinero, amor y las posesiones materiales, tal felicidad, forzosamente está ligada a la belleza física de los personajes.

Estas historias pueden utilizarse como una forma de escapismo y las personas pueden llegar a identificarse con vidas ficticias o a basar sus ideas en ellas, tomando en cuenta que la transmisión de las telenovelas se presenta en los momentos de reposo de las mujeres amas de casa, éstas se encuentran descansando de un pesado día de labores domésticas, con sus cualidades mencionadas en el apartado

anterior y la formación de valores que se le han inculcado, la llevan a jugar una multiplicidad de roles (madre, esposa, hija, doctora, cocinera, administradora, estudiante, terapeuta, juez, ciudadana, amiga, compañera, padre, inexistente, informante, consumidora, etc.) en un mismo día, lo asegura una constante actividad física y mental, permitiendo a su vez que los mensajes emitidos por la televisión entren al inconsciente. Es aquí cuando la televisión obtiene su recompensa por transmitir programación de manera abierta y gratuita.

Por otra parte:

La venta de espacio publicitario dentro de la telenovela, además de generar considerables ganancias a las empresas televisoras productoras, establece un esquema narrativo fragmentado que permite introducir anuncios dirigidos a distintos tipos de públicos... el género se acartonada mediante una estructura dramática invariable que obliga al telespectador a ver los anuncios y los engancha también a no perderse el siguiente capítulo...en general cada capítulo de 30 minutos está constituido por cinco partes y cuatro intervalos (MELENDEZ, 2001:173).

Cada intervalo contiene 6 comerciales de 20 a 25 segundos cada uno, teniendo como resultados 2.30 minutos de comerciales en cada intervalo, que da como resultado, 9.2 minutos de comerciales en un tiempo de transmisión de telenovela de media hora.

Toda programación que transmite la televisión tiene como finalidad, el incitar al consumismo, ya que quienes mantienen el presupuesto para la producción de la programación son los patrocinadores y éstos a su vez se anuncian a cada momento. Actualmente utilizan todo tipo de estrategias para competir hacia una mayor productividad sin importar la calidad.

2.3 MUJER, ¿OBJETO PUBLICITARIO?



El acelerado avance tecnológico y la acertada estrategia del medio para promover los productos de patrocinadores, ha traído como consecuencias por parte de los receptores el hacerse de unas largas cadenas de necesidades; cuando las necesidades primordiales debieran ser el alimentarse, descansar, vestirse, aseo personal y el educarse, se hacen inconscientemente espectadores dependientes de productos que ofrecen los distintos patrocinadores. Una segunda consecuencia que ha acarreado el acelerado avance de las tecnologías es la guerra entre medios, entre televisoras, entre patrocinadores y entre productos que compiten por ocupar el primer lugar de consumo de la población.

Como resultado de esta competencia, las televisoras buscan la manera de medir cuantitativamente las preferencias del público hacia la programación, teniendo como solución inmediata a ese planteamiento el uso del llamado rating:

La medición sirve para comprar y vender el tiempo en radio y televisión; estimación del tamaño y composición de la audiencia para programadores, anunciantes y productores. La calidad no es lo que se mide sino el tiempo que cierta cantidad de personas han estado expuestas a tal o cual

programa... Rating es patrocinio e inversiones, incluso es una divisa en la bolsa de valores (MONTTOYA, en EL UNIVERSAL, 8 de ENERO, 2004).

Medición que nada tiene que ver con la calidad característica que escasamente se busca al producir un comercial, un programa de televisión o el lanzamiento de un nuevo artista. Teniendo que ocupar como recurso lo ya existente, la persuasión, el sensacionalismo, la reiteración, la solución a problemas cotidianos, el erotismo, la sensualidad y los cuerpos semidesnudos del prototipo de la mujer anglosajona.

La Secretaría de Gobierno y la Secretaría de Salud, cuentan con reglamentos que controlan las actividades de las televisoras, entre otros artículos sobresale el artículo 3º establece: "La radio y televisión orientan preferentemente sus actividades a la ampliación de la educación popular, la difusión de la cultura, la extensión de los conocimientos, el estímulo a nuestra capacidad para el progreso".

Ante lo antes mencionado, la televisión no sólo comunica, educa y brinda entretenimiento, sino que también provoca actitudes de enajenación.

La enajenación es esencialmente un proceso socioeconómico, expuesto por Marx, en una serie de textos en donde formula y sistematiza las particularidades de la deshumanización, de la decosificación de las relaciones humanas y de humanización de las cosas, objetos, mercancías. Marx señala la situación del hombre explotado en la sociedad capitalista (FREYMAN. En www.etcetera.com.mx).

La enajenación ha llevado a prevalecer relaciones de poder, donde el poder es de unos cuantos y éstos están por encima de una sociedad vulnerable. Las relaciones de poder se dan entre países, entre grupos políticos, entre grupos sociales y en la misma familia. Basta tener los personajes que mantengan la fuerza o la inteligencia y del otro lado personajes vulnerables a ese poder.

Como ya se menciona en el primer capítulo, a la mujer se le ha educado con dependencia al hombre y esto la hace un ser vulnerable, o el atravesar periódicamente por una menstruación y dar vida a otro ser vía vaginal la convierte socialmente en un ser asexuado, acarreado la vinculación de la mujer con la

producción y el punto de atracción de cualquier producto con destino a todo tipo de público.

La mujer es cuerpo, está hecha para procrear y cuidar la procreación. Ambos conceptos encierran la promesa y el deseo de vida... durante los años de juventud, la mujer desempeña el rol asignado de cuerpo para otros (objeto de deseo), sea vagina o utero... está dentro de las significaciones del patriarcado, siente que tiene sentido de existencia, está fascinada en su desempeño y gratificada en la ilusión de tener (MIZRAHI, 1987: 72).

Es decir, la mujer durante su infancia ha interiorizado para qué fue creada, en su juventud aprovecha la utilización de su cuerpo sea para procrear o para despertar deseos, en la madurez sufre de insatisfacción, inconformismo y frustración al querer aspirar al estereotipo que representan en televisión. De esta forma se convierte en la consumidora número uno de todo tipo de producto anunciado en televisión y un objeto publicitario.

Una de las armas que más influencia tiene en la reproducción de dichos patrones es la publicidad a través de la televisión, recurso que a través de los años se dio cuenta de la importancia que tiene la mujer para vender servicios o productos, razón por la que por medio de sus estrategias publicitarias como los artículos, reportajes e incluso programas televisivos están enfocados a ganar la atención y preferencia de la mujer.



Se nos hace creer que el papel central de nuestra vida es complacer a los hombres. Las compañías de pastas de dientes, tintes para el pelo, cosméticos, brassieres, etc., compiten todas para ayudar a la hembra a conquistar su macho, lo que es en última instancia el mayor premio por el que las mujeres luchamos desde la adolescencia. Nos hacen sentir poco femeninas si no somos lo suficientemente bonitas y culpables sino empleamos la mayor parte de nuestro tiempo en imitar platillo de gourmet y lustrar pisos y muebles... Los anuncios de detergentes, alimentos y aparatos domésticos dimanar y retroalimentan esta condición de tener como único medio de autoevaluación la eficiencia con que sirvamos a los demás y la aprobación (FERNANDEZ, en URRUTIA, 1975:76).

La televisión a través de los mensajes publicitarios crea en la mujer un sentido de incorfomidad ante las situaciones naturales del cuerpo humano, fomentando el miedo a envejecer, engordar, y ser cambiada por alguien con mejores características físicas por tal motivo lucha día a día para competir utilizando cremas, fajas, licuados, pastillas, medias, perfumes, zapatos, vestidos, alimentos, y un sinnúmero de accesorios que prometen detener algunas acciones, sin embargo dentro de estas mismas situaciones se desarrolla un sentido de competencia que se refleja en comprar artículos de limpieza que compiten con las vecinas, la comida que es aceptada y caracterizada de una buena madre, en los anuncios publicitarios, mujeres que sólo se presentan como elementos decorativo de la multiplicidad de comerciales que promueven desde servicios financieros, hasta artículos de limpieza, utilizando la imagen de mujer anglosajona que estereotipa el rol femenino en nuestra sociedad, utiliza cada parte de su cuerpo para atraer la atención de la población en general.

De esta manera la imagen de la mujer en los medios audiovisuales está caracterizada, por convertirla en un objeto que no produce y sólo consume. Es un objeto de atracción que sólo es observada por su belleza física, por las funciones que como madre pueda hacer en el hogar y los gustos que como esposa puedan satisfacerle a su marido. "Para la publicidad la mujer es al mismo tiempo un objetivo (su función es determinante en las compras familiares) y un objeto (utilizado principalmente con fines de seducción)" (PEREZ, Silvia, 1994:11).

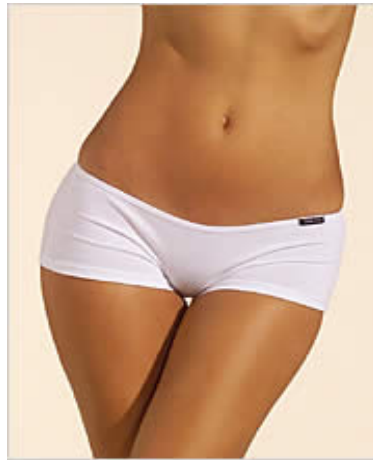
Las personas encargadas de la realización publicitaria, se encomiendan anticipadamente de hacer un estudio de mercado, un sondeo para saber cuáles son

las características de la población a la que va dirigido dicho producto, cuáles son sus necesidades, gustos y momentos de ocio. Esto se hace con la intención de asegurar que la difusión del producto sea acertada en tiempo y espacio, sea aceptada de manera inmediata e inconsciente la adquisición de cierto producto.

Los mensajes publicitarios en televisión contienen ciertos elementos que sirven para dar vida a los productos, los elementos son el lenguaje, la música, los colores, los movimientos y la ambientación.

IMÁGENES FEMENINAS QUE REFUERZAN LOS ESTEREOTIPOS DE LA MUJER PROMOVIDAS EN LA PUBLICIDAD TELEVISIVA OBJETO SEXUAL







La televisión promueve productos, que prometen transformar a la mujer, para convertirla en el objeto ideal

Natural Bra

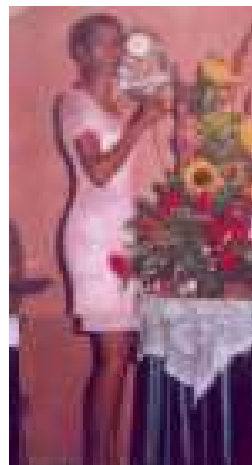
¡Ahora tú también puedes llamar la atención a donde quiera que vayas!
Con el Natural Bra aumenta una talla de busto en segundos.
Disponible en tallas: A / B / C

Precio esmas: \$ 499.00



FUNCIÓN DE MADRE





La publicidad televisiva, refuerza los estereotipos de la mujer, como madre, hija, ama de casa, objeto sexual, etc.

De esta forma la idea inicial con la que fue creado el producto es la de originar necesidades de consumo, necesidades que se ven reflejadas en el proceso de la elaboración del mensaje, donde entran en juego varios intereses de competencia y productividad teniendo como recurso efectivo la utilización de los mensajes subliminales:

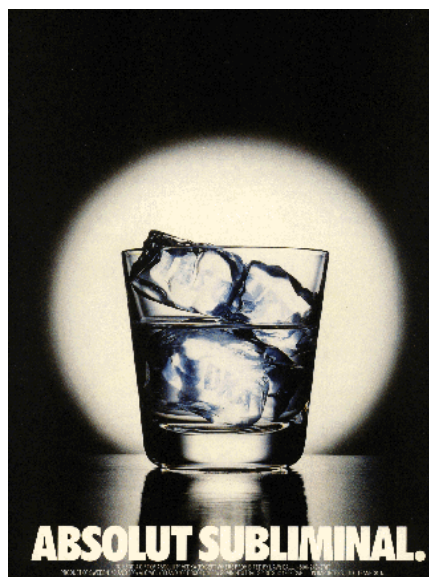
Los mensajes subliminales son aquellos estímulos que se captan por debajo de la frontera de la conciencia. Joan Ferrés define este concepto de la siguiente manera: "Se considera subliminal todo estímulo (no sólo visual) que no es percibido de manera consciente, pero que puede condicionar al comportamiento" (MARTÍNEZ ZARANDONA, 1994:26).

Para encasillar los mensajes subliminales es justo mencionar los factores que intervienen para la creación de dichos mensajes:

- Enmascaramiento o camuflaje, con estímulos disimulados de carácter sexual y generalmente agresivo.
- Hiperestimulación sensorial por bombardeo de datos, al haber demasiada información, muchos mensajes burlan los controles del cerebro y son registrados de manera inconsciente, disminuyendo la capacidad de reflexión.
- Comunicación indirecta, este factor está relacionado con la tesis de la especialización de los hemisferios cerebrales, en la que se postula que cada uno de estos cumple funciones especiales. En este punto podemos

decir que la comunicación audiovisual está más cerca del pensamiento asociativo del hemisferio derecho más que del pensamiento lógico propio del hemisferio izquierdo.

- Un alto componente emocional como las excitaciones, emociones, angustia y tensión psicológica alteran el umbral del reconocimiento de los estímulos. Al aumentar la tensión se incrementa el umbral disminuyendo la capacidad de captar conscientemente los estímulos, mientras que, a mayor relajamiento baja el umbral y se incrementa la capacidad de aceptación de estímulos y se facilita la actitud reflexiva y crítica (MARTÍNEZ ZARANDONA, en APARICI, 1998:26).



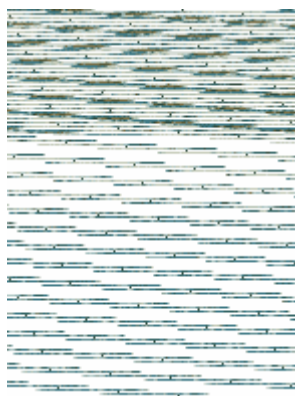
A los factores antes mencionados para la producción de mensajes se le aumenta una subjetividad ligada a las mediaciones anteriormente mencionadas y que cada uno de los receptores maneja de acuerdo a su historia de vida, entendiendo a la subjetividad como: “La condensación interiorizada a manera de imágenes, palabras, sensaciones, símbolos, que producen un discurso donde se incrustan los valores y las significaciones culturales” (MIZRAHI, 1987: 76).

Y es entonces cuando se da el momento de la incrustación de los mensajes cargados de violencia simbólica, desvalorización, ofenden el papel social de la mujer, subestiman la integridad de la mujer, exponen y utilizan el cuerpo femenino como asexuado hacia la morbosidad, reproducen patrones de conducta que mantienen la iniquidad de género. Todo esto porque quien produce los comerciales y anuncios

publicitarios saben que la mejor manera de llegar al público en general es a través del llamativo cuerpo de una modelo que ha tenido que llegar a transformar en contadas ocasiones rasgos de su cuerpo para ocupar un estereotipo anglosajón impuesto por empresas transnacionales y asumido por el público en general, sobre todo por las personas más vulnerables a estas imposiciones: nosotras las mujeres.

CAPÍTULO III

MUJER, TELEVISIÓN Y EDUCACIÓN



En el presente capítulo, se retoma la información de los capítulos anteriores sobre el papel social de la mujer y el papel social de la televisión, con la finalidad de desarrollar la propuesta del taller vivencial piloto, dirigido a mujeres madres de familia en situación de vulnerabilidad frente a la televisión, que son beneficiarias del Programa Integral Social (PISO), que implementa la delegación Coyoacán en zonas con altos índices de marginación o exclusión social y en asentamientos de pobreza, tomando como base la propuesta de Alfabetización Audiovisual aplicada desde la corriente pedagógica del constructivismo para asegurar una recepción reflexiva que provoque la reconstrucción de significados cognitivos en las mujeres que refieren dicho estudio.

3.1 ALFABETIZACIÓN AUDIOVISUAL Y LA RECEPCIÓN DE MENSAJES

Como ya mencionamos anteriormente, a través de la historia la mujer ha vivido procesos que se caracterizan por mantenerla en situaciones de desigualdad; sin embargo, existen organismos mundiales que han desarrollado estrategias para proclamar principios de igualdad entre hombres y mujeres, tal es el caso de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), que ha difundido:

- La Carta de la ONU que establece la igualdad de derechos de hombres y mujeres;
- La declaración Universal de los Derechos Humanos;
- La Declaración sobre la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer, que es según, su artículo primero, fundamentalmente injusta y constituye una ofensa a la dignidad humana;
- La Convención sobre la Eliminación de Todas las formas de Discriminación contra la Mujer, que en su artículo segundo llama a seguir, por todos los medios apropiados y sin dilaciones, una política encaminada a eliminar mediante medidas legislativas y de otro carácter, la discriminación contra la mujer (GREEN,1999:11).

A pesar de los diferentes esfuerzos para disminuir las situaciones de iniquidad, las diversas instituciones privadas que tienen gran impacto en la sociedad, difunden la reproducción de patrones discriminatorios, tema desarrollado en el capítulo anterior.

Recordemos que la televisión como medio de comunicación colectiva es una institución privada que reproduce los valores dominantes de la sociedad, refuerza la estructura ideológica y los prejuicios para continuar y legitimar el orden social establecido, a través de la reproducción simbólica de la vida real, estereotipando las relaciones sociales, las relaciones entre hombres y mujeres, padres e hijos, las opiniones sobre el sexo, la religión, el dinero, reproducción que se da a través de la emisión de programas y mensajes publicitarios que fomentan la brecha de desigualdad. Mismos que producen, reproducen y refuerzan el sistema patriarcal que prevalece en nuestra sociedad.

En la comunicación colectiva se tiende a reforzar los sistemas colectivos habituales, a acrecentarlos, a enunciarlos y a demostrarlos de nuevo, logrando acortar el particularismo de los grupos y reforzando los estereotipos, necesarios en un mundo globalizador que toma en cuenta al ser humano como objeto de consumo y competencia, llevándonos a la deshumanización de las personas, situaciones de interés que son tratadas en las diferentes reuniones mundiales que se ocupan en reducir la línea de desigualdad, creando estrategias para que las diferentes instituciones, gobiernos, sistemas de difusión nacional e internacional, organizaciones no gubernamentales y asociaciones profesionales, adopten medidas para cambiar la transmisión de estereotipos y las conductas consumistas, así como, ofrezcan una imagen equilibrada de los diferentes estilos de vida, como lo señala la Conferencia Mundial sobre la Mujer, celebrada en 1995, en Beijing, la cual dedica la sección J, del capítulo IV, al tema de las mujeres y los medios de comunicación, entre muchas cosas señala:

235... La desatención a la cuestión del género en los medios de información por la persistencia de los estereotipos basados en el género que divulgan las organizaciones de difusión públicas y privadas locales, nacionales e internacionales.

Los orígenes de la educación para la recepción inician en algunos países europeos y en Australia, en el año de 1984 apoyados por la UNESCO, se propone educar a los receptores para un consumo consciente de los mensajes de los medios de comunicación. Pretenden contrarrestar la influencia de la televisión en los receptores, en sus formas de consumir y de pensar, sin esperar que el gobierno modifique las políticas públicas de comunicación o que las televisoras modifiquen su programación.

Sin embargo las múltiples propuestas que surgen a nivel macro, están limitadas, si no se lleva a cabo una sensibilización desde la sociedad que reproduce diariamente las discriminaciones y consume los diferentes mensajes televisivos, sin cuestionar la verdad de estos hombres y mujeres que desconocen que los mensajes emitidos por la televisión contribuyen a la enajenación y reproducción de fenómenos de exclusión, así como también, los problemas derivados del género, problemáticas que se pueden identificar por medio de la alfabetización audiovisual y se puede utilizar la información que transmite la televisión con una visión crítica y positiva. Esto a través de sus diversas formas de expresión, empezando por los diferentes lenguajes audiovisuales:

Sistemas de signos, recursos expresivos, mediante los cuales se comunica ideas, opiniones, emociones y sentimientos...generalmente se presentan de manera combinada...lenguaje oral, el escrito, el kinésico (de movimientos corporales), el de imágenes visuales... y el sonoro (ESCUADERO, 1994:21).

A través de los diferentes tipos de lenguajes se transmiten ideas, emociones y pensamientos, todos los tipos de lenguajes poseen un significado específico establecido por la sociedad, para dar una interpretación de éstos se ponen en juego las características propias del individuo, su forma de percibir las cosas y su subjetividad.

La televisión como medio audiovisual combina el lenguaje de las imágenes, el lenguaje por medio de signos (escrito) y el sonoro dando como resultado el término de "Lenguaje total".

El lenguaje de la televisión es complejo se caracteriza por su capacidad de apropiarse elementos de diferentes sistemas comunicativos: de la **música** recupera las relaciones melódicas y armónicas, los ritmos y los tiempos; de la **pintura** la perspectiva, la composición el manejo de la luz, y la organización de los sujetos; el **teatro** al actor, la estructura dramática, la iluminación, la escenografía, el libreto; de la **radio** los formatos, los géneros, la organización del público; del **cine** los movimientos de cámara, los encuadres, las angulaciones, los recursos del montaje,...

El lenguaje de la televisión se caracteriza, por su capacidad de transformarse cotidianamente en la medida que cada día incorpora nuevos recursos a sus posibilidades expresivas (PEÑAFLORES, RIVERO, RODRIGUEZ, 1995: 31).

Recursos que podemos analizar a través de la alfabetización audiovisual definida como:

El proceso a través del cual el sujeto conoce los códigos que conforman el lenguaje de los medios, entendiendo como código un sistema de signos y símbolos, determinados culturalmente, con los cuales el conocedor de los mismos puede comprender y emitir mensajes.

Consiste precisamente en dar a conocer el lenguaje de las imágenes tanto visuales como auditivas, los esquemas de análisis de cómo son producidas y los ámbitos de recepción donde la familia, la escuela y cultura, ejercen sus funciones como mediadores (MARTÍNEZ ZARANDONA, 1999:9).

Es decir, conocer el lenguaje de la televisión para comprender la intencionalidad de los mensajes que representan las imágenes a través de colores, sonidos, luces, etc., de esta manera, la alfabetización audiovisual estudia los materiales y proporciona conocimientos básicos de sus características y los elementos para la comprensión y lectura de las imágenes desde la producción.

Conocer los nuevos lenguajes, con el fin de que identifiquen los múltiples significados que guardan los códigos mediáticos, ejerzan una recepción crítica y sobre todo, al adueñarse de sus lenguajes puedan aprovecharlo en la experiencia cotidiana (MARTÍNEZ, enero-junio, 1999:43).

Estas imágenes intentan ser una reproducción de la realidad, sin embargo la alfabetización audiovisual pretende aclarar que las imágenes presentadas son sólo una representación de ésta, analizando el grado de semejanza que hay entre un

objeto físico y su imagen proyectada (iconicidad), o lo contrario el grado en que la imagen se aleja de la realidad (abstracción), así como los elementos observables de la imagen, personas y objetos (denotación), cuando a una imagen se le da un segundo significado y principalmente la interpretación del receptor en base a sus mediaciones (connotación) o códigos* de información que se manejan culturalmente.

Análisis complementado a través del conocimiento de los elementos que modifican las imágenes visuales que son manejadas y presentadas de una forma distinta a la real, mostrando sólo una parte que la televisora desea que percibamos, imágenes seleccionadas que tienen una intencionalidad para producir un efecto en los receptores, la alfabetización audiovisual nos ayuda descubrir esta intencionalidad oculta que se proyecta a través del manejo de los elementos de la imagen visual y sonora que integran su composición representada a través de los elementos que componen la toma:

Encuadre: Las personas, los efectos de la naturaleza y los objetos, resaltan sus características expresivas particulares, cuando son ubicados y limitados bajo los márgenes del cuadro.

Ángulo: Se relaciona, con un énfasis dramático al hacer posible el manejo de diferentes puntos de vista que confluyen y enriquecen la narración televisiva.

Perspectiva: Se refiere a la manera de representar un objeto de manera que regenere la sensación solidez, a través de la iluminación, movimiento de cámara, movimiento de actores, creando unas perspectivas lineales, perspectivas aéreas o a través del ángulo de cámara.

Plano: La distancia que hay entre el sujeto de la toma y el lugar donde se emplaza la cámara determina el tamaño de la imagen, su relación con el medio ambiente y hace posible una escala de planos con diferentes características narrativas.

Punto de vista: La cámara puede jugar el papel de testigo impersonal externo o el papel de participante activo de los sucesos que presenta. La cámara puede asumir dos puntos de vista en la narración televisiva: objetivo y subjetivo.

Movimiento: De cámara y de actor, permiten generar las sensación de

* Regla de emparejamiento de los elementos de la expresión (significantes) con los elementos del contenido (significados), después de haber sido organizados ambos en un sistema formal, o de haberlos tomado, ya organizados, de otros planos.

movimiento en el espectador.

Composición: Permite al ojo recorrer los elementos que forman una imagen de acuerdo a un cierto orden, y, que permite, ir descubriendo, sucesivamente, sus partes esenciales... tiene como objetivo fundamental organizar los elementos comprendidos en el plano de manera atractiva e interesante para el espectador... sus criterios son unidad, equilibrio, repetición, variedad, ritmo, tono, contraste, proporción, composición y percepción.

Iluminación: Permite generar sensaciones de dimensionalidad, profundidad, solidez y textura de los sujetos, objetos y los ambientes que constituyen una imagen.

Textos gráficos: Se refiere a una amplia gama de recursos visuales, incluyendo los recursos tipográficos, símbolos matemáticos, ortográficos y de puntuación.

Punto: Fuerza de atracción visual hacia un lugar específico de la imagen.

Existen otros tipos de imágenes que son analizadas a través de la alfabetización audiovisual éstas se dirigen únicamente al oído, se refiere:

A todas las ondas sonoras que, desplazándose, a través del espacio acústico en todas las direcciones, nos rodean y constituyen la atmósfera auditiva global características de un ambiente determinado, el receptor no necesita centrar la atención fijamente en el mensaje, ya que éste lo rodea... el universo del sonido puede ser desglosado para su estudio en: las palabras, efectos o sonidos, la música y el silencio.

Lenguaje oral: El monólogo y el diálogo son dos recursos característicos de la narración que permiten ubicar a los personajes: sus condiciones sociales, culturales, regionales, psicológicas o emocionales.

Efectos o sonidos: Pueden generar en el espectador imágenes o conceptos completos, son conocidos como sonidos icónicos.

Música: Forma un universo expresivo relacionado con una gran variedad de emociones. La música ligada a la imagen de video cobra sentidos diferentes cumple una gama de amplias funciones: gramatical, expresiva, descriptiva, reflexiva y ambiental.

Silencio: Este recurso ofrece un gran potencial expresivo para enfatizar acciones, reacciones y sentimientos (PEÑAFLORES, RIVERO, RODRÍGUEZ, 1995:55).

Cada uno de éstos es manejado para dar una intencionalidad específica, de

esta manera, la palabra utiliza la voz alta, baja, aguda, gruesa, para reflejar sentimientos específicos, de la misma manera, la música es utilizada a través de los distintos géneros para crear climas emocionales y por último los efectos intensifican la imagen, sin dejar de mencionar el silencio como efecto de suspenso, duda, drama, etc .

Otro elemento que se utiliza en la elaboración de los programas es el guión que ha de ir implícito a la producción y en el cual interviene la pedagogía, ya que para la creación del desarrollo de un programa ya sea informativo, de espectáculo, de concursos, magazine, argumental, o telenovela, requieren de ideas novedosas u originales para atraer al público. Para la formulación de un guión se requiere de cuatro elementos:

*Personajes. Son el elemento principal de la historia. Ellos realizan las acciones en uno o varios lugares en un tiempo determinado. Poseen carácter y personalidad.

*Acciones. Determinan cambios y movimientos, y van a estar condicionados por los lugares y el tiempo. La vida de los personajes estará determinada con base en sus necesidades y acciones.

*Lugares. Dependiendo del tipo de acción que realicen los personajes, ubican la historia en un contexto específico.

*Tiempo. Tiempo en el que transcurre la historia, el tiempo total de la historia y tiempo real de historia (GUTIÉRREZ Y VILLARREAL, 1999: 81).

A esto se suma el cuidar que todo marche en base a un objetivo preestablecido.

A partir del conocimiento de los distintos elementos que integran la imagen audiovisual de manera muy general en la alfabetización audiovisual se pretende educar al receptor para desenmascarar los contenidos ocultos en los mensajes y al mismo tiempo ampliar sus capacidades selectivas, asumirse como receptores críticos y activos, tratando de liberar al individuo de la fascinación tecnológica y de volverlo más riguroso, más exigente, más consciente, hacia una mejor calidad a través de la pedagogía de los medios, es decir:

Tomar a los medios como objetos de estudios en sí mismos, desentrañar los códigos visuales y auditivos que abarcan sus lenguajes y apropiándose de éstos, conocer la conformación de los diferentes mensajes mediáticos y cómo detrás de éstos, hay una ideología y una manera de percibir el mundo (MARTÍNEZ, enero-junio 1999:47).

De esta manera, para formar receptores críticos no sólo es necesario conocer los lenguajes audiovisuales, también es fundamental deshilar el contenido de los mensajes es decir su análisis, para esto consultamos las fuentes de Daniel Prieto Castillo, su texto *“El análisis de mensajes”* define como el “Recurso cuya función es cuantificar ciertos elementos que aparecen en un texto y reconocen la preponderancia de unos y otros, según la frecuencia de aparición”.

Elementos que el emisor utiliza, para hacer un reconocimiento de la ideología que la televisora difunde a través de imágenes y habla, que al analizarlos sirven para descubrir:

Las oscuras intenciones de las transnacionales y de los dueños del poder, la inmensa maquinaria, la terrible concentración de información, la decisión sobre los temas que podemos leer y no podemos leer, la cual se ve complementada por una noble intención de sutilezas destinadas a cerrar nuestra capacidad de discernimiento, nuestra posibilidad de comprender lo que realmente sucede en nuestro contexto social (PRIETO, 1994: 150).

Reproducción que se da a través del discurso ordenado (retórica) y recursos persuasivos que ejercen poder y fascinación a través de los personajes, que provocan sensaciones en el público por medio de la “representación” del lenguaje audiovisual, todas las imágenes presentadas llevan implícito un mensaje que cuenta con un carácter ideológico.

La retórica sirve no sólo para moverse en los terrenos de la denotación, de la fascinación, en un intento por controlar a los demás. Esta necesidad de enriquecer el lenguaje con giros, de jugar con las palabras para transformarla en función de alguna influencia, no puede ser descalificada de antemano (PRIETO, 1994: 158).

Es así como la televisión pretende generalizar a todos los integrantes de un grupo, llámese hombres, mujeres, licenciados, amas de casa, policías, artistas, políticos, etc., cada uno inmerso en un contexto social específico que legitima el orden social establecido, estereotipando sus modos de vida y conductas que inculcan en el público valores presentados en una oposición polarizada, positivo-negativo sin términos medios donde generalmente el bien se enfrenta al mal, proyecta los modelos a relacionarse entre hombres y mujeres, padres e hijos, hermanos y hermanas, sociedad gobierno, patrón trabajador, etc., así como la forma positiva de solucionar las diferentes problemáticas de cada grupo, sus aceptaciones e inconformidades, difunden normas, tendencias culturales y tienen una enorme influencia en las percepciones y opiniones del público, conforman identidades masculinas y en particular, femeninas.

El lenguaje hablado es manejado por el emisor a través de actores que representan personajes y expresan valores, al atribuir características correctas para la sociedad a determinados objetos, situaciones, acciones, personas, o bien para dar una explicación, de lo que provoca determinadas situaciones (alcoholismo, madres solteras, desempleo, analfabetismo, etc.), de la misma manera a través del discurso hay una selección de cosas que se dicen y algunas muchas más que no se dicen, aunque toda la programación señalada en el capítulo anterior posee esta característica, un caso específico son los noticieros, si bien informan sobre los acontecimientos que son de “importancia para la sociedad” no mencionan la verdad de éstos, o pequeños detalles que podrían darle otra tonalidad a la nota, competitividad, consumismo, estereotipo, de la misma manera se nos estereotipa los ambientes de los pobres.

Los anuncios publicitarios cuentan con gran poder de inserción en la población, se ven multiplicados en las avenidas principales de la ciudad, también aparecen en revistas y no podían faltar en los medios audiovisuales. En la televisión se anuncian de manera independiente en sus tiempos de comerciales o dentro de los programas televisivos. Como ya vimos en el capítulo anterior los patrocinadores representantes de los productos ofrecidos pagan su tiempo en televisión, y el precio por anunciarse va a variar de acuerdo al horario en el que se vaya a transmitir dicho

producto.

Los productos también tienen destinatarios, así como se les ha hecho un estudio de mercado o sondeo, para orientar sus contenidos hacia los intereses y necesidades de su público.

Otra cuestión antes mencionada es el calificar a la mujer como la consumidora número uno, y por lo tanto se utiliza su imagen en la mayoría de los productos. El comercial en televisión también cuenta con un tiempo y espacio, del cual depende su éxito.

Analizar un mensaje es descubrir la relación de todos sus elementos. Aunque esta relación siempre existe no siempre es evidente. Es obvio que un productor, a través de un anuncio dirigido a sus consumidores, lo que quiere es vender su producto. Sin embargo podemos encontrar mensajes aparentemente contradictorios como este:

En una revista de gran circulación entre el público universitario, aparece una plana completa en la que se habla de la importancia de una alimentación balanceada y se nos advierte “si bebe hágalo con moderación”. El anuncio no es parte de una campaña de la Secretaría de Salubridad, sino de la Unión de Fabricantes de Cerveza. ¿Porqué se dirige a este público que no es su público habitual?

En el momento en el que aparece el anuncio se está discutiendo una ley que cuestiona la promoción de bebidas alcohólicas, por su repercusión en el problema del alcoholismo.

El anunciante se dirige a sus críticos, para decirles que él no es el promotor de un vicio, sino el productor de una bebida que se bebe “con moderación”, como complemento de una dieta balanceada, necesaria para que los mexicanos sean triunfadores.

De esta manera:

Lo ideológico alude en realidad al uso social del discurso, a la intencionalidad que trae y a sus posibles efectos. Estos no se descubren mediante fáciles descalificaciones, mediante chismes sobre la tendencia seguida por tal o cual medio. La lectura crítica requiere de un trabajo minucioso, de un retorno incesante al texto, para no hacerle decir lo que no ha dicho y para no dejarlo de lado a partir de algunas endebles observaciones (PRIETO: 1994: 199).

Ante esta situación es necesario mencionar que la ideología que es proyectada a través de los mensajes audiovisuales pone en juego nuestros valores, nuestras condiciones de vida, educación, cultura e influye en nosotros a partir de

situaciones que nos son conocidas y más aun cuando tenemos alguna identificación con personajes y estereotipos que deseamos alcanzar.

De esta manera al conocer el manejo de los diferentes lenguajes audiovisuales y la ideología que representan los mensajes a partir del análisis de determinados elementos, podemos hablar de que:

Una persona alfabetizada hoy día es alguien capaz de comprender, interpretar y utilizar innumerables estímulos que se les presentan en un medio ambiente determinado. El lenguaje escrito y hablado, la música, los sonidos, las imágenes fijas y animadas, los objetos y los fenómenos naturales son algunos de los estímulos que influyen en el individuo y, por lo tanto requieren ser comprendidos, interpretados y utilizados (ELI,1984:102).

3.1.2. RECEPCIÓN Y COMUNICACIÓN

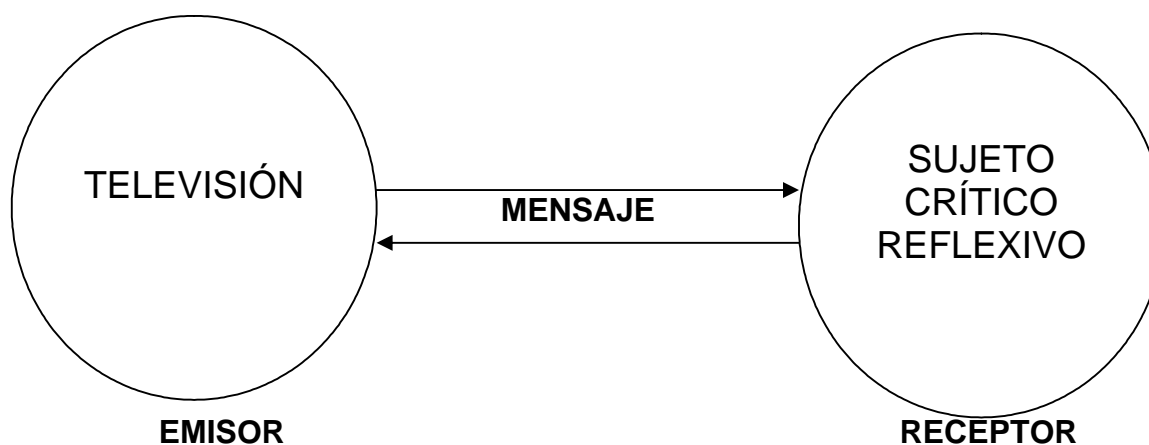
Los mensajes en el proceso de comunicación llevan implícita una doble intencionalidad, buscando provocar un efecto como respuesta del receptor, ya que están dirigidos a un público en específico adaptando los contenidos y el lenguaje a las necesidades y características del receptor.

La mujer ama de casa que es el receptor que ocupa esta investigación se ha venido analizando para entender el papel que juega socialmente y el cual ya ha sido estudiado anteriormente por los medios audiovisuales asegurando una recepción exitosa.

Si esto es capaz de hacer la televisión para conseguir un fin y le ha traído buenos resultados, podemos utilizar la misma técnica de estudiar a la televisión para equilibrar el proceso de comunicación, llevando a cabo la alfabetización audiovisual donde se analizan los distintos elementos que emplean las televisoras para la producción de la programación y la elaboración del guión, y ha de ser la mujer misma quien participe en el equilibrio del proceso de comunicación, asimismo ha de ser ella la que colabore hacia la formación de sujetos con una visión crítica.

Educándolas con la principal preocupación de construir sujetos receptores, individuales y colectivos que tomen distancia de los medios de comunicación y los mensajes que estos transmiten, para poder ser más críticos y reflexivos y de esta manera permitirse recobrar y asumir su papel activo en el proceso de comunicación

Pretender que el receptor enfrente la programación televisiva de una forma crítica, implica reconsiderarlo como un sujeto protagonista y no como un individuo pasivo, capaz de obtener la oportunidad de elegir lo que realmente quiere ver, esto implica una visión distinta del proceso de comunicación pues si bien la televisión es considerada un medio de comunicación donde la televisora es el emisor, que transmite información intencionada (mensaje) a un sujeto (receptor) que descifra y comprende el mensaje a través de los sentidos, el mensaje es transmitido a través de un medio (la televisión), en este sentido la comunicación va siempre de emisor a receptor, es decir es unidireccional y tradicional. Para poder asumir al receptor como sujeto crítico es necesario redefinir los elementos que integran el proceso de la comunicación y a la vez, cambiar el esquema comunicacional anterior, por uno alternativo, donde el receptor capta los mensajes del emisor (la televisión), para negociar los contenidos de los mensajes a través de un análisis y una reconstrucción de significados a partir de su entorno, cuestionando la verdad de éstos, provocando un sistema de comunicación bidireccional.



Sin dejar de considerar los estímulos individuales que dependen de las

mediaciones de cada individuo, capacitando al receptor para que la comunicación deje de ser un proceso de emisión–recepción a una interacción.

3.2 EL CONSTRUCTIVISMO: LAS CONDUCTAS APRENDIDAS SE PUEDEN DESAPRENDER

Como una respuesta a la necesidad de obtener cambios en la recepción de mensajes que contribuyan a la transformación de la vida personal, familiar y social, surge la propuesta de Educación para los Medios (EPM), que pretende que los receptores modifiquen significados cognoscitivos posteriores a la recepción televisiva, obtengan la capacidad de decidir si se apropian o no de éstos, analicen los aspectos manipuladores de la televisión con la finalidad de ejercer una recepción crítica de los valores, formas de vida y estereotipos que el medio proyecta, propuesta que ha sido desarrollada en algunos países, como materia que integra el curriculum escolar, sin embargo en México, los alcances son pocos, pues el gobierno, representado a través de las instituciones educativas, ha mostrado poco interés en el tema, limitándose a utilizar algunas cuantas páginas de libros de texto gratuitos al tema de Educación para los medios, sin dejar de mencionar el trabajo de algunas instituciones como la Universidad Pedagógica Nacional y el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa desarrollaron un curso multimedia de Educación para los medios.

No sólo es una temática acerca de alguna institución privada, la propuesta se desarrolla a través de la instrumentación de programas de alfabetización audiovisual, implican una metodología pedagógica que intervenga como mediación para contribuir a una diferente apropiación por parte del receptor, dicho método debe poseer características que estén relacionadas con la perspectiva que implica la recepción crítica y la alfabetización audiovisual, pues a lo largo de la historia del hombre, se han difundido algunas decenas de teorías del aprendizaje que se encargan de comprender los elementos que intervienen en el proceso educativo, algunas de éstas se basan en: estímulo–respuesta, condicionamiento operante, aprendizaje

memorístico, aprendizaje significativo, etcétera, responden a épocas y condiciones específicas, aunque cabe destacar que: “Existen muchas definiciones de aprendizaje, todas incluyen la idea de que el aprendizaje es un cambio en la conducta de un organismo, que resulta de la experiencia anterior” (DEL BARRIO, 1982:62).

Aprendizaje que está formado por elementos básico que integran el proceso educativo: emisor (educador)– conocimientos(curriculum) – receptor (alumnos), de esta manera la educación y el aprendizaje se producen a través de procesos de creación, emisión, circulación y recepción de mensajes que pretenden desarrollar actitudes y capacidades en los sujetos, que de acuerdo a la concepción teórica de la educación, los integrantes de ésta, poseen diferentes características y funciones.

La educación se da a través de información planificada y organizada a través de estrategias, para que el educando pueda admitirla en su estructura cognitiva,

En la educación tradicional, el **educador** es estereotipado a lo largo de la historia como un ser superior en conocimientos y capacidades que transmite conocimientos a los receptores considerados cajas vacías a llenar de conocimientos, los contenidos, regularmente, se adquieren de manera memorística sin posibilidad de reflexión. En el presente trabajo, retomamos que la principal característica para llevar a cabo una EPM, es eliminar la concepción autoritaria y unidireccional del educador, que sólo contribuye a la represión de las inquietudes de los educados, nos inclinamos por aquel concepto que tome en cuenta las características biológicas, psicológicas y socioculturales de cada individuo, con la finalidad de que las experiencias educativas posibiliten el desarrollo de habilidades y competencias cognoscitivas en el sujeto que será capaz de construir nuevos significados desde la razón, como lo señala Paulo Freire: “La educación es comunicación, es diálogo, en la medida en que no es la transferencia de saber, sino un encuentro entre interlocutores”.

A partir de una propuesta pedagógica con enfoque constructivista se busca fomentar en las mujeres amas de casa procesos cognoscitivos que las ayuden a la creación de sus propias obras y las capacite para recibir y organizar por sí mismas el conocimiento, que al enfrentarse a los mensajes que emiten los medios

audiovisuales, se apropien de su significado y puedan discernirlos según sus propias mediaciones.

Aunado a esto es necesario rescatar las bondades de los medios audiovisuales y tecnológicos para que se lleguen a ver como instrumentos de progreso para la creatividad, ya que de acuerdo a la época en la que se están desarrollando las mujeres se requiere de su desarrollo integral y autónomo, capaz de reconocer su igualdad ante los hombres, dejar de ser utilizadas como objeto sexual e ir ganando terreno hacia una vida digna y respetuosa, propiciando las actitudes democráticas y participativas y ayudar a la adquisición significativa del conocimiento.

Se busca establecer procesos dialógicos entre las mujeres y de éstas con los medios para que se de la interacción en forma horizontal, ella misma como receptor construye su propio conocimiento con lo que le es cotidiano y ofrece por canales audiovisuales el fruto de sus propias aportaciones.

El constructivismo tiene una de sus fuentes en la teoría psicogenética de Jean Piaget, considera que la adquisición del conocimiento es un proceso que realiza el sujeto de manera individual y de forma endógena, a través de dos procesos con las que asimila y acomoda las experiencias, que de manera sensorial recibe.

Vigotsky, cree que la producción del conocimiento se da por la influencia del exterior... propone la llamada Zona de Desarrollo Próximo, concepto que da relieve al medio ambiente y por ende a los medios de comunicación. La adquisición de conocimientos es un proceso de aprendizaje donde intervienen aspectos mentales y circunstanciales, ya que se da en un contexto determinado y entre sujetos que aportan sus propias mediaciones al intercambio informativo.

La idea esencial de la tesis constructivista que tiene como concepto básico el aprendizaje significativo, construcción del conocimiento, proceso de reestructuración y reconstrucción, se retoman las experiencias de cada persona para, aprender de los medios, reconstruye la información adquirida, relacionándola a situaciones anteriores, dándole un nuevo significado al mensaje, teniendo la oportunidad de cambiar el conocimiento que obtuvo anteriormente (MARTÍNEZ SARANDONA, 1999: 50 - 52).

El constructivismo, considera que el desarrollo del individuo se da de manera evolutiva, de esta manera la adquisición de conocimientos es paulatina y su construcción depende de la concepción previa que el sujeto posee y que se integra a los nuevos contenidos que los motivan para proyectar un significado:

Para Ausbel, el aprendizaje significativo es un proceso por él que se relaciona nueva información con algún aspecto ya existente en la estructura cognitiva de un individuo y que es relevante por el material que se intenta aprender (DEL BARRIO,1982:71).

Aprendizaje que se desarrolla a través de estrategias que coadyuvan a la construcción y reconstrucción de significados, parten de una organización previa de los conceptos de manera descendiente, diferenciándolos de lo general a lo particular ayudando a comprender el concepto en general y los elementos que lo integran para transformar el significado establecido en la estructura cognitiva del sujeto. El aprendizaje significativo, trabaja a partir de ideas adecuadas y pertinentes que parten del conocimiento cognitivo previo de los educandos, de esta manera es necesario un sondeo oportuno acerca de los conocimientos que el sujeto tiene del tema a tratar, para partir de ellos y crear un significado en conjunto, posee características accesibles, parte de las vivencias sociales y culturales de los individuos, el sujeto reconstruye con lo que es cotidiano y ofrece la experiencia propia, para partir de ésta, pretende enseñar habilidades con contenidos que deben ser fuertemente significativos.

El aprendizaje significativo posee tres ventajas importantes sobre el memorístico. La primera es que el conocimiento que se adquiere de modo significativo se retiene durante más tiempo y en muchos casos durante mucho más tiempo. La segunda es que la información incluida produce una diferenciación progresiva de los inclusores, con lo cual se aumenta la capacidad para aprender después de manera más fácil otros materiales relacionados. La tercera es que la información que se olvida deja secuelas en el concepto incluser, facilitando de ésta manera el aprendizaje de nuevos materiales relacionados incluso después de que se haya producido el olvido (DEL BARRIO;1982:81).

3.3 PROPUESTA DEL TALLER VIVENCIAL PILOTO, PARA DIFUNDIR LA PERSPECTIVA DE GÉNERO ALTERNATIVA HACIA LA EQUIDAD A MUJERES EN SITUACIÓN DE VULNERABILIDAD FRENTE A LA TELEVISIÓN, EDUCAR PARA TRANSFORMAR

En base a los antecedentes históricos, sociales y culturales que llevaron a la mujer a pertenecer a un círculo de vulnerabilidad, mencionados ya en los capítulos anteriores, se destacan algunos aspectos que le caracterizan como ser vulnerable frente a la televisión, para llevar a cabo un taller vivencial piloto: que les informe sobre la perspectiva de género, les sensibilice sobre la violencia de la que ha sido víctima la mujer, que les introduzca a la alfabetización audiovisual, que cuenten con herramientas para analizar la programación televisiva que las incita al consumismo, les crea necesidades y colabora en la reproducción de conductas aprehendidas que se pueden desaprender.

El taller vivencial piloto se refiere:

Al énfasis en la práctica más que en la teoría, donde los instrumentos no necesariamente tienen que ser materiales, pueden ser conceptuales, pero si deben tener los talleres un carácter operativo, práctico, donde se trabaja se ejercita, se manipula, se practica, se maniobra, más que teorizar (Muñoz, 1999:53).

Al no tener una institución encargada de dar enseñanza a amas de casa de manera formal, la modalidad de enseñanza–aprendizaje se da desde la educación no-formal; ya que ésta se organiza fuera del marco de escuela formal y su formación se orienta al mejoramiento de la vida social o al desarrollo de destrezas ocupacionales que no tienen que ver con planes curriculares.

Es decir EDUCAR PARA TRANSFORMAR y construir nuevas formas de convivencia social que se basen en el respeto a las igualdades y no-discriminación a las diferencias sexuales, promoviendo paulatinamente desde cada persona, los cambios esenciales que se reflejan en el consumo crítico de mensajes.

El presente taller está dirigido a grupos de mujeres madres de familia en situación de vulnerabilidad frente a la televisión, estas son posiblemente más vulnerables a la programación orientada a la formación de valores, ideologías estereotipos, consumismo, etc. Por medio del taller vivencial nombrado “Quien te generó el Género te dio y la televisión le ayudó”, puedan obtener elementos suficientes para ser televidentes activas y derivado de esto cuenten con la posibilidad de ser mayormente críticas en su vida cotidiana.

Frente a lo antes planteado se pretende intervenir de manera pedagógica para sensibilizar a las mujeres madres de familia sobre los mensajes que emite la televisión y las repercusiones que éstos tienen con tendencia a la iniquidad y limitación de nuevas formas de convivencia social, con la finalidad de difundir la perspectiva de género a través de un taller vivencial piloto que se basa en la ALFABETIZACIÓN AUDIOVISUAL.

TALLER “Quién te generó, el género te dio y la televisión le ayudó”

Planteamiento del problema:

En la actualidad como en la antigua época griega prevalece el sistema patriarcal en las familias mexicanas; sistema que tiene de representante o jefe de familia la figura masculina, aunque está aceptado socialmente que las mujeres ya se encuentran inmersas en los ámbitos que hasta hace algunos años sólo eran ocupados por los hombres, y aunque de manera general se considera que la mujer hace un doble esfuerzo por mostrar la capacidad que tiene para desempeñar sus diversas tareas, no se puede negar que aún es visible que desde cualquier ámbito a todas las edades y a cualquier nivel económico se sigue cometiendo discriminación, injusticia y desigualdad hacia el sexo femenino, considerando el sexo femenino como el sexo débil, inferior o incapaz.

De acuerdo a la experiencia laboral de las tesoristas como talleristas, a partir del año 2003, en temáticas dirigidas a mujeres madres de familia que asisten al Centro de Desarrollo Comunitario “Cuauhtémoc”, ubicado en la Colonia Santo Domingo; de la Delegación Coyoacán, arroja como situación urgente de atender el mediar el impacto de la programación televisiva; ya que se ve reflejado a través de las diversas problemáticas que viven las familias de esta demarcación, tales como: abuso sexual, agresión física y psicológica, delincuencia, VIH/Sida, desempleo, analfabetismo, discriminación, etc., donde el sujeto vulnerable a estas agresiones es principalmente la mujer.

JUSTIFICACIÓN

Si se toma en cuenta que dichas problemáticas, surgen en el ambiente familiar, y si se considera a la madre de familia principal vía hacia la reproducción de esquemas conductuales, pues está la mayor parte del tiempo en el hogar, se ocupa de la educación de los hijos, administra el gasto familiar, es consumidora principal de la programación televisiva; ya que, ocupa su tiempo libre y hace los quehaceres del

hogar tomando como parámetro los mensajes que emite la televisión, misma que reproduce los patrones de discriminación, que mantienen a la mujer por debajo del sexo masculino.

Con la intervención pedagógica a través de actividades dirigidas a mujeres amas de casa, como lo plantea esta propuesta con participación activa en el taller vivencial, se espera que funcione como alternativa para sensibilizar sobre los mensajes que emite la televisión, también se pretende colaborar para reproducir patrones de conducta que vayan encaminados al reconocimiento de la equidad de género, así mismo contribuir hacia la formación de sujetos audiovisuales críticos.

OBJETIVO GENERAL

Brindar información de carácter práctico a cierto grupo poblacional, a través de un taller-vivencial-piloto, acerca de los mensajes que emite la televisión para mantener el orden social establecido y postergar el avance hacia una equidad de género. Asimismo, difundir la perspectiva de género y contribuir hacia la formación de sujetos audiovisuales críticos.

ESPECIFICACIÓN DE SUJETOS

Esta propuesta está dirigida a mujeres amas de casa, que se encuentran en zonas de alta y muy alta marginalidad, de la colonia Santo Domingo, en la delegación Coyoacán, pertenecientes al subprograma de Mujeres Jefas de Familia, del Programa Integral Social (PISO).

ESPECIFICACIÓN DE CRITERIOS

- El taller se divide en cuatro sesiones de dos horas cada una.
- En cuanto a actividades y materiales que se mencionan en cada sesión se hace referencia de manera general, para evitar la violación de los derechos de autor.

- El grupo de muestra ha de ser máximo de 15 mujeres amas de casa.
- La posición del mobiliario estará en círculo o semicírculo.
- Todas las asistentes habrán de traer un gafete con su nombre y así habrá que nombrarlas.
- Es indispensable asistir sin niños.

MATERIALES

- Música instrumental,
- hojas blancas, lápices, marcadores,
- revistas, periódico, material reciclable,
- tijeras, papel rotafolio,
- televisión y video
- láminas de los aparatos reproductores del hombre y la mujer

SESIÓN I

TEMA I. TOC, TOC, ¿HAY ALGUIEN AHÍ?

OBJETIVO

Abrir el canal de la confianza que permita el reconocimiento del “YO” interno, así como el reconocimiento de ser capaz, independiente y propositiva.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Ofrecer a las asistentes comodidad y confianza,
- Reconocer la importancia de cada parte del cuerpo,
- Sensibilizar sobre las injusticias que vive la mujer frecuentemente,
- Obtener propuestas como alternativas.

ACTIVIDADES

- Integración grupal
- Actividad de relajación
- Video (fragmento 10 mnts.) de telenovela del momento
- Resolver cuestionario (anexo 1)
- Explicación sobre el tema equidad de género
- Dinámica de retroalimentación
- Evaluación (anexo 2).

SESIÓN II

TEMA II. ¡ME LO CONTÓ UN PAJARITO!

OBJETIVO

Proporcionar información que coadyuve a la reflexión del papel que actualmente juega la televisión dentro del hogar, asimismo despertar la necesidad de analizar su programación en torno al papel que le asignan a la mujer.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proporcionar información sobre las bondades de la televisión,
- Brindar información sobre la elaboración de la programación televisiva,
- Reflexionar sobre el consumo televisivo y sus mensajes,
- Obtener propuestas como alternativas.

ACTIVIDADES

- Integración grupal
- Juego con la televisión y los 5 sentidos (en cualquier programación)
- Lluvia de ideas ¿cómo se sintieron?, ¿qué sentido utilizamos más al ver la televisión?, ¿qué sentido se utiliza menos?, ¿dónde está el consciente y el inconsciente al ver la televisión?
- Evaluación (anexo 3).

SESIÓN III

TEMA III. TE VEO A TRAVÉS DEL CRISTAL

OBJETIVO

Dar a conocer los niveles de intencionalidad con que cuenta el medio audiovisual televisivo y reflexionar sobre la idea de que la televisión representa sólo parte de la realidad pero produce realidades.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar cierta franja horaria de un canal de televisión para determinar el público al que está dirigido cierto canal.
- Hacer un estudio de los personajes que dirigen un programa televisivo, al azar. Destacar quien manipula la información y mantiene en todos los ámbitos a la mujer por debajo del hombre.
- Entender que la televisión representa sólo parte de la realidad.
- Esperar propuestas como alternativas.

ACTIVIDADES

- Integración grupal.
- En rotafolio se enlista la programación de cierto canal y se determina su público en base a un manual que contenga los distintos géneros televisivos y lo que los identifica.
- A través de un video editado de cierto programa televisivo, que contenga el tema del programa, los personajes principales y los créditos.
- Jugar a la televisión con material didáctico.
- Evaluación (anexo 4).

SESIÓN IV

TEMA IV. CAMBIEMOS DE CANAL

OBJETIVO

Proporcionar información que coadyuve a la reflexión del papel que actualmente juega la televisión dentro del hogar, asimismo despertar la necesidad de analizar su programación en torno al papel que le asignan a la mujer.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proporcionar información sobre las bondades de la televisión,
- Brindar información sobre la elaboración de la programación televisiva,
- Reflexionar sobre el consumo televisivo y sus mensajes,
- Obtener propuestas como alternativas.

ACTIVIDADES

- Integración grupal
- Jugar a partir de la televisión, utilizar su creatividad
- Lluvia de ideas ¿cómo se sintieron?, ¿qué sentido utilizamos más al ver la televisión?, ¿qué sentido se utiliza menos?, ¿dónde está el consciente y el inconsciente al ver la televisión?
- Evaluación (anexo 3).

(ANEXO 1)

1. Anota el número de actos de violencia física y verbal en el programa...()
2. Menciona si los personajes femeninos reproducen los estereotipos tradicionales sobre la mujer. ()
3. La mujer ocupan un rol protagónico o secundario frente a los personajes masculinos ()
4. Cuántas mujeres aparecen como el atractivo visual, objeto sexual, ama de casa y madre ()

(ANEXO 2)

1. Lo que más me gusta de mi cuerpo es:
2. Lo que hago por cuidar mi cuerpo es:
3. Lo que aprendí se lo voy a enseñar a:
4. Lo que voy a cambiar a partir de hoy es:

(ANEXO 3)

1. Lo que más me gusta ver en televisión es:

2. Lo que veo en la televisión y lo tengo en casa es:

3. En la casa me han enseñado que la mujer debe ser:

4. La televisión me dice que la mujer debe ser:

5. Lo que aprendí se lo voy a enseñar a:

6. Lo que voy a cambiar a partir de hoy es:

(ANEXO 4)

1. Anota el número de actos de violencia física y verbal en el programa...()

2. Menciona si los personajes femeninos reproducen los estereotipos tradicionales sobre la mujer. ()

3. Cuántas mujeres ocupan un rol protagónico o secundario frente a los personajes masculinos ()

4. Cuántas mujeres aparecen como el atractivo visual, objeto sexual, ama de casa y madre ()

5. Clasifica a todos los personajes que aparecen en el programa de acuerdo a su raza (anglosajoes, negros, hispanos, asiáticos)

CONCLUSIONES

A lo largo de esta investigación partimos de la idea de instrumentar un programa que colabore en la habilitación crítica audiovisual y revalore la función social de la mujer a través de la difusión de la perspectiva de género, dirigido a mujeres que asisten al taller vivencial piloto nombrado “Quien te generó el género te dio y la televisión le ayudó”. Dicho taller pretende motivar a las amas de casa a que asuman la necesidad de participar de manera igualitaria o equitativa en el ámbito social, sin pretender llevar a cabo un proceso de competencia entre los sexos, es decir desarrollar las capacidades de cada individuo, por el simple hecho de serlo.

Asumimos la condición social de la mujer frente al hombre como inferior y vulnerable en la sociedad, esta posición se analizó a través del estudio a los siguientes cuestionamientos: ¿cuáles son las causas o situaciones que han llevado a la mujer a permanecer y asumir su condición inferior al hombre?, ¿en qué momento de la historia surgieron estas condiciones?, ¿cuál es su desarrollo?, ¿cómo la sociedad, la familia y la mujer han adoptado estas conductas?, ¿es por naturaleza que la mujer tiene menor capacidad que el hombre?

A través del estudio concluimos que el papel social de la mujer actual es el producto de la historia cultural, misma que ha asumido al sistema patriarcal como modelo de reproducción sociocultural, éste toma la figura masculina para representar y conducir a la familia y la sociedad, institucionalizando el trato discriminatorio que ha estigmatizado la condición de la mujer como un grupo inferior, situación que es justificada a partir de las características biológicas femeninas ya que su constitución física y la maternidad, es tomada como pretexto para asignarle el cuidado de los hijos y las labores del hogar, situaciones que permitieron que el otro grupo, el hombre, se reconociera como protector y proveedor de las necesidades familiares, de este modo fue desarrollando sus capacidades para satisfacer las necesidades familiares y sociales, condición que fue asumida por el sexo femenino para la educación y reproducción de conductas en los hijos.

A través de esta investigación, afirmamos que no existe argumento biológico para justificar la condición social de desigualdad de la mujer, pues las características

biológicas de cada sexo no limitan el desarrollo de uno sobre el otro, estas características, deben ser respetadas bajo la premisa de respetar las desigualdades y no discriminar las diferencias sexuales, diferencias que son resaltadas por la sociedad para designar el género a cada individuo estereotipando las conductas de hombres y mujeres por el simple hecho de poseer pene o vagina, de esta manera, el individuo asume su género, a partir de su sexo, para ser femenino y masculino.

Esta condición es transmitida por la familia, primera institución socializadora del individuo, que educa a través del juego, el lenguaje, los valores, etc. Situación que se ve reflejada en las ocupaciones y preocupaciones de cada sexo.

De esta manera, consideramos la perspectiva de género como la mejor alternativa para el análisis crítico que conlleve la reconstrucción de estereotipos en función del sexo, valorar al ser humano por ser persona, con cuerpo de mujer o hombre, análisis que se lleva a cabo desde la mujer, pues es la primera reproductora de estereotipos de género al estar al cuidado y educación de los hijos, de la misma manera debe asumir con convicción para dejar de pertenecer a la parte victimaria, receptora, dependiente y participar activamente en la reproducción de actitudes que modifiquen el sistema patriarcal hasta llegar a reconocerla socialmente.

Cabe destacar que al inicio de esta investigación hablábamos de mujeres que viven en colonias con altos índices de marginalidad y debido a su nivel educativo, sus ocupaciones, y su medio, no reconocen la forma en que son diferenciadas del sexo masculino, y más aun no son conscientes de los mensajes que emite la televisión, sin embargo la problemática discriminatoria de la mujer, no es asunto de grado de marginalidad, esta es una condición que no está limitada, por la clase social, el nivel educativo, el estado civil, el lugar donde vives, es una condición que vivimos las mujeres, por ser el producto de la historia, por la presencia activa de experiencias pasadas, por nuestra forma de percibir el mundo y pensar como mujeres, acciones que tienden a garantizar la conformidad de prácticas y su constancia en el transcurso del tiempo.

Reconocemos que a lo largo de la historia el rol femenino se ha ido transformando con la finalidad de mejorar las condiciones sociales, sin lograr la igualdad sexual, pues aún se mantiene y refuerza el estereotipo para cada sexo.

Ante esta condición afirmamos que existen instituciones sociales que refuerzan los estereotipos de género tal es el caso de la televisión, encargada entre muchas cosas en reproducir el orden social establecido difundiendo en forma de entretenimiento el comportamiento asignado para cada sexo, estereotipando por mucho las conductas, agregando un poco de ficción que atraiga la atención del espectador por medio del morbo y el amarillismo, utilizando la imagen de la mujer como objeto sexual y como medio de consumo, ante esto la sociedad actúa de manera pasiva como consumidora de mensajes estructurados de tal manera que atraen la atención del público, de esta forma concluimos que las instituciones legitiman y refuerzan las situaciones de desigualdad entre los sexos, incluida la televisión pues es de gran impacto en la sociedad y es tomada como una forma de entretenimiento.

Es necesario crear una actitud crítica y reflexiva ante los mensajes que día a día se transmiten, pues la emisión de mensajes cargados de violencia simbólica, desvalorización y ofensa hacia el papel social de la mujer, subestiman la integridad de la misma, exponen y utilizan el cuerpo femenino como asexuado hacia la morbosidad, reproducen patrones de conducta que mantienen la iniquidad de género. Todo esto porque quien produce los comerciales y anuncios publicitarios saben que la mejor manera de llegar al público en general es a través de la imagen sexual de la mujer anglosajona impuesto por empresas transnacionales y asumido por el público en general, sobre todo por considerar a la mujer como la principal consumidora de productos para solucionar problemáticas de todo tipo, por esta razón asumimos la alfabetización audiovisual como acción mediadora entre el individuo y la televisión, sin dejar de considerar las mediaciones individuales e institucionales de cada individuo, al considerarlas se actúa de manera empática, entre los individuos y la televisión.

Al inicio de esta investigación partimos de la idea de ver a la televisión como fuente de enajenación o como medio de entretenimiento al no querer reconocer sus bondades; ahora reconocemos que puede ser utilizada como medio didáctico, para enriquecer las actividades en el proceso de enseñanza–aprendizaje, dándole gran valor por ser un medio de entretenimiento al que la mayoría de la población esta

acostumbrado, esto se ve reflejado, al no oponerse ante el medio, y al utilizarlo de forma educativa, situación acompañada a la transmisión y recepción mensajes del medio audiovisual, pues no es discriminatorio a la condición social de determinado grupo, éste no tiene límite, rebasa las características personales de cada mujer.

A partir de el análisis del papel social de la mujer, y el estudio del medio audiovisual, se diseñó la intervención pedagógica de la aplicación del taller-vivencial-piloto, programado para 4 sesiones de 60 minutos cada uno, éste se llevó a cabo siendo la primera sesión el día 7 de febrero del año 2005, el punto de reunión fue el CDC “Villa Panamericana”, las mujeres asistieron a partir de una invitación vía telefónica, a la que asistieron 16 personas de las 20 que se convocaron. De primera impresión nos encontramos con una respuesta positiva en cuanto asistencia y participación, el desarrollo de esta sesión fue optimista pues las inquietudes afloraban en cada comentario, confirmamos que estas mujeres son devaluadas y más aún se sienten menores a la figura masculina, reconocen que es cuestión de educación familiar y que sin quererlo la reproducen con sus hijos pues ellas mismas hacen la diferencia entre los niños y las niñas.

La primera sesión se llevó a cabo con gran éxito, esto fue motivo de inquietudes e interés por parte de las asistentes, sin embargo, a partir de la segunda sesión, las políticas del lugar donde se llevaban a cabo las reuniones no hicieron posible que se continuara el taller, pues era prioritario el trabajo del personal en otros intereses, disposiciones que imposibilitaron el término del taller, situación que desconcertó a las amas de casa, insistentes en que el taller continuara y renuentes a que acudiéramos a reunirnos en otro lugar, por ser de su facilidad y menor gasto. El taller hasta la fecha no ha continuado, por situaciones políticas de la institución, de esta manera reconocemos que algunas instituciones que pretenden trabajar por la sociedad se limitan a reportar estadísticas y números, sin importar las necesidades e inquietudes de la población, dejando a un lado la reconstrucción del tejido social, por el apoyo de campañas políticas. Ante esta situación, es de nuestro interés continuar con el taller y difundirlo en otros lugares, pues concluimos que es posible llevar a cabo un taller vivencial piloto que sensibilice a las mujeres a partir de la difusión de la perspectiva de género, como una forma de reconstrucción social, apoyado por el

análisis de los mensajes televisivos que refuerzan las conductas de género, basadas en el sistema patriarcal que fortifican la condición de desigualdad de la mujer frente al hombre, de esta manera llevamos a cabo acciones que inician con la posición analítica hasta actuar dentro de lo posible. Pues la investigación educativa bajo la perspectiva socioeducativa tienen como inquietud el deseo y la necesidad de actuar dentro de los límites de lo posible. Es posible utilizar las bondades de la televisión como medio educativo para difundir la perspectiva de género y construir nuevas formas de convivencia social basadas en el respeto a las desigualdades y no-discriminación a las diferencias sexuales.

FUENTES

- A. Efimov I, Galkine L., Zoubok y otros, *Historia moderna (1642 – 1918)*, enlace Grijalbo, México, 1964.
- Academia de historia plantel oriente del Colegio de Ciencias y Humanidades, *De espartaco al ché y de Nerón a nixon*, Pueblo Nuevo, México, 1973.
- Aparici, Roberto, *Curso de educación para los medios*, SEP/UPN, México, 1994.
- Blanco Figueroa, Francisco, *Mujeres mexicanas del siglo XX, La otra resolución*, Edicol S.A. de C.V., México, 2001.
- Booth, Chris, Darke, Jane, Yeandle, Susan, *La vida de las mujeres en las ciudades*, Narcea, S.A., Madrid, 1998.
- Bourdieu en Lamas Marta, *Cuerpo: Diferencia sexual y género*, Taurus, México, 2002.
- Comunicación y Sociedad, Revista 29, Enero - Abril 1997.
- Contracara del discurso feminista, semanario de la UAM, vol. X, no. 26, México, D.F., marzo 2004.
- Corenstein Zalsav, Martha, *Maestría en Tecnología Educativa: modulo: Investigación Educativa: Unidad 4*, ILCE, México, 1992.
- Charles Creel, Mercedes y Orozco Gómez, Guillermo, *Educación para la recepción: Hacia una lectura crítica de los medios*, Trillas, México, 1990.
- Eli P, Donald, *La educación en materia de comunicación*, UNESCO, Francia, París, 1984.
- Enciclopedia Encarta, Microsoft Corporación, 2002.
- Erickson, Susan, Wohl, John P., *Fundamentos de la inteligencia*, Pax México, D. F., 1999.
- Escudero, María Teresa, *Curso de Educación para los medios, Fascículo 2 LENGUAJES*, SEP/UPN, México, 1994.
- Fernández A, Blas G, *Revista comunicación, Estudios venezolanos de comunicación, tercer trimestre N° 103*, Centro Gumill, 1998.

- Ferro Calabrese, Cora, *Primeros pasos en la teoría sexo – género, Emas*.1998.
- Género y Salud en cifras, vol. 1, No. 2, mayo – agosto 2003.
- Género y Salud en cifras, vol. 1, No. 3, septiembre – diciembre 2003.
- Gómez Palacio y Campos, Carlos, *Comunicación y educación en la era digital*, México, D.F., Diana, 1998.
- González, De Jesús, Felipe, *LA REVISTA*, El Universal multimedia, México, Semana del 21 al 27 de Febrero de 2005.
- González Treviño, Jorge E., *Televisión teoría y práctica*, Alhambra, Universidad, México, 1988.
- Green, Rosario, *La promoción y protección de los derechos humanos en el ámbito internacional*, Academia Mexicana de Derechos Humanos, México, D.F.1999.
- Grossgerge, Anderson, *La mujer ni objeto ni símbolo*, Posada, México, 1975.
- Gutiérrez González, Mónica y Villarreal Barocio, Mítrala, *Manual de producción para tv, Géneros, lenguaje, equipo, técnicas*, Trillas, México, 1999.
- Gutiérrez Zuluaga, Isabel, *Historia de la educación*, Narcea de ediciones, Madrid, 1972.
- Hans Graber, Gustavo, *Psicología profunda de la mujer*, Aguilar ediciones, España, 1973.
- Hyde, Janet Sh., *Psicología de la mujer, la otra mitad de la experiencia humana*, Morata, Madrid, 1995.
- Lagarde, Marcela, *Los cautiverios de las mujeres : Madresposas, monjas, putas, presas y locas*, UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, Coordinación de Estudios de Posgrado, México, 1993.
- Lagarde, Marcela, *Genero y feminismo:desarrollo humano y democracia*, Cuadernos inacabados; 25, Horas y Horas, Madrid, 1996.
- Lamas, Marta, *Política y reproducción : aborto : la frontera del derecho a decidir*, México, Plaza & Janes, 2001.
- Lamas, Marta, *Cuerpo: Diferencia sexual y género*, Taurus, México, 2002.
- Limon Orozco, Saul, *Biología 2*, Ediciones Castillo S.A. de C.V., México, Monterrey, Nuevo León, 1999.

- Lozano Rendón, José Carlos, *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Alambra Mexicana, México.1996.
- M.Kay Martín y Barbara Voorhies, *La mujer un enfoque antropológico*, Anagrama, Barcelona, 1978.
- Mancillas, Celia, *Revista Mexicana trimestral de Psicología y Desarrollo Humano Prometeo fuego para el propio conocimiento*, No. 26, 2003.
- Martínez Zarandona, Irene, *Tecnología y comunicación educativas año 13 núm. 29*, ILCE, enero – junio, México, 1994.
- Martínez Zarandona, Irene, *Uso pedagógico de la televisión*, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, México, 1999.
- Martínez Zarandona, Irene, *Curso de Educación para los medios, Fascículo 7 ALFABETIZACIÓN AUDIOVISUAL*, SEP/UPN, México, 1994.
- Meléndez Crespo, Ana, *Perfiles educativos N° 5, CISE, UNAM, abril – mayo, México, 1984.*
- Meléndez Crespo, Ana, *La TV no es como la pintan, :rutinas, moldes, discursos y programas*, Trillas, México, 2001.
- Mizrahi, Liliana, *La mujer transgresora acerca del cambio y la ambivalencia*, Gp. Editorial Latinoamericano, México,1987.
- Muñoz Luna, Rene, *Talleres vivenciales*,. Tesis, UPN, México, D. F., 1999.
- Pasquali, Antonio, *Comprender la comunicación*, Monte Avila Editores, Caracas Venezuela, 1974.
- Peñaflor Valdés , Neftali E., Rivero López, Luis Miguel, Rodríguez García, Nestor A., *Manual de producción de televisión*, Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa, México, 1995.
- Prieto Castillo, Daniel, *Diseño y Comunicación, Ediciones Coyoacan, México, 1994.*
- Primer congreso feminista de Yucatán en www.mdemujer.org.mx/historia/s-xx/historia.htm
- Reed, Evelyn, *La evolución de la mujer, del clan matriarcal a la familia patriarcal*, Fontamara, Barcelona, 1980.
- Ronquillo, Víctor, *Las muertas de Juárez*, Planeta mexicana, México, D.F.1999.

- Saintout, Florencia, *Espacios de comunicación 3*, UIA, México, 1998.
- Salles, Vania, Mc Phail, Elsie, *Textos y pretextos, once estudios sobre la mujer*, Colegio de México, México, 1987.
- Sarramona, Jaume, *Fundamentos de educación*, España ediciones CEAC, Barcelona, 1997.
- Urrutia, Elena, *Imagen y realidad de la mujer*, Sepsetentas, México, 1975.
- Vera Ocampo, Silvia, *Los roles femenino y masculino ¿Condicionamiento o biología?*, Grupo editor latinoamericano, colección controversia, Argentina, 1987.
- Wright, Charles R, *Comunicación de masas, Una perspectiva sociológica*, Paidós, Buenos Aires 1978.
- www.comunicacionypractica.com/Empieza%20Hoy/reportaje%20Mafer.htm
- www.inmujer.df.gon.mx/tem_interes/medios/mcomyeste.html
- www.laneta.apc.org/telemania/bo110_art3.html
- www.mdemujer.org.mx/historia/s-xix/historia
- www.nodo50.org/doneselx/masscast.htm
- www.pino.pntic.mec.es/recursos/infantil/salud/autoestima.htm
- www.punksunidos.com.ar/salud/placer/cristianismo.html
- www.revistadel sur.org.uy/revista.111-112/Libro.html
- www.un.org/esa/gopher-data/conf/fece/off/platesp/9520p4.sp
- www.un.org/spanish/conferences/mujer.htm