

**UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA**

Estudios de Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial  
del 3 de abril de 1981



Análisis de la recepción televisiva y construcción de ciudadanía.  
La mediación institucional del programa PROSPERA en mujeres de  
la localidad San Cristóbal Texcalucan, Huixquilucan, Estado de  
México

**TESIS**

Que para obtener el grado de  
**MAESTRA EN COMUNICACIÓN**

Presenta  
**KARLA MELGOZA RODRÍGUEZ**

Directora  
Dra. Maricela Portillo  
Lectores: Dra. Sandra Vera Zambrano  
Dr. Jerónimo Repoll

## ÍNDICE

<b>Introducción</b> .....	5
<b>Capítulo 1</b>	
<b>1. Estado del Arte y Marco Teórico</b> .....	13
<b>1.1. Estado del Arte</b> .....	14
<i>1.1.1. La Recepción en América latina</i> .....	14
<i>1.1.2. La Telenovela en la Construcción Ciudadana y de Audiencia</i> .....	17
<b>1.2. Marco Teórico</b> .....	25
<i>1.2.1. Mediaciones de Jesús Martín Barbero</i> .....	25
<i>1.2.2. Multimediaciones y Televidencias de Guillermo Orozco</i> .....	28
<i>1.2.3. Teorías sobre Ciudadanía</i> .....	34
<i>1.2.4. Teorías de Género</i> .....	35
<i>1.2.5. Ciudadanía y Género</i> .....	38
<i>1.2.6. Audiencia y Género</i> .....	41
<b>Capítulo 2</b>	
<b>2. Programa PROSPERA</b> .....	44
<i>2.1. La localidad de San Crisóbal Texcalucan, Estado de México</i> .....	46
<i>2.2. PROSPERA en Gobierno Tricolor</i> .....	49
<i>2.3. La transición al Neoliberalismo y el inicio de PROSPERA</i> .....	53
<i>2.4. La crisis de Zedillo y un intento de PROGRESA</i> .....	55
<i>2.5. El fin de la dictadura Priísta y más OPORTUNIDADES</i> .....	57
<i>2.6. Un Sexenio muy violento, pero continúan las OPORTUNIDADES</i> .....	59

<b>2.7. ¿Mejoraron las condiciones de vida de las beneficiarias durante el periodo 1998-2018</b> .....	60
<b>2.8. El viraje a la Izquierda</b> .....	61
<b>2.9. ¿Qué sigue después de PROSPERA?</b> .....	63
<b>2.10. Conclusiones de este capítulo</b> .....	64

### **Capítulo 3**

<b>2. Metodología/ Diseño de investigación</b> .....	66
<b>2.1. Metodología</b> .....	67
<b>2.2. Técnicas de Investigación</b> .....	68
<b>2.3. Fases de la investigación</b> .....	69
<b>2.4. Procesamiento de la Información</b> .....	71

### **Capítulo 4**

<b>4. Análisis de Resultados</b> .....	73
<b>4.1. Datos Biográficos y Socio-Demográficos</b> .....	74
<b>4.2. Mujeres frente a Pantallas Televisivas</b> .....	79
<b>4.3. Vida Cotidiana</b> .....	86
<b>4.4. Recepción Televisiva</b> .....	90
<b>4.5. Ciudadanía</b> .....	98
<b>4.6. Resultados Preliminares</b> .....	110

**Capítulo 5**

<b>5. Conclusiones</b> .....	113
<b>5.1. Revisión de Hipótesis</b> .....	120
<b>5.2. Rutas por Explorar</b> .....	121
<b>6. Bibliografía</b> .....	124
<b>7. Anexos</b> .....	134

## *Introducción*

La presente investigación analiza la recepción de mensajes que llevan a cabo las mujeres ex-beneficiarias del programa de desarrollo social PROSPERA<sup>1</sup> (ya eliminado por el gobierno actual); tomando en cuenta los aportes, funcionamiento y cumplimiento de objetivos del mismo, así como otras mediaciones, con el principal objetivo de identificar la influencia que este tuvo y tiene, durante el proceso de construcción ciudadana y cómo ser audiencia de estas señoras.

Con ello se pretendió aportar conocimiento adicional y útil para futuras investigaciones sobre los procesos de recepción y apropiación de contenido televisivo, y de las diversas mediaciones que atraviesan a estas mujeres durante su proceso de construcción como audiencia y ciudadanía. Asimismo, se indagó en la operación, funcionamiento y resultados del programa para servir como referencia en la aplicación y efectividad de nuevos programas sociales.

El grupo de estudio son mujeres ex-beneficiarias del programa PROSPERA pertenecientes a la comunidad de San Cristóbal Texcalucan, Huixquilucan, Estado de México, de clase social baja. Algunas de ellas apenas cubren sus necesidades básicas; otras, aunque cuentan con un hogar propio y tienen cubiertos otros aspectos sociales, en general se encuentran en un contexto de carencia. Sin embargo, es necesario también, aplicar el mismo estudio a mujeres que no pertenecieron al PROSPERA ya que de esta forma se podrán comparar las respuestas de ambos grupos para identificar si existen notables diferencias entre las que fueron parte y las que no, del programa social.

Como instrumentos de trabajo, en la parte cuantitativa del estudio, se aplicó un sondeo mediante 50 cuestionarios a estas mujeres que pertenecieron o no al programa; mientras que en la parte cualitativa se aplicaron 50 entrevistas a otro grupo de mujeres que también pertenecieron o no al mismo, para observar si existe la diferencia antes mencionada.

La lucha contra la marginación no ha sido exitosa, y particularmente la relegación femenina se sigue produciendo y reproduciendo a través de diversas instituciones, como las de gobierno, o mediante programas mediáticos como las telenovelas (Barriendos, 2011).

---

<sup>1</sup> PROSPERA fue un programa de la antes Secretaría de Desarrollo Social el cual, a través de dos esquemas: con corresponsabilidad y sin corresponsabilidad, otorga recursos a casi 7 millones de familias mexicanas para fortalecer su alimentación, salud y educación; también vincula a las personas beneficiarias con proyectos productivos, opciones laborales y servicios financieros. Su finalidad es disminuir desigualdades y propiciar un terreno en el que se logren ciudadanas activas, críticas e informadas, hoy día este programa fue disuelto por la actual administración del presidente Andrés Manuel López Obrador) (Reglas de Operación PROSPERA. Programa de Inclusión Social 2016).

Durante el Sexto Informe de Gobierno de Peña Nieto el 1 de septiembre de 2018 se reveló que, a esa fecha, hubo un incremento en el rubro de la pobreza: el ex -presidente Enrique Peña Nieto recibió en 2012 un país con 56.1 millones de personas que padecían alguna insuficiencia de índole alimentaria, educativa, de salud, vestido, seguridad social y/u hogar, y entregó en 2016 (última fecha que reporta) una cifra elevada a 59.3 millones de personas con carencias.

Ello hace evidente que la pobreza en México se incrementó durante su administración: se añadieron 3.2 millones de personas con carencias básicas, de acuerdo con los anexos legitimados por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. En este sentido se afirma que, en un panorama general, los programas sociales como PROSPERA, con cobertura de 34.1 millones de familias, distribuidas en 113 mil 586 localidades de 2 mil 457 municipios y 16 alcaldías de las 32 entidades, no lograron cumplir sus objetivos, lo que arrojó un resultado total de 68.4 millones de mexicanos en situación de pobreza, lo que equivale a que 6 de cada 10 no cuentan con seguridad social, pensiones o demás necesidades que les permitan gozar de una vida digna (Sexto Informe de Gobierno, 2018).

El género forma parte esencial de la organización social, y en el sistema actual esta categoría ha tomado fuerte importancia y visibilidad. Tanto la clase social como el género son dos aspectos importantes relacionados con el programa PROSPERA, por lo que es pertinente estudiarlos detenidamente como parte del contexto de mediaciones que construyen la ciudadanía de las mujeres implicadas, ya que influyen directamente en el proceso de recepción de contenidos televisivos.

Lo que se buscó con este estudio fue conocer la forma en que estas mujeres ex -beneficiarias del programa PROSPERA perciben los mensajes del mismo, saber la manera en que las afecta durante su cotidianidad, así como en los distintos rubros que toca el programa en lo individual. Observar la forma en que ha cambiado su vida desde su incorporación y los mensajes que reciben a través de otros medios, como la televisión o Internet.

Se tiene la creencia de que en la actualidad la televisión es un medio que se utiliza poco, y que por ello no posee la importancia que tenía antes; sin embargo, aún se encuentra dentro de los medios más vistos (datos probatorios en la sección cuantitativa), específicamente por la audiencia objeto de esta investigación: mujeres de clase social baja, ya que al ser un medio tradicional es el principal o uno de los principales instrumentos de comunicación e información para mantenerse al tanto de los acontecimientos sociales. Este segmento de audiencia no tiene, por lo general, facilidad de acceso a Internet, al no contar con los recursos económicos para ello (Velázquez, 1999).

La televisión juega un papel relevante en el proceso de construcción de identidad de la audiencia, tanto en lo individual como más allá de ella: dentro del rol familiar y social (televidencia de segundo orden).<sup>2</sup> Thomas Tufte (2007) habla de “edumentretenimiento”, una forma alternativa que amalgama el entretenimiento con la educación utilizando los ya conocidos medios masivos de comunicación (televisión, radio, cine, teatro, etc.).

Los estudios de recepción se enfocan en conocer y analizar lo que ve la gente; como menciona Martín Barbero (2008), los usos que le da al contenido, así como las lógicas de la narración y el sentido que se dará a los mensajes. En el proceso de comunicación son importantes tanto el emisor como el medio y el receptor; los tres elementos forman parte fundamental del proceso de comunicación.

Según Martín Barbero (2008) se entabla una relación entre los medios y la audiencia, su vida cotidiana y la sociedad, como estructura de producción desde dónde se negocia con los contenidos. La mediación es un proceso que dirige la interacción de las audiencias y les permite dotar de sentido a los mensajes mediáticos con los que entran en contacto.

No es posible estudiar la recepción de audiencias desde una concepción basada únicamente en los efectos: pensar que el receptor recibe pasivamente el mensaje y asumir que se sabe lo que pasará con él si se conoce quiénes son los dueños de los medios es un error. Se debe enfocar en la gente, ya que la comunicación se da precisamente a partir de los individuos, de ahí surge precisamente el concepto de mediación. Lo que caracteriza al estudio de la recepción es que incluye un análisis empírico comparativo entre los discursos mediáticos y los de la audiencia, así como de la estructura de los contenidos y las respuestas que el receptor genera a partir su interacción con ellos.

Orozco (2001) menciona que lo importante al momento de transmitir un mensaje no es lo que *se espera* que se haga con él, sino lo que la audiencia *realmente hace* (televidencia de segundo orden) y cuyos resultados son interpretados con referencia al sistema sociocultural en el que se decodifican los textos comunicacionales en determinadas circunstancias sociales, culturales y en la forma en que se interpretan subjetivamente dichas circunstancias. Establece

---

<sup>2</sup> Televidencia de primer orden: También llamada directa o primaria, se da frente al televisor, cuando los sujetos interactúan con los referentes televisivos y pueden apropiárselos, resistirlos o incluso contestarlos, con o sin la concurrencia de otros sujetos. La televidencia de primer orden es un proceso inicial y distintivo, susceptible a mediaciones situacionales, resultante de decisiones o intuiciones previas, de estrategias y ritualidades televisivas construidas y de varias otras mediaciones anteriores al momento de estar frente al televisor (Orozco, 2010).

Las televidencias de segundo orden tienen su origen más allá del televisor, esto después de haber visto algún referente televisivo y llevarlo a otros contextos y con otros sujetos. Pueden darse en cualquier tipo de escenario siempre y cuando exista el contacto del sujeto-audiencia con el referente televisivo; dicho contacto puede ser directo, indirecto, media, mediato, cognoscitivo o sensorial, simbólico, explícito o tácito. Es decir, el sujeto-audiencia reproduce, renegocia y recrea en escenarios diferentes y en tiempos diferentes los referentes televisivos (Orozco, 2010).

un sistema de mediaciones que se explicarán más adelante: mediación institucional, cognoscitiva, situacional o de referencia, de cultura y video-tecnológica.

La audiencia entabla relación con el medio de manera directa, indirecta o diferida. Se da entonces la interacción mediada desde diversas instancias cuyo resultado son negociaciones y apropiaciones que van desde la reproducción del mensaje hasta la resistencia y respuesta al mismo. Estas interacciones entre el sujeto y el contenido mediático llevan el nombre de televidencia, según lo expuesto por Orozco, e implican diversas actividades que se realizan al estar expuesto a la televisión, tales como: ver, percibir, sentir, gustar, pensar, etc. Se pueden realizar de manera consciente o inconsciente. La televidencia se clasifica en televidencia de primer y segundo orden.

Como ya se mencionó, las mujeres de esta muestra son madres de familia, algunas solteras o cabezas de familia, por lo que tienen que trabajar para mantener a sus hijos, pero a su vez cumplir con las corresponsabilidades que les exigía el programa, lo que en ocasiones ponía en peligro su trabajo forzándolas a elegir entre uno u otro. Esta circunstancia las orillaba a permanecer en situación de pobreza, así como a creer que su rol es únicamente al interior del hogar como amas de casa, información que en muchas ocasiones se refuerza con los contenidos de la televisión, medio que tienen más a su alcance y al cual otorgan credibilidad, ya que les permite estar al tanto de lo que sucede en su ciudad, su país y el mundo (Velázquez, 1999).

Este estudio no se enfocó únicamente en conocer de forma aislada el efecto que pudiera o no tener la mediación institucional<sup>3</sup> del programa PROSPERA sobre sus ex -beneficiarias de la mano de las demás mediaciones<sup>4</sup>, sino como ya se dijo, hacer el análisis mediante el proceso de construcción de ciudadanía<sup>5</sup> y de ser audiencias<sup>6</sup> a partir del proceso de recepción y apropiación de contenidos televisivos y demás mediaciones. Se tiene el supuesto de que, basado en sus reglas de operación y objetivo del programa, este debería propiciar en las ex -beneficiarias una tendencia a ser más selectivas en la preferencia de contenidos televisivos, así como a ser más críticas y reflexivas respecto a los mismos a partir de la información que les proporciona.

---

<sup>3</sup> Mediación institucional: La agenda de los individuos está mediada por las diferentes instituciones en las que se desenvuelve su vida cotidiana, y cada institución crea a su vez su propia subcultura a través de la cual produce su mediación. Las instituciones utilizan diversos recursos para implementar su mediación.

<sup>4</sup> Mediación: Proceso estructurante que configura y orienta la interacción de las audiencias y cuyo resultado es el otorgamiento de sentido por parte de éstas a los referentes mediáticos con los que interactúan.

<sup>5</sup> El concepto de ciudadano permite definir a un miembro de una comunidad, el cual se introduce en un sistema de Estado-Nación cuyas instituciones velan por el cumplimiento de los derechos y obligaciones de sus habitantes, ya sean nacionales o extranjeros (Lechner, 2000 en Padilla, 2012).

<sup>6</sup> Audiencia: Conjunto de sujetos sociales segmentado por sus interacciones mediáticas, en dónde no dejan de ser lo que son mientras entablan alguna relación con referente televisivo, ya sea directa, indirecta o diferida.



Se analizó la efectividad o ausencia de ésta, en el funcionamiento que tuvo PROSPERA para vislumbrar si realmente logró sus objetivos referentes a capacitar y educar a sus beneficiarias volviéndolas buenas ciudadanas, al brindarles mejores oportunidades de vida.

Uno de los problemas más graves de los programas sociales es que no cumplen la función de combatir la desigualdad y la pobreza, sino que realizan una función meramente asistencialista. Como se sabe, el PIB es el resultado de dividir la producción de un país entre su población, y la renta per cápita es la que determina el bienestar social de la misma; el problema está en ignorar el hecho de que para poder medir el bienestar de una nación se debe tomar en cuenta la desigualdad de ingresos y la distribución de la riqueza (Bauman, 2011).

Por el contrario, el modelo enfocado en las necesidades básicas se centra en las oportunidades de vida pero definiendo las necesidades a partir de la oferta de bienes y servicios, lo que las vuelve más dependientes. Esta propuesta se conjuga con la noción de Amartya Sen (1989) sobre la libertad de que deben gozar las personas para escoger su forma de vida. El estudio permite dar importancia a la centralidad de los individuos, ya que busca trabajar en un ambiente democrático con mayor calidad de vida.

Fue vital conocer si a partir de la formación que el programa les ha brindado son o no más críticas, selectivas y por tanto participativas con los mensajes que reciben durante su formación como ciudadanas. Verificar esta información permite elaborar una propuesta orientada a lograr un país con ciudadanos/as activos/as y participativos/as es posible encaminarse en la ruta hacia un Estado social de bienestar que beneficie a todos.

Ahora bien, para estudiar el impacto que tienen las mediaciones, especialmente la de PROSPERA, durante su proceso de recepción de contenidos, se establecieron las siguientes preguntas:

### ***General***

¿Cómo influye PROSPERA como mediación institucional, en la construcción como audiencias y ciudadanas de mujeres ex -beneficiarias de este programa?

### ***Específicas***

- ¿Qué características presenta la recepción televisiva de estas mujeres?
- ¿Qué otras mediaciones intervienen en la recepción de las mujeres ex -beneficiarias de PROSPERA?

- ¿Cuáles son las características principales de las mujeres ex -beneficiarias de PROSPERA?
- ¿Qué características presentan las prácticas ciudadanas de las ex -beneficiarias de PROSPERA?
- ¿Qué diferencias existen en la percepción como ciudadanas de las mujeres ex - beneficiarias de PROSPERA en relación con las que no gozaron del programa?

Con estas preguntas de investigación se buscó confirmar la hipótesis del presente trabajo, la cual sostiene que la presencia de la mediación institucional del programa PROSPERA propició que las ex -beneficiarias de la colonia San Cristóbal Texcalucan, Huixquilucan, Estado de México, sean más activas y críticas en su proceso de construcción de audiencia y ciudadanía a partir de la recepción de contenidos televisivos y demás mediaciones, principalmente la del programa, en comparación con aquellas mujeres que no pertenecen a él. Para llegar a esa conclusión fue necesario tomar en consideración los siguientes aspectos:

- La recepción televisiva de las ex -beneficiarias de PROSPERA es más crítica en relación con las que no están inscritas en él, debido a la información previa que reciben en las pláticas a las que asisten como parte de sus responsabilidades
- El programa PROSPERA influye en la selección de contenidos televisivos por parte de las ex -beneficiarias a partir de la información que reciben del mismo, la cual fomenta una cultura de la información tendiente a promover que se mantengan al tanto de los acontecimientos que ocurren en su ciudad y país.
- El programa PROSPERA aporta elementos de información suficientes en cuanto a temas de salud, educación y alimentación como parte de su funcionamiento y propicia que sus beneficiarias se construyan como ciudadanas; esto con base en el cumplimiento de su principal objetivo: generar ciudadanas más preparadas e informadas que puedan lograr mejor calidad y oportunidades de vida.
- Las ex -beneficiarias del programa PROSPERA tienen una participación política más activa dentro de su comunidad comparadas con aquellas que no cuentan con él, ya que el mismo las mantiene inmersas en procesos políticos y gubernamentales que involucran al programa, así como su participación en eventos de gobierno.

Dada la posibilidad de que, una vez concluida la investigación, los resultados no comprobaran la hipótesis, fue necesario plantear una hipótesis alterna, la cual sostiene que la pertenencia al programa PROSPERA no influyera de manera relevante en el proceso de

construcción como audiencias y ciudadanas de las mujeres ex -beneficiarias, sino que su influencia sean otras mediaciones institucionales.

La presente investigación consta de 4 capítulos. En el capítulo I se realiza una revisión sobre algunos estudios que han abordado directamente los temas que nos competen en este trabajo como son: la recepción de audiencias, el género enfocado en gobierno y medios de comunicación, así como la construcción de audiencia y ciudadanía, éstos tomados de diversos autores como Rebeca Padilla, Ana Uribe y Aimé Vega, entre algunas otras, para observar las aproximaciones que se han realizado respecto a estos temas que se van a retomar y los enfoques que se han dado a los mismos, lo que nos permitió establecer una postura más clara en nuestro análisis. Se utilizan las teorías sobre mediaciones de Martín Barbero, retomada por Orozco, así como la teoría de las televidencias del mismo. Sobre esta línea se abordarán las teorías de ciudadanía y de género que permitan argumentar lo que se pretende probar en este estudio.

En el capítulo 2 se expone de forma más detallada el contexto en el que viven las mujeres muestra de este análisis, siendo esta la Comunidad San Cristóbal Texcalucan, Huixquilucan, Estado de México, lugar donde se aplicaron los instrumentos de investigación. De igual forma se hace una aproximación a los aspectos más relevantes de cada gobierno desde la creación del programa PROSPERA durante el gobierno de Salinas, hasta la eliminación del mismo, que se dio con el gobierno en turno. Se muestra la historia del ahora disuelto programa, sus objetivos y reglas de operación, así como los resultados logrados hasta el fin del sexenio del 2018, según datos del sexto Informe de Gobierno del ex-presidente Enrique Peña Nieto (2018). Se expone el panorama que queda en la comunidad y para con sus ex beneficiarias después de su disolución del programa, y los planes que se tienen a futuro respecto al mismo.

En el capítulo 3 se muestra la metodología empleada en la investigación. Se explican brevemente las técnicas cuantitativa y cualitativa, aplicadas mediante cuestionarios y entrevistas; de igual forma, se expone el tipo de muestra empleada y el contexto en el que se encuentra, los instrumentos utilizados, así como las fases que tuvo el procedimiento de obtención de la información y el procesamiento de la misma.

En los capítulos 4 y 5 se presentan los resultados de los 50 cuestionarios y 50 entrevistas aplicadas y enfocadas en el discurso de cada mujer que permitan vislumbrar el proceso de recepción de información que tienen por la intervención de diversas mediaciones que las atraviesan. De igual forma, se buscó obtener de sus respuestas, el procedimiento que realizan para formar y consolidar su noción de cómo ser ciudadanas y audiencias a partir de la información que reciben de diversas fuentes, de acuerdo a la teoría de las mediaciones y de recepción de audiencias, que a continuación se explicarán con mayor detenimiento, pero que

explican principalmente que los individuos no reciben la información en blanco, sino que tienen ya cierta postura ante las cosas de acuerdo al contexto en el que se encuentren y se desenvuelvan, de la misma manera que lo hace el contexto aunado a la personalidad de cada uno, determinando la forma en que la información se va a recibir. Se concluye evaluando si se logró alcanzar los objetivos planteados al inicio de la investigación y si se comprueba o refuta la hipótesis propuesta. Se hace un breve abordaje de los de los campos potenciales para explorar a partir de los resultados obtenidos en este estudio

## **Estado del Arte y Marco Teórico**

## *1. Estado del Arte*

### *1.1.1. La Recepción en América Latina*

El presente estudio, como ya se mencionó, se centra en el tema de recepción de audiencias, (sin dejar de lado que los estudios que engloban al emisor y el medio son igualmente importantes para los estudios de comunicación) el cual ha sido relevante para la investigación en América Latina y en México específicamente, desde la década de los 80. Este campo permite aportar conocimiento importante para entender la forma en que se da la interacción de la audiencia con los medios y los contenidos televisivos, situación que se pretende analizar aplicado a una muestra específica en un contexto determinado.

Para entender dicho proceso se rescatan a lo largo de este capítulo investigaciones previas referentes a los temas pertinentes al presente estudio, para poder vislumbrar la forma en que se han hecho esos análisis, desde que ámbitos se han abordado y cómo se aplicaron los instrumentos metodológicos, así como los resultados y conocimiento nuevo que se ha obtenido de ellos. De igual forma se retoman las teorías que van a sustentar esta investigación y en la que se basa la misma, desarrollando los argumentos principales que permiten respaldar la hipótesis y las preguntas ya presentadas anteriormente.

Autores como Guillermo Orozco, Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini, entre otros, han realizado grandes aportaciones al tema de recepción en Latinoamérica. Sus teorías y conceptos permiten comprender con mayor claridad la forma en que se da el proceso de recepción, así como el contexto y los factores que intervienen durante el mismo.

Esta corriente muestra un especial interés en la relación entre comunicación y cultura, y recupera el concepto gramsciano de lo cultural, donde las clases buscan convertirse en hegemónicas. Martín Barbero y García Canclini retoman precisamente este concepto de hegemonía del autor Antonio Gramsci.

García Canclini afirma “Los procesos de recepción y consumo, así como la comunicación situada en el conjunto de las mediaciones sociales, renovaron el pensamiento crítico nutrido por el marxismo y lo abrieron a estrategias de exploración inéditas” (Fuentes, 2007:155).

Martín Barbero habla de una fase ideológica, a finales de los setenta, cuyo objetivo se enfocó en encontrar y encauzar las tramas mediante las cuales el pensamiento dominante accede al proceso de la comunicación, al poder estructurar los moldes epistemológicos que criticaban a la política (Martín Barbero, 1987:220).

Este autor percibió tal fase como una concepción instrumentalista de los medios de comunicación como mecanismos de acción ideológica; los receptores eran dominados y no oponían resistencia notable, aparentemente eran actores pasivos y alienados. Él mismo denomina una segunda fase como científica, donde el paradigma hegemónico se basa en la información y se acerca al positivismo, en el que no se podía plantear un problema si no se contaba con un método para resolverlo (Martín Barbero, 1987:222). Se pasó del modelo semiótico al informacional, en el que se consideraba a la comunicación como un proceso lineal cuya función era transmitir información.

El hecho de reacomodar los medios en el terreno de las mediaciones admite una visión distinta que permite una interpretación durante el proceso del desarrollo de transformación cultural y al mismo tiempo integrar a la mass mediación otros intercambios simbólicos: “Habíamos necesitado que se nos perdiera el ‘objeto’ [es decir, los medios] para encontrar el camino al movimiento de lo social en la comunicación” (Martín Barbero, 1987: 236). En este sentido, María Cristina Mata apunta que la noción de “mediaciones” fue clave para entender las trampas que los receptores de los mensajes y medios masivos hacían a la producción.

Las mediaciones son el conjunto de influencias que componen y ordenan la comprensión de la realidad que tiene la audiencia sobre la vida cotidiana. La mediación es el proceso mediante el cual el receptor construye el sentido que le da al proceso de comunicación. Con ello, el objetivo radica en comprender cómo las audiencias manejan el mensaje y se ocupan emocionalmente del contenido significativo y emocional en relación directa con el terreno de la investigación (Tufte, 2007).

La obra de Martín Barbero recuperó el valor de lo popular como objeto de estudio y como referente cultural. Esta reconquista de lo popular es una de las mayores contribuciones de la investigación latinoamericana, construida como se dijo, por Jesús Martín-Barbero con las aportaciones de autores como Néstor García Canclini y Renato Ortiz, esencialmente. El valor de lo popular no radica en su fundamento, sino más bien en su competencia por manifestar la forma de vida y pensamiento de las clases populares: “Las estrategias a través de las cuales filtran, reorganizan lo que viene de la cultura hegemónica, lo integran y funden con lo que viene de su memoria histórica” (Martín Barbero, 1987: 84).

Ahora bien, la recepción televisiva se entiende como una práctica cultural de construcción de sentido, ubicada generalmente en un contexto doméstico que trasciende más allá de los momentos de exposición televisiva (televidencia de segundo orden). Diversos autores (Morley, 1993; Lull, 1990; Martín Barbero, 1987) han realizado estudios empíricos relacionados con la investigación de recepción de audiencias en la televisión desde un punto de vista cultural (Uribe, 2004). Es necesario un aumento en la investigación científica de la

comunicación de programas de entretenimiento para poder identificar el cómo, cuándo y por qué los programas son más o menos efectivos (Tufte, 2007).

Estos estudios han sugerido cinco puntos importantes en la agenda de investigación para el campo de la comunicación y el entretenimiento: 1) atención a la variabilidad en las intervenciones; 2) atención a las resistencias; 3) atención a la retórica, la mecánica y los aspectos afectivos; 4) reconsideración de las conceptualizaciones previas en el cambio de los comportamientos; 5) el empleo del pluralismo metodológico y tomar en cuenta la ingenuidad de las mediciones (Singhal y Rogers, 2002). Estos autores consideran importante retomar el aspecto del cambio en los comportamientos. Para ello se utiliza la etnografía de la audiencia<sup>7</sup>.

La investigadora brasileña Maria Immacolata Vasallo de Lopes (2002) aborda el tema de la mediación y propone un modelo para analizar el sentido que la audiencia le da a la telenovela desde la dimensión estructural de la mediación, que revela qué nivel o penetración estructural alcanza. Vasallo de Lopes analizó cuatro de los cinco niveles de las mediaciones de Orozco aplicados a la telenovela en su vida cotidiana: la estructural (social), la institucional, la individual y la técnica. Menciona que se debe tomar en cuenta el origen o la causa de las mediaciones que engloba posiciones sociales de clase, familia, subjetividad, género de ficción y formato.

Se debe analizar el lugar de la mediación, cómo es el contexto, ya sea el de recepción, el de producción, incluso contextos globales o el mismo producto como lugar de mediación y tomar en cuenta la narrativa en la cual la mediación se introduce, tal como la sintaxis, la semántica y el orden de la mediación. Vassallo de Lopes (2009) afirma que en la recepción se produce una resignificación, en donde el mensaje se recibe de distintas maneras, produciendo una cantidad de lecturas diversas.

---

<sup>7</sup> La etnografía de audiencias deja de lado el concepto de lecturas preferentes y proyecta una imagen en la que los medios carecen de relevancia, se pasa del modelo tradicional, en el que los medios son omnipotentes, a uno donde carecen de importancia hasta cierto punto. Se deja de lado la relación cultura - poder. Los estudios de etnografías de audiencias se encontraban en tensión con los análisis textuales/discursivos. La diferencia: la cultura como una totalidad vivida vs la lectura de los sentidos construidos por los textos (Fiske, 1987).



### ***1.1.2. La Telenovela en la Construcción Ciudadana y de Audiencia***

Existe una diversidad de factores que influyen y afectan de manera importante la forma en que se construye la concepción de ciudadanía de cada comunidad o grupo social de acuerdo a su contexto socioeconómico y de la recepción de mensajes provenientes de diversas mediaciones. Este es el caso de las ex -beneficiarias de PROSPERA, quienes se desarrollan dentro de un marco específico debido a su incorporación al programa y su situación socioeconómica precaria.

Molyneux (2008) ha investigado el concepto de capital social desde el contexto doméstico y espacio privado en el que se encasilla a la mujer a partir de la creación de relaciones sociales asociadas al componente meramente emocional, en el que producen capital social, pero se les excluye de temas relacionados con el poder político y económico, factor que las vuelve invisibles dentro del ámbito de políticas públicas, impidiendo su empoderamiento y por lo tanto su acción política en la vida pública.

Es pertinente mencionar algunas investigaciones realizadas mediante un análisis de audiencias femeninas, las cuales en su mayoría parten de estudios sobre la telenovela, al ser un género importante y consumido en América Latina.

Cómo se mencionó, en América Latina la telenovela es un producto altamente visto con un alto volumen de consumo. Se ha demostrado que la novela permite al espectador reconocerse en ella (Vasallo de Lopes, 2009), existe familiaridad y la audiencia termina alfabetizándose en la gramática narrativa de esta ficción. En tanto que representación, selecciona y organiza la vida cotidiana (Marcondes, 1987:53-ss). La telenovela "cuenta la vida" de forma abstracta, señala los espacios y tiempos específicos en los que los actores interpretan en relación a los objetos y contextos (González, 1988). La telenovela otorga un papel activo al receptor; García Canclini (1987) menciona que las telenovelas deben pasar de ser objetos reales a ser observables.

Si se parte de la historia del melodrama en nuestra cultura, la telenovela destaca como uno de los géneros más importantes en América Latina, tanto en el plano de la producción como en el de la recepción. Es la única industria cultural latinoamericana que ha penetrado en el mercado mundial además de ser uno de los fenómenos de mayor teleaudiencia. En ella, la audiencia se encuentra con su día a día, con lo conocido, lo familiar, con su realidad; reconoce su identidad y de cierta manera aprende a solucionar sus problemas, además de que se entretiene (Martín-Barbero, 1987).

Martín-Barbero se interesó por analizar el empleo que las audiencias hacían de estas narrativas, la forma en que se relacionan y estructuran tanto en su participación como en su resistencia ya que a partir de ellas se constituía la lectura de su día a día:

Despreciar el melodrama, y en los últimos años la telenovela, ha sido uno de los modos como la élite de derecha y de izquierda se distingue/distancia de los humores del populacho. Distanciamiento que viene de lejos: confundiendo al iletrado con inculto, desde el siglo XVIII, las élites [hacían] de la incultura el rasgo intrínseco que configuraba la identidad de los sectores populares, y el insulto con que tapaban su interesada incapacidad de aceptar que en esos sectores pudiera haber experiencias y matrices de otra cultura (Martín-Barbero, 2008: 32).

A partir de las investigaciones de Martín Barbero en colaboración con Sonia Muñoz (1992), la telenovela se entendió como un instrumento primordial que constituye matrices culturales. Para su estudio fue inevitable conservar la denuncia sobre los procedimientos de manejo del poder y el servicio a los intereses del mercado, de igual forma fue necesario agregar la interrogante sobre el espacio fundamental que ocupa en la interacción cultural de la vida cotidiana de las colectividades de América Latina.

Martin Barbero ve a la telenovela como una matriz narrativa y escenográfica que opera entre una memoria y un formato (1987: 57). Las telenovelas tienen gran implicación social, ya que tocan temas de la vida cotidiana; sin embargo, es importante conocer y comprender la narrativa del género: cómo se “habla” de la sociedad, a través de qué estructuras semióticas, qué campos semánticos, y con qué tipo de gramáticas argumentativas, así como las prácticas que se proponen para solucionar ciertas acciones dentro de la trama de la telenovela (González, 1987). Se tiene el supuesto de que el grupo social al que se dirige esta investigación consume telenovelas de manera considerable, ya que se asume que se logran identificar con las tramas que aquí se presentan e influyen en la forma en que se conciben a sí mismas, interviniendo durante su proceso constructivo de identidad y en este caso que nos ocupa, como ciudadanas y audiencia, siendo una mediación presente en sus vidas cotidianas.

González (1987) propone un método para ordenar las áreas de interés y las formas académicas para mirar a las telenovelas. Al ser consideradas un fenómeno de comunicación “masiva” se utilizan distintos enfoques de análisis para alcanzar dicho objetivo: análisis de los contenidos y los efectos en el receptor. Orientados en sus inicios principalmente por las demandas del mercado y de la propaganda de guerra, los científicos y los publicistas se han dedicado a estudiar mercadotécnicamente “cómo afectan los contenidos de las telenovelas a la conducta de los individuos”. De igual forma se enfoca en el análisis de las estructuras narrativas. Con apoyos de la lingüística y de la semiótica del relato, el objetivo es lograr describir y formalizar el sentido del texto (Le Gallo, 1984) saber "de qué manera las telenovelas operan como productoras de sentido y de placer" (Allen, 1983, p. 98).

Las telenovelas permiten la identificación con la audiencia ya que construyen una relación emocional y propician la participación de la misma. Una razón que suele provocar el interés de las mujeres hacia este género es la historia de amor construida como melodrama, ya que les permite identificarse con los personajes a través de la ficción (Tufté, 2007). La ficción de la novela se centra en el protagonismo de la persona en la familia, ese espacio privado en el que lo que consideran imposible en la vida real, ahí puede suceder.

El melodrama tiene el papel de género o maniobra social y discursiva de comunicación (Wolf, 1984); crea y controla los resultados de manera que permite analizar lo que se construye, una simulación que es representada, ficticia, en la que el televidente que observa la novela “sabe cosas” que no todos los de la pantalla saben, ya que éste ha “sido invitado” a ser testigo de esos acontecimientos. Así, la telenovela le permite de manera figurada participar en ese escenario de ficción en el que se presentan temas de la vida cotidiana: bien, mal, amor, traición, vida, muerte, valores, etc. La historia indaga siempre en temas privados ambientados en el contexto de las familias, por lo que se considera una narrativa de familia más que de individuos y puede tomarse como unidad de investigación (Vassallo de Lopes, 2009).

Es así que la telenovela se ocupa de instancias de la vida real y son esas cuestiones éticas y morales las que se vuelven objeto de observación y análisis. El reconocimiento puede darse porque alguien de la audiencia se refleja en una de las situaciones familiares y entra en conflicto o relación con las tramas e interacciones que se desatarán, así es como logrará familiarizarse con la gramática narrativa (Vasallo de Lopes, 2009).

Vassallo de Lopes (2009) realiza un estudio en el que habla de una esfera híbrida de significación, ni pública ni privada, sino como parte de la vida diaria que es geográficamente situada en el límite entre la privacidad del ambiente doméstico y el público. La telenovela está presente en diversos rubros de la vida de las mujeres: no sólo se le ve, si no que se le comenta (televidencia de segundo orden), se da una semiosis (proceso que se desarrolla en la mente del intérprete; iniciando con la percepción del signo que culmina con la presencia mental del objeto del signo).

La narrativa se relaciona con aspectos de la vida cotidiana de la familia y amigos. Valerio Fuenzalida (1992) señala que la forma testimonial muestra a las personas ordinarias como actores y protagonistas y de esta forma identifica la vida diaria de las audiencias, las cuales pueden reconocerse a sí mismas como actores en su vida cotidiana.

Un estudio que vale la pena retomar sobre telenovelas en América Latina es el de Ana Uribe (1994), quien afirma que el formato de la televisión es flexible y permite a los miembros del

grupo disfrutar la historia al tiempo de realizar otras actividades de la vida diaria, tales como actividades domésticas o interactuar y platicar sobre la telenovela, ya que este género produce un ambiente propicio para ello. Se transforma en un referente de conversación en el que se puede preguntar o platicar sobre los avances de los capítulos, los personajes, la trama y si las situaciones o personajes pudieran ser reales o no y relacionarse con su vida cotidiana.

Uribe (2004) menciona que la telenovela puede cumplir una función metalingüística al tomar su propio lenguaje audiovisual para hablar de otras formas de lenguaje, sin embargo, no es una regla. “El género es articulado en el consumo de medios, es decir, las identidades de género, las subjetividades femeninas y masculinas, son construidas en las prácticas de la vida cotidiana en donde el consumo de medios se realiza” (Van Zoonen, 1994:123). Uribe denota que es una realidad la consolidación de la telenovela como industria cultural en América Latina y ha impulsado el interés por producir nuevos marcos epistémicos que tomen en cuenta la visión del receptor como individuo integrado a una red social. Aunado a esto, los estudios de recepción recientes inducen al investigador a considerar a las telenovelas como perspectivas importantes de análisis, ya que dan muestra de la percepción que su audiencia puede tener de si misma y de la forma en que incorpora los mensajes recibidos a su vida diaria.

Uribe (2004) afirma que la telenovela incide en que las audiencias modifiquen su rutina cotidiana, sus tiempos ordinarios de acción y toma de decisiones, y en casos extremos, hasta su sentido de vida. Esto permite visualizar que tan presente e influyente puede ser esta mediación para su construcción como audiencia.

Las mujeres blancas de clase alta han sido tradicionalmente quienes se encuentran en una posición de ventaja y prestigio en relación con las mujeres trabajadoras o de color. La blanca es digna de admiración, se aspira a ser como ella, es el estereotipo legitimado por el mercado y los medios de comunicación. Las mujeres de clase popular, en posición de desventaja, aspiran a ser como ellas a sabiendas de que nunca lo serán, por lo tanto, se utilizan diferentes herramientas que produzcan, reproduzcan y refuercen ese anhelo. El ejemplo más claro de esto, como se mencionó, se muestra en las telenovelas (Luengas, 2014).

Sin embargo, el receptor es un agente activo en cuanto a la televisión, relación que se encuentra mediada por diversos agentes externos situacionales, institucionales y culturales. La audiencia es quien da el reconocimiento y legitima o no los contenidos que recibe al apropiarse o rechazar el significado que le da a los mensajes, el cual cómo ya se ha dicho, no se da de forma inmediata por la simple exposición al medio: hay una negociación implícita durante el proceso que se da primeramente de forma individual, y posteriormente de manera social o colectiva.

La audiencia actúa como agente activo al estar en contacto con la televisión, ya que es una relación mediada por diversos elementos contextuales, culturales e institucionales. A través de la lectura determinada por la cultura en la que se encuentra inmerso, el receptor es quien otorga reconocimiento y legitimidad a lo que ve, y define el tipo de relación que tendrá con el contenido recibido. Después de negociar la información recibida, la rechaza o apropia en parte o por completo y selecciona los programas que consume de manera libre (Uribe, 1994).

La familia y la comunidad a la que pertenece el individuo son flujos de mediación importantes que intervienen en la forma en que el receptor dará lectura al melodrama televisivo, al realizar una serie de prácticas en la vida social al interior y el exterior del hogar. Este *habitus*, producido generalmente dentro de la familia, define en gran medida lo que es y llegará a ser.

El análisis de los modos de manipulación ideológica es indispensable para tratar de dilucidar el ocultamiento y deformación de la realidad que las telenovelas provocan en la audiencia. Las más de las veces, se utilizan instrumentos y concepciones para sostener los supuestos de la manipulación y la inculcación de una conciencia falsa por parte de los "dominantes" (Colomina, 1974).

El estudio realizado por la Dra. Aimé Vega referente a las mujeres como audiencia y dentro de la esfera política pública, nos permite visualizar la situación en la que las mujeres de esta investigación se encuentran, mujeres de clase social baja que son asistidas por el gobierno mediante un programa de desarrollo social, cuyo objetivo supuestamente es combatir y eliminar la situación de pobreza y dependencia económica del mismo. Es así que Vega señala la forma en que a la mujer se le ha visto a lo largo de la historia como pasiva y conservadora en relación con temas políticos y simplemente se le considera apolítica, ya que se cree que responde a ámbitos más idealistas y emocionales por su aptitud de ser madre.

Estas ideas han construido la estructura social de género en el que a las mujeres se les relega al ámbito doméstico/pasivo, mientras el hombre se maneja en el entorno público/activo, y es también dentro del cual se determinó la función de la mujer al interior del núcleo doméstico como el correspondiente a su género, quitándole la posibilidad del reconocimiento de su ciudadanía, aceptando con normalidad la correspondencia de la política con el ámbito meramente masculino (Vega, 2007:54 y 55).

De acuerdo a lo planteado, el programa PROSPERA tenía como propósito visualizar a la mujer y darle presencia mediante el mismo, se le otorgaba un apoyo económico en los rubros de alimentación, educación y salud, para que de esta manera ella tuviera la posibilidad de salir a trabajar y dar mejores oportunidades de vida a sus hijos en un futuro en el que ya no tuvieran que depender del apoyo, además se le otorgaban corresponsabilidades que debía cumplir con

el programa y que le permitían tener cierta visibilidad, ya que el mismo, era un espacio público dentro del cual exponían opiniones y propuestas sobre el funcionamiento de PROSPERA.

Volviendo al estudio de Aimée Vega, nos muestra cómo se da el papel de los medios en la interacción de mujeres con un ámbito político, Vega (2007) utilizó grupos focales y entrevistas a profundidad con el propósito de acercarse al discurso íntimo de las mujeres en diferentes contextos socioeconómicos. Encontró que la participación femenina dentro de la política efectivamente tiene relación con la información que reciben de la televisión, pero no es una relación inmediata y podría cuestionarse por su complejidad; lo que sí se comprueba es que existe una recepción activa de participación política por parte de las mujeres durante su proceso de construcción ciudadana, tema que nos compete dentro de este estudio.

Es importante mencionar que Vega en su estudio muestra que las mujeres de clase media y alta resultaron tener mayor conocimiento sobre las tendencias e intereses que determinan la agenda *setting* de los medios, mientras que las de clases bajas, al ser el medio televisivo su principal fuente de información, no se muestran tan conscientes sobre el mismo y consideran que se ha logrado una mayor profundidad en la información referente a la política. Sin embargo, los resultados muestran que los mensajes televisivos sobre políticas públicas, en lugar de brindarles mayores conocimientos, más bien las aleja y las torna escépticas en cuanto al tema (Vega, 2007). De acuerdo a esto se podría pensar que las mujeres de esta muestra pudieran no mostrar tanto interés en consumir medios sobre aspectos políticos.

Los espacios de interacción llamados “comunidades de recepción”, se encuentran dentro del contexto socioeconómico en el que la audiencia femenina intercambia los mensajes de los que se apropia y se vuelve a apropiar a través de la interacción en su comunidad, logrando obtener significados importantes (televidencia de segundo grado) (Vega, 2007:62).

El estudio de Rebeca Padilla (2012) “Geografías ciudadanas y femeninas con perspectiva desde tres identidades culturales” es un análisis que nos permite observar el encuentro que se da entre el aspecto de identidad cultural y el de género a partir de las prácticas mediáticas que realizan las investigadas en el proceso de construcción de ciudadanía tomando a mujeres de diversas identidades socioculturales en Aguascalientes, México. El estudio deja ver que son el razonamiento y la necesidad de pertenencia a una identidad cultural los aspectos que se imponen sobre los de género y ciudadanía.

Padilla (2012) destaca la importancia de concientizar sobre la creciente diversidad cultural que trae como resultado la diversidad ciudadana. El problema es que los discursos de ciudadanía usualmente se enfocan en las semejanzas en vez de analizar las diferencias que caracterizan a las mujeres pertenecientes a distintas identidades socioculturales, y que son

precisamente las que permiten observar la manera en que se asumen y construyen como ciudadanas. Es necesario aceptar que existe una sociedad cada vez más desigual cuyos problemas son resueltos al interior de las identidades de pertenencia y no de las comunidades políticas, como debería ser.

Se debe ser consciente de las formas tan complejas en que se entrelaza la construcción de identidades dentro del contexto mediático para poder vislumbrar la producción de sentido y significados que crea la audiencia, en este caso específico, la femenina, ya que se sitúa al género de las telenovelas como dirigido a las mujeres. Sin importar el contexto en que se encuentren, ya sean divorciadas, casadas, pobres, ricas o pertenecientes a un programa social, ellas se identifican con los conflictos presentados y forman parte de su vida cotidiana (Padilla, 2005).

La telenovela interactúa con las mujeres, reproduce sus deseos y anhelos, al mismo tiempo que proporciona información importante sobre diferentes oportunidades de vida fuera de lo ordinario. Se considera que una de las razones por la cual las mujeres gustan de las telenovelas y la televisión en general es porque en ellas se fomentan y favorecen estándares de belleza ideales que se encuentran prácticamente fuera de su alcance.

Es así que este género logra atrapar la atención de su público, gracias a la narrativa en la que la niña, joven, mujer soltera o casada, tiende a mejorar su condición de vida no sólo por el anhelo o esperanza de que milagrosamente se logre, sino por su propio esfuerzo y trabajo. Hay una articulación entre ambos contenidos que refuerza el gusto por ellos: “Para las mujeres, las historias de superación personal de la Cenicienta se disfrutaban, pero las de esfuerzo personal, además, enseñan y motivan con el ejemplo” (Padilla, 2005:166).

Padilla menciona que las telenovelas, y la televisión en general, influyen en la introspección individual de las personas en su televidencia de primer orden y, posteriormente, en la de segundo orden, dentro de un plano familiar y social, durante la construcción de su identidad. Podría afirmarse que los contenidos televisivos son un factor que refuerza el proceso de reproducción y al mismo tiempo de cuestionamiento de la identidad y de los significados o códigos sociales, ya que lo que se acepta como válido dentro de la cultura es lo que se presenta inagotablemente en la pantalla una y otra vez.

Confirma que la telenovela es relevante en la vida cotidiana de las mujeres ya que la identidad que les inculca actúa como mediadora y permite que se logre la estructuración de las historias de la telenovela con las de la vida cotidiana de sus receptores; consigue “anclar” su interés al mismo tiempo que forma parte de las tramas del melodrama televisivo. Se pone en marcha el recurso de usos y gratificaciones en el que los creadores observan los problemas, que a su vez captan el interés de la audiencia (Martín-Barbero, 1987) y es así como los relatos

femeninos se relacionan con los guiones personales. Cuando la mujer platica sobre lo que ve se realiza la televidencia de segundo orden, al gestar cotidianamente el acuerdo social y cultural sobre el género, es decir, sobre la mujer.

Con las telenovelas se enseña, se aprende, se disfruta y se sufre ser mujer aun cuando la edad y la clase social diversifican las características del género femenino, las mujeres aprenden lo socialmente aceptado en torno a lo femenino en las telenovelas, lo cuestionan en su puesta en escena y también lo enseñan y transmiten a sus hijas y nietas (Padilla, 2005:171).

Las telenovelas y otros programas como La Rosa de Guadalupe en América Latina ejercen una influencia importante que ha sido y sigue siendo utilizada por diversos medios para persuadir a sus audiencias. Incluso ONG enfocadas al desarrollo social hacen uso de ellas para promover los derechos civiles, al igual que los organismos de salud y educación. Los medios están conscientes de la capacidad que tienen para comunicarse, identificarse y reconocerse con su audiencia. Los casos presentados en estos programas respecto a temas como maltrato, enfermedades, violencia y otros, permiten al espectador informarse e incluso aprender de ellos, los utilizan como guías educativas o simplemente como fuentes informativas sobre estos temas.

La información obtenida de las autoras Vega y Padilla sobre la participación de las mujeres en un ámbito político y el tipo de programas que consumen me permite comprender mejor esa relación que debo abordar en esta investigación, deja claro que estos programas generalmente son dirigidos a mujeres de clase social bajo por lo que se debe analizar y entender a profundidad el contexto en el que viven. Durante el estudio se debe propiciar un diálogo y debate en torno a los asuntos familiares, sociales y políticos relacionado a cada mujer, ya que introducen al individuo con diferentes formas de vida y colaboran en la construcción de su ciudadanía.

Por ello es importante atender al proceso de interacción, consumo, recepción y asimilación de los contenidos que tiene mi muestra, para la mejor aproximación dentro de su proceso de construcción como audiencia. Las teorías de las mediaciones y televidencias de los autores Martín Barbero y Guillermo Orozco, antes mencionadas, juegan un papel primordial para comprender claramente este proceso, y me permiten probar y respaldar los supuestos que pretenden demostrar en esta investigación.



## ***1.2. Marco Teórico***

### ***1.2.1. Mediaciones de Jesús Martín Barbero***

Cómo se ha dicho, este estudio se enfoca en el análisis de los elementos que intervienen antes, durante y después del proceso de recepción de mensajes por parte de las mujeres ya referidas, con especial énfasis en la mediación del antes programa PROSPERA, contexto del cual formaron parte, en su construcción como audiencia y ciudadanas. Por ello, para este estudio es pertinente utilizar la teoría de las mediaciones de Jesús Martín Barbero y la de televidencias y mediaciones aplicadas a la televisión de Guillermo Orozco. De igual forma no es posible llevar a cabo un análisis de la recepción sin ahondar en los estudios culturales, por lo que se hace referencia a los estudios culturales de Néstor García Canclini; y también es relevante abordar las teorías de género y ciudadanía que refieran a nuestro tema, a partir de diversos autores de América Latina.

Hacia el final de la segunda década del siglo XXI, la televisión sigue siendo objeto de estudios relevantes a nivel cultural, mediático y tecnológico en gran parte de América Latina. Al ser un sistema audiovisual, entretenido, educativo y cultural permite a sus audiencias mantenerse interconectadas entre sí y con las televisoras, a la vez que se encuentra multi-mediada por diversos referentes que influyen de distinta forma e intensidad de acuerdo a contextos diversos (Hall, 2010).

El libro de Martín Barbero (1987) *De los medios a las mediaciones* de finales de los 80 del siglo pasado, identifica el término de “mediación”: lo que se pone en juego entre la significación preferente de la TV y audiencias específicas (Orozco 1987). Barbero considera muy importante analizar la manera en que se entabla una negociación entre los significados de los mensajes de la televisión y los de la audiencia. La mediación social actúa entre la audiencia y los medios; es un proceso estructural que configura y orienta la interacción de la audiencia, y cuyo resultado es el otorgamiento de sentido por parte de ésta a los referentes mediáticos con los que interactúan.

La audiencia se encuentra interconectada y es mediada por diversas fuentes todo el tiempo; como ya se mencionó, su contexto determina la manera en que ve la televisión. Martín Barbero menciona que los medios se encuentran inmersos en una industria mercantil que busca homogeneizar la cultura, aunque se traspasa la frontera de ésta para cartografiar a las mediaciones comunicativas: se estudia a la comunicación como un proceso de dominación, en vez de la dominación, como proceso de comunicación (Martín Barbero, 2002).

El proceso del pensamiento en comunicación en América Latina también ha sido afectado por el ámbito político; ha sufrido una politización importante y ha condicionado a

intelectuales, académicos e investigadores, lo que afecta al campo de estudio de la comunicación: "Incidencia directa que las luchas políticas, la presión de los acontecimientos y la urgencia de las propuestas prácticas van a tener sobre el campo teórico empujándolo hacia las dogmatizaciones, las vulgarizaciones y los oportunismos" (Martín Barbero, 1987: 32).

Martín Barbero (1987), referente para muchos especialistas latinoamericanos, sugiere un cambio importante en su obra *De los medios a las mediaciones*. Propone una teoría integradora comprometida con la realidad social de Latinoamérica, en esta, comprende la cultura masiva como una deformación de lo popular y no como una degradación de la alta cultura; el análisis se preocupa por la vivacidad de la cultura popular y la recuperación de la oposición a potencias hegemónicas.

Las corrientes posmodernas eliminan el límite entre estructura y superestructura, producción y recepción, lo "micro y lo macro", comunicación y cultura, razón y emotividad, lo absoluto y lo relativo; así, aparece el término "*Mediación*", que justamente propone suprimir esas contradicciones binarias.

Martín Barbero (1987) sostiene que la audiencia participa de manera activa durante el proceso de recepción, ya que interpreta los mensajes de acuerdo a su contexto y realidad (mediaciones), por lo que la comunicación se refiere más bien a la forma en que la propia audiencia se reconoce en los discursos y no tanto a los medios en sí mismos.

El hecho de reacomodar los medios en el terreno de las mediaciones procura una visión distinta que permite una interpretación durante el proceso del desarrollo de transformación cultural y, al mismo tiempo, integrar a la mass-mediación otros intercambios simbólicos: "Habíamos necesitado que se nos perdiera el 'objeto' [es decir, los medios] para encontrar el camino al movimiento de lo social en la comunicación" (Martín Barbero, 1987: 236).

García Canclini afirma: "los procesos de recepción y consumo, así como la comunicación situada en el conjunto de las mediaciones sociales, renovaron el pensamiento crítico nutrido por el marxismo y lo abrieron a estrategias de exploración inéditas" (Fuentes, 2007:155). Cuando la comunicación se vuelve cuestión de cultura, los medios se vuelven cuestión de mediaciones.

Siguiendo a García Canclini (1990), es necesario que el estudio tome en cuenta las interacciones personales de cada investigada para pensarlas en relación con las demás variables socioeconómicas, demográficas y culturales, ya que el consumo no es homogéneo y deben tomarse en cuenta las mediaciones que atraviesan a la audiencia al momento de la recepción, así como las diferencias de clase existentes. El autor menciona que el término

cultura ha sido estudiado por una variedad de disciplinas que le han dado diferentes definiciones, lo que origina a su vez una diversidad de paradigmas científicos que supeditan la producción del saber y presenta objetos del conocimiento con condiciones variadas.

Aporta nociones diferentes sobre el término cultura: alta cultura, que se refiere a la educación, ilustración, refinamiento e información vasta. En este caso es un cúmulo de conocimientos y aptitudes intelectuales y estéticas, y la confronta con naturaleza-cultura y sociedad-cultura; dentro del término 'naturaleza-cultura' lo natural es lo dado, lo que existe en el mundo, mientras que la cultura es lo creado por el hombre, lo que crea sociedad. Con ello cuestiona si esta definición puede entenderse como que toda formación social es cultura, lo que conduce a un relativismo en donde se aceptan todas las prácticas de las diferentes culturas por más raras que parezcan unas a otras.

García Canclini (1989), al igual que Martín Barbero, propone ver a la comunicación desde la cultura sin caer en la "emoción" tecnológica o en el dominio de la industria cultural. En el uso de los medios electrónicos se ven posibilidades para producir espacios colectivos de interiorización política en donde el problema central será el de pensar a los medios, al poder y a la ciudadanía desde la comunicación y la cultura.

Para García Canclini (1989) la cultura se refiere a la significación de los procesos sociales, y muestra cómo un mismo objeto sufre transformaciones dependiendo de la forma en que se usa y se inserta en distintas realidades sociales y simbólicas, las cuales se modifican a través de relaciones de poder que producen un interculturalismo dentro del cual la cultura se aprecia desde diferentes perspectivas, como lo son la cultura como identidad (aceptación, rechazo, racismo, hostilidad); la cultura como instancia simbólica de la producción y reproducción de la sociedad (todas las prácticas sociales tienen una dimensión cultural, pero no todas son cultura); la cultura como instancia de conformación del consenso y hegemonía; configuración de la cultura política y la legitimidad (alta cultura-poder, rechazo o restricción-cultura popular) y la cultura como dramatización eufemizada de los conflictos sociales (luchas encubiertas por el poder: teatro, artes, cine, deportes, etc).

Es necesario considerar e incluir las distintas mediaciones que atraviesan a la audiencia al momento de estudiar sus procesos de comunicación y recepción de contenidos televisivos. Los mensajes forman parte de la vida de las personas e influyen en la producción de sentido en distintos niveles de profundidad y negociación de acuerdo al contexto en que se vive; por ello, tanto el género como el estatus socioeconómico, la espiritualidad, la cultura y las políticas gubernamentales son igualmente importantes y deben tomarse en cuenta.

En este sentido, el estudio de la mediación institucional del antes programa PROSPERA es relevante, ya que no se ha estudiado de manera específica en estudios previos sobre recepción

de audiencias enfocados en temas de mediación y televidencias. El programa fue un factor que traspasó la vida de estas mujeres al haber estado presente en aspectos de educación, trabajo, salud y alimentación, al mismo tiempo que les exigió el cumplimiento de ciertas corresponsabilidades a cambio de los derechos del programa, situación que moldeó y alteró la rutina de su vida cotidiana. El hecho de haber pertenecido al programa afecta sus condiciones estructurales de construcción ciudadana y como audiencias a partir de la recepción de contenidos, y es importante analizar de qué forma y con qué implicaciones se lleva a cabo dicho proceso.

### ***1.2.2. Multimediaciones y Televidencias de Guillermo Orozco***

Existen muchos estudios sobre el tema de la televisión. Entre las definiciones más conocidas que se mantienen a lo largo de la amplia cantidad de investigaciones que la han tomado como referencia, se encuentran las que la consideran como un "medio de información y entretenimiento", como una "ventana al mundo", como un "espejo de la realidad", como "reproductora" de las relaciones sociales dominantes, o como "aparato hegemónico" (Orozco 1987). Además, la televisión se diferencia por ser un medio técnico, cuyas características le permiten tener el poder para otorgar verosimilitud a su discurso recurriendo a la emotividad de la audiencia, con ello reitera otra característica que se le atribuye, esta es la capacidad de hacer creíble su discurso haciendo partícipe a la audiencia mediante argumentos racionales y sobre todo con otros que apelen a sus emociones (Fuensalida, 1986).

Orozco (1987) considera que no existe una sola audiencia televisiva que se encuentre ajena al proceso de negociación. Hay presencia de diversas audiencias o una audiencia segmentada, y su limitación va a estar supeditada al tipo de negociación que logre mantener con los códigos y los significados simbólicos de la televisión, así como los propios códigos que emerjan por el contacto directo con la programación televisiva. Implica, finalmente, que los condicionamientos y las mediaciones de que son objeto las audiencias intervienen decisivamente en la negociación y en la forma en que van a interiorizar esos mensajes, dándoles un significado que haga sentido en su realidad. Se puede proponer que las audiencias no nacen, se hacen, pero se hacen de distinta manera (Orozco, 1994).

Muy importante es la mediación que existe entre el significado de la televisión y las audiencias (Orozco 1987). Esta comprensión culturalista supone varias cosas. Supone que el encuentro no se da en el vacío y que las audiencias no se enfrentan a la TV con la mente en blanco, sino que traen consigo un cúmulo de experiencias, aprendizajes y concepciones que provienen de diversas fuentes externas e internas, de ahí que Orozco retome el concepto de mediación de Martín Barbero y lo sitúa en el caso de la televidencia.

La producción de significado que estructuran las audiencias partiendo de las televidencias de primer y segundo orden permite que se dé la construcción de sentido. Para entender esto se utiliza la teoría de la mediación, de Jesús Martín Barbero (1987), que permite una mayor comprensión del proceso de recepción y construcción de sentido de la audiencia, así como la interacción que ocurre entre los medios, el receptor, el contexto y la cultura a la que pertenecen. El trabajo de Martín Barbero ayuda a entender el papel de la ficción de la telenovela y el papel que juega en la vida cotidiana de las personas.

Por otra parte, Guillermo Orozco (1996) retoma la afirmación hecha por Morley (1993) y Hall (1980) en la que establecen que adquiere mayor relevancia realizar un análisis de recepción televisiva de manera grupal, con el propósito de rastrear las relaciones que se producen por la interacción y la dimensión social que los grupos tienen en común, lo que permite observar la manera en que la clase social influye en las diversas formas en que se realizará la lectura y decodificación de los mensajes por parte de la audiencia.

La resistencia en la recepción sucede cuando la audiencia, en ciertas situaciones, se identifica con papeles negativos, en una decodificación opuesta al mensaje que se busca transmitir. Las relaciones texto-audiencia trabajadas por Stuart Hall en su modelo de codificación-decodificación (encoding-decoding, 1980) acentúan el proceso de negociación de la interacción que se da entre el texto mediático y la audiencia *target*. Hall reconoció tres formas de interpretar el texto mediático: la lectura preferente, la lectura negociada y la lectura oposicional.<sup>8</sup>

El proceso de decodificación del mensaje varía según las relaciones del codificador y el decodificador, y los hechos sólo pueden ser significados dentro de las formas auditivo-visuales del discurso televisivo “Los grados de entendimiento y desentendimiento en el intercambio comunicativo dependen de las relaciones de equivalencia simétricas/asimétricas establecidas entre las posiciones de las personificaciones codificador/productor y decodificador/receptor. El evento debe convertirse en historia/relato antes de ser evento comunicativo” (Hall, 1980:131).

Orozco (1994) retoma las principales ideas del enfoque que estudia los efectos de la televisión en sus audiencias, estas son: a) la fuente de la influencia de la televisión es inherente al medio, por lo tanto la causa de los efectos se encuentra en el aspecto técnico; b)

---

<sup>8</sup> **Lectura preferente:** el receptor acepta la ideología contenida en el mensaje construido por el emisor.

**Lectura negociada:** el receptor encuentra algunos valores o significados del mensaje adecuados pero les agrega los propios; la audiencia "filtra" o decodifica el mensaje como le conviene. Este es el tipo de lectura más común, según considera Hall.

**Lectura oposicional:** el receptor es consciente del significado dominante del mensaje y lo rechaza; la audiencia está, en otras palabras, en total desacuerdo con lo planteado por el emisor.

la segunda sostiene que existe una relación directa entre causa y efecto, por lo que se puede determinar la causa de un efecto en específico, esto no quiere decir que necesariamente sea así; c) la tercera considera que la televisión tiene efectividad e impacto en sus receptores.

La decodificación evidencia a las audiencias como activas, ya que la recepción de contenidos televisivos puede ser aceptada, negociada o rechazada porque hay una gran variedad de identidades sub-culturales, por lo tanto, la audiencia no es pasiva, tiene un papel activo y puede resistir a la manipulación ideológica de los medios (Orozco, 1996).

Desarrolla una clasificación de las mediaciones, ya que explica que provienen de diferentes fuentes: algunas surgen del mismo sujeto, otras de los mensajes de la televisión, o del contexto en el que se da el contacto directo entre televisión y audiencias, y unas más de los factores del contexto y entorno en el que interactúan las diferentes audiencias. Así, considera que hay cuatro tipos de mediación: las individuales (que a su vez se dividen en cognoscitivas y estructurales), las institucionales, las video-tecnológicas y las situacionales.

La mediación individual considera al individuo como poseedor de un proceso cognoscitivo y emotivo específico, así como sus características de sujeto social y cultural. Es por ello que el individuo social-individual se desenvuelve en diversos contextos. La mediación cognoscitiva es la estructura mental mediante la cual el sujeto puede conocer los esquemas mentales, textos o guiones con los que entra en contacto. El género o sexo del individuo también conforma otra fuente de mediación, que puede ser genética o cultural, así como resulta también importante la edad.

La etnicidad juega a su vez un rol significativo al relacionarse con las condiciones socioeconómicas y políticas del sujeto. Orozco (2001) afirma que debe tomarse en consideración que las mediaciones individuales pertenecen a medios culturales concretos. Las mediaciones individuales provienen de nuestra singularidad como sujetos comunicativos y por ello traen consigo cuadros mentales previos que determinan la forma en que la audiencia observa, comprende, interioriza, procesa, acepta, rechaza y se comunica.

La mediación situacional, por su parte, se multiplica según los diversos entornos en los que se produce el encuentro de la televisión con su audiencia. Cada escenario trae consigo posibilidades y restricciones que no se limitan a lo meramente espacial. Aún así, la casa es el lugar clave en donde se dan las primeras negociaciones y apropiaciones de los mensajes, a esto se debe añadir los escenarios en los que los individuos conviven normalmente, como la calle, la escuela, los puntos de encuentro con los amigos y demás personas.

Es importante también determinar el modelo de comunicación que se vive con la familia cuando se observa la televisión, las reglas de convivencia dentro del espacio de encuentro e

interacción con la misma, si se está solo o acompañado, ya que éstos son factores relevantes. Las mediaciones situacionales suponen la inclusión del contexto, el ambiente y las formas de recepción. Es como una mediación de referencia que se sitúa en contextos o espacios específicos (edad, género, raza, clase. etc.) y de esta manera se relaciona con el medio de comunicación.

La mediación institucional, en la cuál se pondrá énfasis durante este estudio, está mediada por las diferentes instituciones en las que se desenvuelve la vida cotidiana de los individuos, y cada institución crea a su vez su propia subcultura, a través de la cual produce su mediación: “Las instituciones utilizan diversos recursos para implementar su mediación. El poder y las reglas son algunas estrategias, así como los procesos de negociación; las condiciones espaciales y materiales también sirven a las metas institucionales. La autoridad moral y académica son otros recursos” (Orozco, 1994:79).

La mediación institucional no es un procedimiento de configuración monolítico, debido a que la audiencia puede intuir que las mediaciones institucionales son contradictorias o neutralizantes entre sí. Las mediaciones institucionales permiten la construcción de sentido que se produce con la interacción que se da entre los individuos, ya sea en la familia, la escuela, el espacio laboral, los grupos sociales, el hogar, etc.

Finalmente, la mediación tecnológica, como la desarrollada por la televisión, posee características específicas. La TV media a través del empleo de diversos mecanismos video-tecnológicos que se relacionan con una forma de articulación del mensaje y con su televidencia. Las mediaciones tecnológicas o mass mediáticas se conforman por las nuevas tecnologías, lenguaje y naturaleza de cada tipo de medio (Orozco, 2001).

Orozco (2001) plantea que existe una tríada entre audiencias, educación (PROSPERA influye en este rubro como parte de esta triada) y televisión que no puede omitir el investigador al realizar un análisis sobre construcción de identidad a partir de la recepción de audiencias, ya que se encuentran fuertemente implicadas, adquieren sentido al converger entre sí y no sería posible entender a una sin la otra. Las televidencias ejercen mediaciones significativas, a la vez que todas son objeto de las mismas y siempre estarán situadas dentro de un contexto específico.

Según García Canclini (1995), el cine y la radio fueron los medios que durante el inicio del siglo XX dieron la pauta, mediante sus narraciones, para dotar de identidad y sentido a la construcción del ciudadano y de audiencias en las sociedades. Durante los años 80 de ese siglo se llevaron a cabo las grandes aperturas de la economía de muchos países al neoliberalismo, así como la incorporación regional a los mercados globales, lo que disminuyó de manera considerable el rol de las culturas nacionales; de igual forma, las nuevas

tecnologías a nivel mundial y el comercio de bienes culturales quitó importancia a los modelos tradicionales de identidad. Ahora son las cadenas globales las que marcan y decretan las tendencias y modelos del arte, la moda y la publicidad.

Actualmente las culturas se diferencian por la forma en que asimilan todos los elementos que reciben y consumen de las demás sociedades; por la manera en que mezclan y transforman esos elementos. La identidad y ciudadanía se relacionan con diversos apoyos culturales, toman en cuenta las costumbres y la narrativa política.

Para poder entender el proceso de construcción de ciudadanía e identidad se deben considerar las diferentes formas en que se reestructuran durante su recorrido en la producción, comunicación y apropiación cultural. Es necesario estudiar las relaciones que se dan durante las rupturas y fusiones en los sistemas globales y locales de desarrollo cultural, y así, poder comprender y repensar a la ciudadanía e identidad de cada sociedad como procesos negociados, y por lo tanto, multiculturales.

Para que exista una multiculturalidad efectiva es necesario realizar políticas de integración nacional e internacional que tomen en cuenta los hábitos y gustos de los individuos, mismos que marcan la pauta para su formación como ciudadanos y cuyos referentes vienen de sus consumos artísticos y de información (García Canclini, 1995).

La televisión es uno de los factores más importantes en la formación del imaginario social del individuo. En México existen dos televisoras que básicamente conforman un duopolio de la industria del país: Tv Azteca y Televisa. La oferta y demanda televisivas siguen incluyendo una narrativa de la acción política.

En este sentido, se tiene la idea de que las mayorías aceptan las políticas dominantes de los gobernantes debido a las tácticas de evasión que realizan los medios, cuyos contenidos tienen el objetivo principal de entretener, en lugar de informar a la sociedad. Son las grandes empresas privadas, principalmente de Estados Unidos junto con televisoras como Televisa y Tv Azteca, las que manejan los medios de comunicación de mayor impacto en la vida familiar y cotidiana de la audiencia; ellos deciden el entretenimiento y la información que se darán a conocer (García Canclini, 1995).

Los conglomerados que dominan el mercado global han creado una especie de sociedad mundial que sigue los mismos patrones de consumo que ellos mismos controlan siempre a favor de sus intereses privados. Lo más alarmante es que su poder, influencia y capacidad de decisión es mayor que la de los gobiernos y asociaciones civiles con peso político, ya que reorganizan y controlan el espacio público a nivel regional, estatal, nacional y mundial. Este hecho ha determinado desde hace varios años que este tipo de consumo aleje al individuo de



su ciudadanía y de aspectos sociales relevantes que tienen que ver con ella, como son la desigualdad y la pobreza.

El control no es absoluto, ya que el crecimiento de las redes de comunicación y el consumo permiten informar a los grupos marginales más alejados sobre los acontecimientos nacionales e internacionales. Además, por más enajenada que se encuentre una sociedad por parte de los medios, resulta imposible ignorar los crecientes problemas de pobreza, inseguridad y género (García Canclini, 1995). Hoy en día hay demasiados medios y canales de información que permiten a una sociedad informarse sobre lo que sucede, los cuales son accesibles a gran parte de la sociedad, incluso clases económicas bajas como las de este estudio.

Ahora bien, es importante conocer la razón por la cual las clases subordinadas contribuyen de manera constante con este sistema: votan y acuerdan con sus opresores en la vida diaria. Según estudios, existe una triple re-conceptualización del poder, de la acción de los oprimidos y de la constitución de las relaciones interculturales. El poder no actúa únicamente como dominador vertical sobre los oprimidos; existe un área descentrada de las relaciones políticas en la que los problemas se negocian a través de acuerdos entre los individuos situados en situaciones desiguales. Ni siquiera dentro de las concentraciones de poder gobernadas por políticas de la economía neoliberal existe una manipulación absoluta de las relaciones culturales y sociales.

En general el sistema de opresión funciona de forma “solidaria”: se explota económicamente a los individuos pero a cambio se les presta servicios como fondos de ahorro, créditos bancarios, recomendaciones de negocio, etc., evitando así enfrentamientos ya que se transforman en clientes o beneficiarios que aprovechan las “oportunidades” brindadas y de esa forma se constituyen las identidades que derivan de una lucha de clases y de contextos institucionales en el que todos los integrantes actúan bajo un “orden negociado” (García Canclini, 1995).

Usualmente se ha responsabilizado a los medios de causar efectos negativos en sus audiencias, tales como la reducción del nivel de los gustos culturales, contribuir al deterioro moral, inducir a las masas a la superficialidad y suprimir la creatividad. Tales efectos tienen su contraparte en la medida que permiten acercar a millones de individuos a la cultura e informan sobre acontecimientos relevantes ocurridos en el mundo.

Para realizar el estudio de la vida cotidiana de ex -beneficiarias de programas sociales con base en sus consumos mediáticos se debe hacer un análisis a nivel comunitario e individual, con un marco teórico-metodológico basado en las mediaciones identificadas en el proceso de recepción de las mujeres de la comunidad, incluyendo un análisis de género, vida cotidiana, clase social, contexto y características culturales así como de consumo mediático, para

analizar los usos sociales de los medios, específicamente la recepción de contenidos, aceptación, interiorización o rechazo de éstos, mediante sus televidencias de primer y segundo orden.

### ***1.2.3. Teorías sobre Ciudadanía***

La estructuración de los modelos de Estado-nación, la lucha de clases, la participación de los individuos en el gobierno de las ciudades, el caos de las guerras y una serie de diversos acontecimientos transformaron el pensamiento acerca de este concepto. La aportación de T. H. Marshall (2005) durante el periodo de posguerra, trajo nuevamente el tema a discusión y cuestionó las problemáticas contenidas en la idea de ciudadano a lo largo de la historia. En un inicio la obra buscaba explicar la lucha del Estado de bienestar de esa época contra la pobreza y la marginalidad sirviéndose del ideal de “plena ciudadanía”, contenida en el conjunto de derechos sociales, civiles y políticos que tienen todos los individuos por el hecho de pertenecer a la sociedad.

Por primera vez se hablaba de una triada de derechos, al mismo tiempo que se instauraba la base teórica del concepto de individuo como ente colectivo. Son tres los rasgos sociales de la definición de ciudadanía de Marshall: derechos, igualdad y el vínculo que determina la pertenencia de una persona a una comunidad, por lo que “La ciudadanía es aquel estatus que se concede a los miembros en pleno derecho de una comunidad. Sus beneficiarios son iguales en cuanto a derechos y obligaciones.”<sup>9</sup> Dentro de este planteamiento deben mencionarse los tres elementos que conforman la ciudadanía: el Civil, el Político y el Social. Estos tienen una naturaleza histórica propia, ya que según el autor para llegar a los derechos sociales se debió pasar por un largo proceso y situaciones que establecieron los derechos políticos y anteriormente los civiles (Marshall y Bottomore, 1998).

El concepto de ciudadanía, además de referirse al sistema de derechos y obligaciones, alude también a las necesidades y fallas causadas por la desigualdad e inequidad que aquejan a los ciudadanos. Marshall (2005) establece que las tres dimensiones; civil, política y social, antes mencionadas, se construyen precisamente a partir de los derechos civiles, políticos y sociales respectivamente. Debe hacerse la distinción entre el término ciudadanía cuando se refiere a los derechos y obligaciones dentro de la normatividad legal de un sistema político, y aquel que define la búsqueda de un orden deseado con condiciones más equitativas y justas.

El concepto de ciudadano define al miembro de una comunidad urbana dentro de un sistema de Estado-Nación cuyas instituciones velan por el cumplimiento de los derechos y

---

<sup>9</sup> Esta es la definición más concreta que se presenta en la obra del autor. Para más información véase: Marshall, T. H. y Bottomore, T. (1998), *Ciudadanía y clase social*, Madrid, Alianza.

obligaciones de sus habitantes, ya sean nacionales o extranjeros. No obstante, el concepto también funciona como centro de sentidos en búsqueda de la construcción de un esquema deseable de comunidad que nunca podrá concretarse por completo (Lechner, 2000 en Padilla, 2012).

Dentro del concepto de ciudadanía no se ha logrado incorporar del todo al pluralismo cultural presente en las sociedades actuales, lo cual genera una problemática importante ya que el continuo crecimiento de diversidad en los ámbitos cultural, religioso y político va de la mano con la presencia de sociedades tradicionales que se mantienen dentro del ámbito local y sociedades cosmopolitas abiertas al neoliberalismo y el mercado global (Padilla, 2012).

De acuerdo con Knight y Harnish (2006) deben tomarse en cuenta los siguientes aspectos que definen al ciudadano: 1) Identidad o sentido de pertenencia a una comunidad política dentro de la que viven y comparten los integrantes de la misma. 2) Conjunto de valores orientado hacia el bien común de esa unidad política específica. 3) Participación gradual en el proceso de la vida política. 4) Aplicación del conocimiento obtenido y entendimiento de las leyes, documentos y procesos gubernamentales (Padilla, 2012).

Las prácticas mediáticas entre audiencias no son un elemento de la ciudadanía en sentido estricto, pero son un factor dentro del proceso de construcción de ciudadanía y audiencia que las ex-beneficiarias de PROSPERA realizan a partir de la recepción de contenidos televisivos y demás mediaciones, principalmente las del programa.

#### ***1.2.4. Teorías de Género***

El concepto de género surge de las diferencias estructurales de las relaciones entre hombres y mujeres, en un espacio colectivo a partir de sus valores culturales, estadísticos, económicos y políticos; son tales diferencias que propician los modelos de poder del hombre sobre la mujer, que las repercusiones llegan hasta su presencia social como una práctica que se legitima y refuerza constantemente. Lo más alarmante es que este sistema de poder parece presentar la misma lógica en todas las sociedades y espacios de desarrollo de la mujer (Benítez, 2012).

La otredad femenina en cuanto a relaciones de poder-sumisión, razón-emoción, activo-pasivo, hacer-ser y cultura-naturaleza, produce una mirada desigual que subordina la apreciación de las políticas públicas al igual que la de la investigación académica. El giro humanista en la evaluación del desarrollo social trajo consigo la conciencia de la calidad de vida que la economía mercantil relegó al imaginario, reforzando la dualidad en la que asistencia y necesidad se analizan desde una perspectiva femenina (Benitez, 2012).

La identidad de género va de la mano de la postura que afirma que la identidad se construye de acuerdo con el concepto de construcción social del género, sustentado en la óptica de estructuración de la realidad social (Berger y Luckmann, 1999). Las diferencias entre género social masculino y femenino no tienen sustento en la determinación biológica, sino en la estructuración que determina las identidades a partir de una sociedad estructurada patriarcalmente. La crítica posmoderna afirma que la identidad de género se crea como base de legitimación del poder.

La teoría feminista sustenta que las identidades se aprenden a partir de estereotipos, por lo que existe la posibilidad de generar cambios hacia nuevos modelos de identidades en los que el lugar que ocupe el género femenino sea más equitativo y sobre todo le permita mayor actividad y participación tanto en la vida pública como en la privada (Padilla, 2005).

La economía feminista propone una “vida sostenible”, que funcione como modelo social que incluya a las prioridades sociales; trasciende la idea económica de mercado para enfocarse en los procesos preferentes que permitan satisfacer las necesidades básicas y conduzcan a un estado de bienestar social y calidad de vida (Borderías y Carrasco, 1994). En paralelo corre la idea de “grupo doméstico”, el cual une al interior de la familia la conjetura de la importancia de la economía reproductiva y las estrategias de poder (economía material e inmaterial) (Gregorio, 1998).

La gestión política determina e introduce la identidad sexual femenina en el ámbito de lo invisible, de lo privado y lo doméstico. El espacio público reproduce la heterosexualidad masculina, se separa lo masculino de lo femenino, y se le excluye a este último (espacialización sexual). A pesar de que en muchas circunstancias existe la resistencia, en la mayoría de los casos aún son silenciadas sus voces (Preciado, 2014).

Las mujeres han sido relegadas desde la época de la Colonia a “la otredad” a “ser invisibles”; en un sistema que produce y reproduce estos estereotipos para mantenerse estable, con control y poder. Como se menciona en la cartografía de Deleuze, lo que se organiza ya no es una cartografía propiamente hablando, sino más bien una realidad basada en relaciones de poder, dominación, resistencia y transgresión. Los sujetos minimizados, como las mujeres del programa PROSPERA, dependen de la circulación de las estructuras políticas, si se logran adaptar a ellas hasta normalizarlas, o si las resisten (Preciado, 2014).

Es el caso específico de las ex -beneficiarias de este programa, se les excluye y categoriza dentro de este grupo por dos factores determinantes: por ser mujeres y por pertenecer a un estrato social bajo. Se ha comprobado que la marginación por el factor de género, va de la mano de la clase y raza; no es raro que estas mujeres sean minimizadas por sus circunstancias

sociales e identidad sexual, la cual ha sido producto de una construcción política que constituye a la mujer como un cuerpo sexual pero invisible, cuyo lugar es privado, al interior del hogar.

Para Lorena Cabnal (2010) existe un patriarcado originario ancestral, el cual es un sistema milenario estructural de dominación en contra de las mujeres, que en la actualidad forman parte de estos grupos de clase popular que son objeto de programas de desarrollo social. Este sistema tiene sustento desde la doctrina que impone la hetero-realidad como ley, tanto para la vida de las mujeres, como para los hombres en su relación con el mundo.

La colonización es un proceso histórico relevante para la vida de opresión de los pueblos y específicamente, de las mujeres indígenas, ya que puso las bases para la perdurabilidad de las complejas desventajas que se impondrían hasta el día de hoy a las mujeres.

La penetración colonial nos plantea la penetración como la acción de introducir un elemento en otro y lo colonial como la invasión y posterior dominación de un territorio ajeno empezando por el territorio del cuerpo, la invasión colonial ningún pueblo la quiere, el patriarcado originario ancestral se re-funcionaliza con toda la penetración del patriarcado occidental, cuna para que se manifieste el nacimiento de la perversidad del racismo, luego el capitalismo, neoliberalismo, globalización y más. El patriarcado es el sistema de todas las opresiones, todas las explotaciones, todas las violencias y discriminaciones que vive toda la humanidad (mujeres, hombres y personas intersexuales) y la naturaleza, como un sistema históricamente construido sobre el cuerpo sexuado de las mujeres (Cabnal, 2010: 15).

El sistema actual neoliberal de mercado intenta legitimarse “mejorando la vida de los pueblos”, instaurando programas de desarrollo social como PROSPERA, con estrategias de participación e involucramiento de las comunidades para mejorar su condición de pobreza; el problema es que parece ser que sólo asisten la pobreza, manteniendo la desigualdad, de acuerdo con datos arrojados por el CONEVAL. Las instancias de gobierno, argumentando mejorar la calidad de vida de sus beneficiarios, aplican políticas basadas en la lógica económica del poder (Cabnal, 2010).

Sayak Valencia (2010), en su obra *Interferencias trans-feministas y pos-pornográficas a la colonialidad del ver* afirma que el neo-feudalismo epistémico refiere a la recolonización económica, así como a los imaginarios y lo visual, en donde la sociedad, ligada a la información, comunicación, entretenimiento y la sociedad red, son instrumentos bio-políticos muy efectivos en la distribución y producción de fisiologías estandarizadas que mantienen vigentes, actualizan y presentan la ficción humanista del sujeto hegemónico (masculino, dicotómico, blanco, heterosexual, clase media, etc.) que, si bien se ha reestructurado en relación con la “fagocitación” que ha hecho de ciertos procesos culturales, esta reordenación

se debe a la creación de nichos de mercado y a la incorporación y homologación de la diferencia en el plano del consumo.

El hetero-patriarcado, racista y capitalista, ha reincorporado “las formas de los procesos de subjetivación para usarlas como energía inicial para la producción de mundos de mercado [...] como modelos de subjetividad triunfadora”. Los nuevos aparatos tecnológicos producen imaginarios homogéneos y prácticas de consumo homologadas mediante movimientos de una representación cotidiana que nos afecta, produciendo al mismo tiempo, afectos y efectos corpo-colonizantes que tienen origen directo en la colonialidad del ver. (La colonialidad del ver es constitutiva de la modernidad, en consecuencia, actúa como patrón heterárquico de dominación, determinante para todas las instancias de la vida contemporánea [Barriandos, 2011]).

Estos afectos y efectos corpo-colonizantes se pueden ver como una estética-política de la diferencia corporal y racial que utiliza la estandarización, legitimación y comercialización de un fenotipo caucásico neoliberal para distribuir subjetividades capitalistas que se adscriban consumistamente, desde cualquier geopolítica, al modelo de la modernidad/colonial (Valencia 2010: 3, 4).

Bonder (1998) estudia la manera en que cada fase histórica las políticas públicas estructuran identidades colectivas específicas (madres, jefas del hogar, homosexuales, etc.) y a la par de esta construcción de individuos se legitiman cuestiones de interés público. Es así como el Estado determina las necesidades sociales y el modo para satisfacerlas, mediante procesos complejos que regulan las experiencias de las mujeres en interacción con la esfera pública. En general los estudios referentes a políticas públicas se enfocan mayormente en temas de índole socioeconómica y de clase, dejando de lado al tema de género como una variable secundaria o demográfica, que sólo afecta a una parte de la población, cuando en realidad es un tema que afecta y compete a todos.

### ***1.2.5. Ciudadanía y Género***

En este estudio el concepto de ciudadanía va ligado al de género, ya que se busca un estado ideal de ciudadanía activa femenina que permita combatir y erradicar la pobreza a partir de la toma de conciencia sobre la falta de actividad política de género, que podría lograrse mediante el apoyo a las políticas de participación de las mujeres facultando ambientes que propicien la comunicación y el intercambio entre ellas (Meer y Sever, 2004: 29-31). Es necesario un cuestionamiento sobre las políticas públicas desde la perspectiva de género para lograr una democratización basada en la equidad.

Ciudadanizar la política y politizar a la ciudadanía puede ser una política comunicativa clave, porque la política no es la que está mal sino la manera de asumirla. Los medios públicos deben ser como un espacio principal de construcción de ciudadanía en constante ejercicio democrático (Alfaro, 2006: 227).

Los ideales de ciudadanía dependen del contexto de la audiencia. En este caso se refiere a una comunidad menor y marginada de mujeres de nivel socio-económico bajo, cuya participación en la esfera pública no se propicia fácilmente, mucho menos una esfera pública mediatizada debido al difícil acceso y a las diferencias en las capacidades comunicativas que pudieran tener por su contexto socioeconómico. Es por ese motivo que resulta importante analizar el vínculo entre ser ciudadano y ser audiencia, el cual parece decrecer al hablar de una esfera política mediatizada. Se cuestiona el papel de los medios con las audiencias en su función de fortalecer ciudadanías, debido a la calidad de los contenidos: parece ser que no son lo suficientemente objetivos y no permiten la apertura para dotar de voz propia a los ciudadanos (Padilla, 2012).

Lamentablemente, la mujer es generalmente representada por organismos encabezados por varones, por lo que sus demandas se pierden en el consenso general, y lo que es peor, las organizaciones que son encabezadas por mujeres dejan de lado las demandas de las mismas para ponerse del lado masculino, ya que las alianzas con varones son más valoradas para utilizar el poder como vía de ascenso. Así, se da una competencia entre mujeres a partir de la interiorización de ideologías sexo-genéricas instauradas en donde la mayor estima social se da hacia los varones, reproduciendo el sistema patriarcal de desigualdad. El ciudadano se representa como igual, y las diferencias que los hacen desiguales se ignoran, por lo que el efecto reproduce las desigualdades derivadas de la condición de género (Alonso, 2016).

A las mujeres que logran transitar del ámbito doméstico al público por involucrarse en asuntos políticos, generalmente se les asignan funciones de tipo proselitista que consisten en convocar a la población, preparar comidas o reuniones para los candidatos y ver por las necesidades de la colonia. Se les conoce como “líderes” ya que desarrollan liderazgo dentro del partido político y principalmente al interior de su comunidad (líderes de barrio); se constituyen como intermediarias entre el partido y los posibles votantes con desarrollo en los tres niveles de gobierno: federal, estatal y municipal, al igual que se vinculan con otras asociaciones no gubernamentales, como asociaciones civiles e instituciones educativas (Alonso, 2016).

El feminismo ha permitido visualizar la forma en que la intervención estatal está sexualmente marcada, y brinda un aporte conceptual y crítico que cuestiona la forma en que el Estado aborda las diferencias de género en el ámbito social y político.

La distinción de género sexual dominante entre masculino y femenino establece jerarquías que estructuran las relaciones sentimentales, prácticas y de pensamiento, así como las institucionales, legales y políticas, es decir, se organizan las relaciones sociales incluyendo las que se establecen en y por las políticas públicas y del Estado, con los y las ciudadanas (Hernández García 2006).

Es un error buscar la participación política femenina a partir de la masculina, no es posible ni natural que la mujer realice las mismas prácticas que el hombre ya que la mujer experimenta sus vivencias políticas de forma distinta al varón; la participación femenina es y debería considerarse, como un modelo de participación distinto al masculino, y es necesario proponer un nuevo modelo que corresponda a prácticas meramente femeninas no adaptadas a las del hombre (Astelarra, 1991).

Molyneux (2003) analiza los movimientos de mujeres en América Latina a partir del concepto de “ciudadanía activa”, cuyo propósito es integrar prácticas que combatan la pobreza desde un enfoque de justicia de género como núcleo de la democracia, donde la participación es un elemento esencial del progreso y de la ciudadanía.

Para lograr un mayor empoderamiento de las mujeres, es necesario generar cambios que propicien movimientos asociativos en zonas de bajos recursos. Es necesario contar con un modo de control de los recursos tanto materiales como inmateriales que se sitúe sobre los modelos establecidos que producen la desigualdad, y actúan en beneficio de la población masculina. El camino de la mujer hacia un mayor desarrollo debe dirigirse hacia una emancipación que oriente las prioridades e intereses propios, y que atienda a la identidad y realidad de las mujeres, quienes han sido excluidas de todos los ámbitos debido a su situación de dominación (Benítez, 2012).

Otros dos factores por los que también son excluidas en el ámbito político, son la escolaridad y su condición de clase. Se considera que muy pocas concluyeron sus estudios a un nivel respetable, por lo que no cuentan con la preparación necesaria para desempeñar sus cargos. En lo que se refiere a su clase social, compiten en condición de desventaja con otros candidatos (por ejemplo) al no contar con los recursos para financiar una campaña o desarrollar una trayectoria política. En caso de que algunas mujeres logren integrarse al terreno político, su “honorabilidad” es fuertemente cuestionada al asumirse que desempeñan dichos cargos porque están involucradas sentimentalmente con algún personaje masculino de poder, y no por su capacidad personal. Por este motivo, la dinámica de la mujer es más bien horizontal y no vertical al interior de los partidos (Barrera y Aguirre, 2002).

La ciudadanía y la democracia deben ser planeadas desde un modelo que tome en cuenta las relaciones de poder y se resista a las dinámicas de mercado para propiciar el desarrollo



sostenible a partir de la propuesta de democracia feminista, que apoya la autonomía mediante agencias de mujeres marginadas como eje de la transformación (Mohanty, 2004: 137-184).

Los programas sociales, tal como lo hizo PROSPERA, manejan la transversalización de género, que actúa como práctica a partir de la valoración de vivencias, acciones y políticas que buscan que los beneficios sean imparciales entre hombres y mujeres y que al mismo tiempo dan visibilidad a la contribución que hacen las mujeres en dichos procesos. Con los diferentes esfuerzos del gobierno, se debe buscar alcanzar políticas neutrales de desarrollo en relación al género. Otro aspecto importante de estos programas es que resaltan el empoderamiento como aspecto central de su discurso, al dar mayor libertad de elección a los individuos dentro de las esferas políticas, sociales y económicas. PROSPERA facultaba a sus ex -beneficiarias a participar en diferentes encuentros políticos y les permitía ser vocales del programa, contribuyendo dentro de él con su apoyo y participación, esta situación les daba visibilidad, voz y empoderamiento al interior y exterior del mismo.

### ***1.2.6. Audiencia y Género***

Los estudios de audiencia y ciudadanía permiten analizar el proceso de formación de opinión pública, así como la participación y decisiones políticas que las mujeres tomarán en su construcción como ciudadanas. De acuerdo al contexto de las audiencias, serán los usos de comunicación los que contribuyan en la construcción de su propia identidad dentro de la comunidad (Jansson y Falkheimer, 2006). A esto se le conoce como “geografía mediática”, concepto de Rebeca Padilla (2012), y adquiere sentido a partir de que la audiencia se sitúa dentro de ella. Esta geografía mediática juega a su vez un papel importante en la generación de un espacio mediático de la comunidad específica de PROSPERA, que comparte un mismo contexto socioeconómico y de género.

La perspectiva de género relacionada con la comunicación, es uno de los campos que menor progreso teórico había logrado, a pesar de que ambos elementos son clave para explicar la realidad actual (Moyá, 2009: 2). El vínculo entre ellos produce resultados relevantes en los campos de la imagen, la presencia como comunicadores y los procesos de recepción, pero también muestra la falta de investigación sobre el planteamiento de políticas comunicativas y la probabilidad de modelos de participación desde una mirada femenina (Moyá, 2009:7). Sin embargo, al día de hoy se ha vuelto uno de los temas más importantes, visibles y discutibles en todos los ámbitos sociales, políticos y de comunicación. La mirada se ha puesto en ellas volviéndose uno de los focos principales de análisis.

Los recientes estudios sobre la acción comunicativa se han enfocado tanto en el sistema de poder mass-mediático, como en su intervención durante la construcción de ciudadanía

mediante la representación de estereotipos sobre el papel tradicional de la mujer, producto del sistema patriarcal. El análisis de la desigualdad de género dentro de la comunicación, se enfoca en lo simbólico y en hacer evidentes las diferencias entre géneros que forman parte de los cambios culturales y las identidades colectivas y subjetivas. Para que realmente se logre un cambio social relevante en la visión de género es necesario situarse en ambientes cercanos e identificables con la vida de las mujeres que fomenten la educación y empoderamiento, mediante procesos comunicativos que estructuren el ámbito público enfocado a las necesidades y desigualdades.

La perspectiva de género debe ser aplicada en el campo de la comunicación con el objetivo de lograr la alfabetización mediática y comunicativa con el propósito primordial de favorecer el empoderamiento de las mujeres orientado a la estructuración social. Género y comunicación son las bases fundamentales del cambio a favor de la equidad y justicia. Se debe luchar por cerrar la brecha entre lo público y lo privado con la participación de la comunidad, mediante la comunicación que propicie la transformación social (Benítez, 2012: 220).

La comunicación permite el intercambio de opiniones sobre temas de interés al mismo tiempo que permite la interacción con otros grupos sociales, por lo que el modelo de comunicación referente a la ciudadanía va a depender del contexto social, económico y personal, que dará una óptica diferente a cada individuo. Este criterio debe ser fuertemente influenciado por una búsqueda de equidad que integre a los marginados, en este caso a las mujeres de estrato social bajo, y que se comprometa a lograr un estado de igualdad deseable para todos (Padilla, 2014).

La recepción de contenidos televisivos relacionados con el ámbito político son los más relevantes durante el proceso de construcción de ciudadanía femenina, representan una fuente primordial de información y les permite mantenerse al tanto de los acontecimientos actuales que ocurren en el país. Los noticieros son los más relevantes en este aspecto. El discurso político que se presenta determina en gran medida el conocimiento que tendrán las audiencias sobre el tema, el cual genera una opinión, y por tanto, su participación respecto al mismo. Puede afirmarse que la actividad o pasividad de la audiencia respecto a temas políticos y de opinión pública, serán en gran medida determinadas por la información y la forma en que los medios la transmiten a sus audiencias (Velázquez, 1999).

Las mujeres que pertenecieron a PROSPERA, consideran que es un deber el mantenerse informadas, por lo que consumen contenidos televisivos a través de noticieros (Velázquez, 1999). Como menciona Aimé Vega (2007), el cambio de estructuras y el ejercicio comunicativo respecto al género, sólo podrán prosperar con nuevas propuestas que conduzcan a la reflexión y metodologías que tengan el propósito de producir teoría de calidad y espacios para la comunicación.

Se ha planteado a lo largo del tiempo que las clases bajas suelen ser las menos participativas en relación con las clases medias y altas; sin embargo, han sufrido una importante transformación y han logrado mayor presencia que en el pasado; por ello, se debe poner especial atención al tipo de rutinas y gustos que estas mujeres llevan a cabo en su vida cotidiana, con el objetivo de analizar el tipo de influencias que tienen y que las llevan a determinar esos consumos.

Lo ideal es lograr que la mediación mediática, de paso a la auto-comunicación entre mujeres a través de información que promueva su participación e inclusión en la construcción de su identidad como audiencias y ciudadanas activas, ya sea mediante un programa social como PROSPERA, o mediante otros organismos de información e inclusión que las motiven y empoderen para hacerse escuchar.

## **Programa PROSPERA**

En este capítulo se detalla el contexto del lugar dónde habitan las mujeres, muestra de este estudio, con el objetivo de situar al lector dentro del ámbito socioeconómico en el que se desenvuelven durante su día a día, y de esta manera, generar cierta empatía e identificación con ellas y con su realidad.

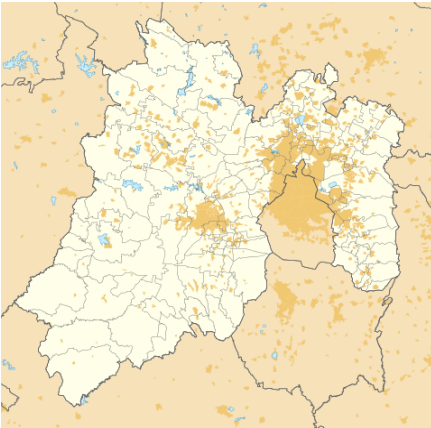
Se hace también una breve exposición de los contextos en los que el ahora ex -programa PROSPERA, se encontró durante los diferentes gobiernos en los que funcionó desde su creación como el programa de SOLIDARIDAD, durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari, en el periodo 1988-1994, y haciendo un recorrido a través de los gobiernos de Ernesto Zedillo (1994-2000), Vicente Fox (2000-2006), Felipe Calderón (2006-2012), Enrique Peña Nieto (2012-2018), hasta llegar al actual de Andrés Manuel López Obrador.

El propósito de esta exposición, como ya se mencionó, es entender y analizar el contexto geográfico en el que se desenvuelven estas mujeres, así como los diferentes contextos políticos en los que se desarrolló el programa, hasta convertirse en PROSPERA, en el gobierno de Enrique Peña Nieto, esto con el objetivo de visualizar los diferentes escenarios por los que atravesaba el país, y que propiciaron diversas transformaciones al interior del gobierno tanto en materia económica como en materia política y social, situación que trajo cambios y modificaciones no sólo en el nombre, sino en las estructuras e instancias reguladoras del programa social.

El capítulo presenta las características relevantes de la localidad de San Cristóbal Texcalucan. Así como una línea del tiempo, a partir del gobierno de Carlos Salinas, que resaltan el contexto político de cada uno de los sexenios, la situación de pobreza del país, y dentro de ésta, el contexto del programa social que nos compete, desde SOLIDARIDAD hasta PROSPERA: los objetivos, estructuras, transformaciones y resultados de cada uno durante cada periodo para así poder comprender su situación actual.

Se busca una comprensión global del escenario político en que se encontraba el país y que determinaba la estructura y funcionamiento de este programa social, lo cual condujo a los resultados obtenidos al final de cada administración. Esto permite corroborar si realmente se cumplían o no los objetivos planteados durante cada administración pasada. A su vez, se mencionan las nuevas propuestas y regulaciones que se hicieron al programa durante la nueva administración del presidente Andrés Manuel López Obrador.

## ***2.1. La Localidad de San Cristóbal Texcalucan, Estado de México***



Localización de San Cristóbal Texcalucan en el Estado de México

San Cristobal Texcalucan es la comunidad en la que viven las mujeres de la muestra, ex - beneficiarias del programa PROSPERA, pertenece al municipio de Huixquilucan, Estado de México, y mide 143.52 kilómetros cuadrados. Recibe el nombre de San Cristóbal Texcalucan en honor al Santo que se venera dentro de la comunidad, de nombre San Cristóbal Mártir, e incluso la fiesta patronal más importante del lugar se realiza en nombre de este santo.

La parroquia del pueblo también se dedica a este santo y la fiesta grande, antes mencionada, se lleva a cabo el 25 de julio cada año, esta fiesta según declaraciones de los pobladores, es un momento importante para la comunidad ya que en ella participan todos o la mayoría de los miembros de la comunidad, existe un comité que pasa por las casas para pedir una cooperación para las fiestas de la localidad y con esa cooperación se les proporcionan alimentos durante el evento. También se realizan danzas tradicionales y son invitadas otras comunidades y sus santos.

Esta parroquia, fundada en 1777, también se toma como la referencia más importante de la localidad y se utiliza como punto de reunión para cualquier evento que se vaya a hacer o información que se vaya a dar. El punto de reunión para avisos del programa PROSPERA, entrega de apoyos y trámites de beneficiarias, fue el Auditorio de San Cristóbal Texcalucan, sobre la carretera Naucalpan-Huixquilucan s/n., que se encuentra a un lado de la Parroquia.

Texcalucan quiere decir en lengua otomí, Lugar de las Peñas, y Huixquilucan significa *minkani*, lo que es sinónimo de tortilla con quelite. Una de las principales economías de la entidad es la cantera, la cual se explota para obtener la piedra rosa y blanca, que se utiliza en el campo de la construcción.

La localidad se encuentra mayormente sobre cerros, lo que dificulta el acceso a los lugares que se localizan en las partes altas, algunas calles aún no se encuentran pavimentadas y son muy angostas debido a que anteriormente no se utilizaban coches, la mayoría de las casas son de tabique y losa, aunque aún encuentras casas de lámina de cartón y algunas de madera, la construcción depende de las posibilidades de cada miembro de la comunidad.

Dentro de la comunidad casi no hay parques, pero al estar rodeada de bosque permite a los miembros salir a pasear ahí, de hecho, muchos acostumbran cortar hongos en época de lluvia y aún se pueden encontrar algunos animales como el conejo y tuzas en el bosque.

Es una comunidad segura en la que los niños pueden salir a jugar a la calle o al monte, ya que la mayoría de los miembros se conoce y se tiene confianza. No cuentan con plazas o centros comerciales grandes, y muchos aún se dedican a la siembra del maíz, se puede decir que hasta cierto punto se puede considerar aún como una zona rural y la gente se siente cómoda así. Debido a esto, la mayoría de la gente tiene que salir para ir trabajar ya que la localidad no cuenta con muchas fuentes de trabajo ni lugares de empleo, varias de las mujeres trabajan en casas como domésticas, y los hombres, como albañiles.

Cuentan con una primaria y secundaria relativamente nuevas, anteriormente no había colegios en la localidad, por lo que la gente mayor es analfabeta al no haber contado con estudios. También se tiene un centro de salud que atiende igualmente a los habitantes de la localidad de Magdalena Chichicarpa, las mujeres mencionaron que este centro se encontraba muy saturado cuando se tenía el programa PROSPERA debido a las consultas de salud que éste ofrecía.

Hay una escuela de adultos mayores dónde se les pone a hacer manualidades y distintos oficios para mantenerlos ocupados; cuenta con sitios de taxis, rutas de microbuses, algunas combis, y terrenos de siembra que ahora han sido ocupados por construcciones. Los parajes ahora son calles con nombres de aves, por ejemplo, la calle es Jilgueros y las cercanas a esa son cenizales, gaviotas, clarines y colibrí.

En cuanto a servicios, ya la mayoría de la población cuenta con agua en sus casas, pero todavía hay familias que tienen ir por agua de pozo o manantial. Hay una cancha de fútbol en la que los jóvenes se reúnen los fines de semana para ver los partidos, y los adultos y niños se quedan en casa esperando la visita de su familia para celebrar alguna fiesta.

Algunas de las fechas importantes que se celebran en la localidad son:

- 2 de febrero, semana santa realizando un via cruxis por el pueblo;
- 25 de julio, se celebra a San Cristóbal Mártir;
- 16 de septiembre, baile tradicional de las primarias en el que se efectúa el grito de Independencia;
- 1 y 2 de noviembre, se celebra que los niños asistan a los comercios y a algunas casas a pedir dulces;
- 12 de octubre, se conmemora el nombramiento de la Iglesia del pueblo como Parroquia del pueblo;
- 12 de diciembre, el festejo del nacimiento de la Virgen de Guadalupe en el cual es común encontrar capillas en cada calle de la localidad;
- 1 al 23 de diciembre, se celebran las posadas;
- 24 de diciembre, se realiza una fiesta denominada la fiesta chica del pueblo;
- 31 de diciembre y año nuevo.

Una tradición peculiar que tienen es que realizan el nombramiento de mayordomos en toda la localidad, quienes tienen la tarea de organizar todos esos eventos y se ha integrado un arriero que participa en las festividades desde hace 2 años.

#### *Programas sociales federales dentro de la comunidad hasta el 2013*

En atención a las necesidades de desarrollo social de la población del municipio, el gobierno, en sus diferentes niveles, ha implementado una serie de programas sociales que buscan incidir en aspectos como el alimentario y la vivienda, entre otros. Por parte del gobierno federal se aplicaron durante el año 2013, diez programas sociales destinados a combatir la pobreza e impulsar el desarrollo social, los cuales se enlistan a continuación.

#### *Programas sociales federales que operan en Huixquilucan (2013)*

No.	Programa social federal	Número de beneficiarios
1	PROSPERA	17,719
2	Programa de abastos social de leche (LICONSA)	2,972
3	Programa de pensión para adultos mayores	4,525
4	Programa para apoyo alimentario	2,127



5	Programa para el desarrollo de zonas prioritarias	0
6	Madres y padres trabajadores del programa estancias infantiles	419
7	Responsables del programa estancias infantiles	17
8	3x1 para migrantes	0
9	Programa de empleo temporal	0
10	Programa de atención a jornaleros agrícolas	0
11	Programa de fondo nacional de fomento a las artesanías	0
12	Programa de opciones productivas	0
Total		27.779

Fuente: Elaboración propia con información de la consulta del padrón de beneficiarios de programas sociales federales. Datos publicados en el Catálogo Único de Claves de Áreas Geoestadísticas Estatales Municipales y Localidades de INEGI del mes de octubre del 2014.

## ***2.2. PROSPERA en Gobierno Tricolor***

El programa de desarrollo social PROSPERA, comenzó a funcionar dentro de la comunidad de San Cristobal Texcalucan a partir del gobierno de Vicente Fox en el año 2000 con el nombre de OPORTUNIDADES, y finalizó su funcionamiento durante el gobierno de Enrique Peña Nieto, en el año 2018, como programa PROSPERA, el cual contaba con 180 beneficiarias activas en la comunidad, al momento del cambio de gobierno y eliminación del mismo.

Durante el gobierno de Peña Nieto se da el cambio del programa OPORTUNIDADES al de PROSPERA, que fue un programa federal mexicano cuyo objetivo era el desarrollo humano de la población en pobreza extrema y que brindaba apoyos en educación, salud, nutrición e ingresos. En él participaban la Secretaría de Educación Pública, la Secretaría de Salud, el

Instituto Mexicano del Seguro Social, la ex Secretaría de Desarrollo Social y los gobiernos estatales y municipales.

PROSPERA fue la principal estrategia del gobierno de Enrique Peña para contrarrestar la pobreza en el país; atendía a 6.8 millones de familias beneficiarias hasta el momento el que finalizó. Tuvo como objetivo, además de la asistencia social directa, promover la autonomía económica de sus empadronados mediante la producción de empleos e inclusión productiva de las mujeres.

A nivel nacional, identificó los hogares que se encuentran en situación de pobreza a través de una encuesta socioeconómica y demográfica que determinó su incorporación al programa. La titular beneficiaria, que generalmente era la madre de familia o quién se hace cargo del hogar, debía cumplir junto con la familia, corresponsabilidades en los ámbitos de salud y educación para poder recibir los apoyos monetarios (Reglas de Operación PROSPERA, 2012).

Durante su sexto informe de gobierno, el ex -presidente Enrique Peña Nieto declaró que hubo un incremento en el apoyo de PROSPERA: de 5.8 familias incorporadas en 2012, a 6.9 familias en 2018 (19% más), además de incluir becas de educación superior y proyectos productivos que permitieron a las ex -beneficiarias salir de su situación de pobreza. Afirmó que se logró cubrir una fuerte cantidad de servicios de salud, a la vez que se mejoró la calidad de los hogares y el suministro de servicios básicos, con el fin de apoyar su economía: "De continuar con esta tendencia, México podrá erradicar en su totalidad ese problema [...] México podrá erradicar la pobreza extrema antes de concluir la siguiente década" (Sexto Informe de Gobierno, 2018).

Según el CONEVAL, los resultados respecto a los índices de pobreza al cierre del gobierno de Enrique Peña Nieto fueron deplorables, ya que a pesar de haber sido uno de los principales compromisos del sexenio, se obtuvo una medición promedio del 60.9%. En el periodo medido, las personas en pobreza pasaron de 41.8 millones en el año 2012, a 44 millones en el 2016, mientras que la población en pobreza extrema pasó de 11.5 millones, a 9.4 en el mismo periodo, por lo tanto, y de acuerdo con los datos proporcionados por el CONEVAL, 2,1 millones de personas salieron de la pobreza extrema, mientras que hubo un aumento de 2.2 millones de personas en pobreza moderada (CONEVAL, 2016-2018).

Según datos del sexto informe (2018), de los 33 millones de hogares mexicanos 9.3 millones se encabezan por una mujer, por tal motivo se implementó el "Seguro de vida para jefas de familia", el cual cubría a más de 6.8 millones de madres incorporadas, y en consecuencia, a 59,633 niñas, niños y jóvenes que no tienen una figura paterna, los cuales recibían apoyos para continuar su educación.

Remitiéndonos al sector de educación, PROSPERA otorgó alrededor de 6.4 millones de becas a niñas, niños y jóvenes durante el ciclo escolar 2017-2018, de las cuales cinco millones fueron para educación básica (2.9 millones en primaria y 2.1 millones en secundaria) y 1.4 millones de educación media superior. Durante ese mismo periodo se entregaron 12,379 “Becas de Apoyo a la Educación Básica de Madres Jóvenes y Jóvenes Embarazadas” a niñas y jóvenes vulnerables y afectadas por el embarazo y la maternidad prematura, para que tuvieran acceso, permanecieran y concluyeran su educación básica.

El programa PROSPERA benefició a más de 2.1 millones de jóvenes. Esto significa que la mayoría de los estudiantes en planteles públicos de la educación media superior, provenientes de los primeros cuatro sectores socioeconómicos de ingreso (deciles) contaron con una beca de PROSPERA o de la SEP.

Dentro del sector salud, el Sistema de Protección Social en Salud, de septiembre de 2017 a junio de 2018, reveló la adhesión de 53.3 millones de beneficiarios, 0.77% superior respecto a los 52.9 millones de diciembre de 2012. En la CNCH, de septiembre de 2017, a junio de 2018, se incorporaron dos millones 601 mil 132 personas, y sumaron 18 millones 118 mil 641 que utilizaron este método.

En cuanto al Componente de Salud de PROSPERA, el Programa de Inclusión Social, otorgó a las familias beneficiarias y de manera gratuita, el “Paquete básico garantizado de salud” de septiembre de 2017, a junio de 2018, y realizó un aumento progresivo a las 27 intervenciones de salud pública del Catálogo Universal de Servicios de Salud del Sistema de Protección Social en Salud, con el objetivo de promover los servicios de salud preventivos, el autocuidado de la salud y de alimentación más sana, para todos los integrantes de las familias de las beneficiarias activas en ese momento.

Al sexto año de gobierno, el IMSS-PROSPERA atendió a 7 millones 993 mil 015 personas integradas al Sistema de Protección Social en Salud, distribuidas en 28 entidades de la República Mexicana.

Dentro del Componente de Salud de PROSPERA, entre enero de 2013 y junio de 2018 se llevaron a cabo las siguientes acciones: Se estima la impartición de 26,058,723 cursos sobre temas relacionados con alimentación y salud, adolescencia y sexualidad; sobrepeso y obesidad; prevención de adicciones; detección de cáncer de mama y desarrollo infantil, entre otros. Dentro de las acciones de la Estrategia de Desarrollo Infantil y Estimulación Temprana del Componente de Salud PROSPERA en los Servicios Estatales de Salud, de enero de 2013 a junio de 2018 destacan: en unidades de salud de primer nivel de atención, se estima la realización de 1,695,676 intervenciones de estimulación temprana a la población de PROSPERA (Peña Nieto, 2018).

En cuanto al contexto gubernamental del sexenio de Peña Nieto, se debe destacar de entrada, el regreso del PRI a la presidencia el 30 de agosto de 2012: Enrique Peña Nieto es declarado presidente electo de México por el tribunal electoral a pesar de las impugnaciones de Andrés López Obrador respecto a compra de votos, agravios por exceso de gasto y financiamiento ilegal.

Peña Nieto contaba con el 50% de aceptación de la sociedad y recibe un país con el 45% de la población en pobreza y en el que se cometían 63 homicidios por día (*Proceso*, 2016).

En 2013, dentro de los compromisos establecidos en el Pacto por México, se anuncia e implementa la Reforma Educativa, y Peña promulga la reforma a la Ley General de Educación, la Ley del Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación y la Ley General del Servicio Profesional Docente. La reforma fue duramente criticada por supuestamente buscar quitar poder y autonomía al CNTE (Consejo Nacional de Trabajadores de la Educación), por ser administrativa y no educativa, y por responder a intereses políticos y empresariales ajenos al ámbito educativo (*Proceso*, 2016).

En 2014 se aprueba e implementa la Reforma Energética, que fue aprobada por las cámaras de diputados y senadores en diciembre del 2013. La reforma buscaba bajar costos de luz y gas, aumentar la inversión, generación de empleos y reforzar a las instancias de Petróleos Mexicanos (PEMEX) y de la Comisión Federal de Electricidad (CFE) (*Diario Oficial de la Federación*, 2014).

En 2016 el nivel de pobreza se redujo 1% respecto de 2012, sin embargo, era poco relevante en relación al incremento en el presupuesto destinado al combate a la pobreza y de los programas sociales: el país aún contaba con 53 millones de pobres (CONEVAL, 2016). En 2017 el PIB creció más de 2% pero con una tasa de desempleo del 3%. Se registran más de un millón de trabajadores informales que no contaban con seguridad social.

Se destaca el caso Odebrecht, empresa que pagó 788 millones de dólares en sobornos a políticos y empresarios, entre ellos Emilio Lozoya, coordinador de vinculación internacional del PRI durante la campaña de Enrique Peña Nieto (*Proceso*, 2016).

El año 2017 fue el más violento en 20 años, con más de 80 personas asesinadas diariamente. Mientras tanto el presidente destinaba recursos en su publicidad para recuperar el nivel de aprobación, que alcanzó el 25% ese año. El dólar alcanzó casi los 20 pesos (*Proceso*, 2016).

Se realizan las elecciones de 2018, en las que se da una clara preferencia por el candidato Andrés Manuel López Obrador. A pesar de los esfuerzos de los candidatos de oposición es claro que es él quién resulta ganador.

Se puede observar una fuerte crisis económica y social durante el gobierno de Peña Nieto acompañada de actos descarados de corrupción, es por esa razón que los logros que se rescataban de esta administración era la de los programas sociales, especialmente el de PROSPERA, ya que era el programa federal más grande e importante del gobierno, es por eso que resulta tan relevante su presencia y es importante a su vez, dar a conocer el contexto en el originó y los antecedentes que tuvo antes de llegar a consolidarse como tal.

### ***2.3. La transición al Neoliberalismo y el inicio de PROSPERA***

- El entonces electo presidente Carlos Salinas formaba parte del grupo de los “tecnócratas”: políticos formados en el extranjero con ideas neoliberales y con conocimiento técnico para manejar las variables económicas del país. El gobierno de Salinas se enfocó al ámbito económico: consiguió una significativa reducción de la deuda externa que pasó del 63% del PIB en 1982, a sólo el 22% en 1994 al final de su mandato, a costa del endeudamiento del país.

Uno de los aspectos más relevantes del gobierno de Salinas fue la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC), con el que México abre oficialmente su economía a los mercados más importantes del mundo. Esto llevó a pensar que México estaba preparado por fin para convertirse en un país “del primer mundo”.

En los años de 1991 y 1992, Salinas privatiza a la banca, la cual no era sólida; el sistema bancario mexicano tenía muchos problemas financieros. En su intento por resolver los conflictos, el ex -presidente adquiere tesobonos y mantiene el tipo de cambio mediante bonos que hundieron al país en una deuda que había sido adquirida en pesos para ser cobrada en miles de millones de dólares (Clío, 2015). Empezó la privatización de más de mil empresas que poseía el gobierno, a las que consideraba como improductivas y que implicaban una carga económica fuerte para el país; con ello logró liberar recursos que destinó al pago de la deuda externa y a la creación de programas sociales.

Crea el programa SOLIDARIDAD, antecedente del programa PROSPERA, el cual representó el interés del gobierno por el combate a la pobreza y reformó la constitución para que los ejidos pudieran convertirse en pequeñas propiedades, lo que representó la liberación del control desmedido que el gobierno ejercía sobre los campesinos (Clío, 2015). Este fue el inicio de una serie de programas asistencialistas que continuaron durante los siguientes 4 sexenios, hasta llegar al antes mencionado programa PROSPERA durante la administración de Enrique Peña.

SOLIDARIDAD se convirtió en eje de la política social de Salinas de Gortari; se invirtieron miles de millones de dólares para crear infraestructura, dar créditos y llevar servicios a

comunidades rurales y marginadas del país. El nombre y giro del programa se escogieron estratégicamente a partir del lema solidaridad, que venía del terremoto de 1985 y por ello llegaba emocionalmente a los ciudadanos, se contó con el apoyo de Televisa (empresa que actuaba en conjunto con el gobierno) para lograr la identificación y apoyo al mismo. Se compuso una canción interpretada por los artistas más importantes de la televisora para promover al programa, el cual efectivamente tuvo gran aceptación.

Entre los años de 1988 y 1994, la política de desarrollo social en México tomó un giro hacia la modernización como acción del gobierno para que no aumentara la pobreza, ni la pobreza extrema como respuesta a los cambios de las reformas estructurales, las cuales suelen tener altos costos sociales. Salinas de Gortari consideró que era necesario fortalecer a los grupos menos privilegiados mediante programas como el de SOLIDARIDAD, y la democracia industrial para lograr mayores beneficios. Salinas planteó un liberalismo social en el que se remplazara la idea de caridad por la del programa, debido a las consecuencias profundas en la sociedad en cuanto un endurecimiento del poder político y la restricción de las libertades democráticas que trajo la apertura del país hacia el neoliberalismo (Clío, 2015).

Es así como el 5 de diciembre de 1988 el presidente Carlos Salinas firma el acuerdo que crea la Comisión del Programa Nacional de Solidaridad. El objetivo fundamental era combatir los precarios niveles de vida de la sociedad en pobreza y garantizar la realización de programas especiales para la atención de grupos indígenas y de la población objetivo en materia de salud, educación, alimentación, vivienda, empleo y proyectos productivos, los cuales componían los rubros del programa; se encargaba de localizar los estratos pobres del país y apoyarlos mediante la participación social en la comunidad; atendía a los mexicanos que vivían en condiciones de pobreza y cuyas necesidades básicas no estuvieran cubiertas en materia de nutrición, salud, educación, vivienda, medio ambiente, acceso a los servicios públicos y del sector productivo y así romper con el círculo vicioso que reproduce y aumenta la pobreza generacionalmente.

La población objetivo eran los pueblos indígenas, campesinos del ámbito rural en zonas alejadas. Los comités repartían los recursos del gobierno federal para contrarrestar la pobreza; se acusó de utilizar este programa como instrumento de control electoral por parte del partido político del PRI. El programa se enfocó en proveer servicios de atención social, así como en la creación de infraestructura y eliminación de la pobreza extrema (Clío, 2015).

Institucionalmente pretendía replantear la relación entre el gobierno mexicano y la sociedad en el marco de la reforma económica que Salinas reconocía como modernización. Se enfocó en tres campos de acción: bienestar social, que mejoraba inmediatamente los niveles de vida; solidaridad para la producción de oportunidades de empleo y desarrollo de las capacidades; y la solidaridad para el desarrollo regional mediante la construcción de obras de

infraestructura de impacto regional y programas de desarrollo en dichas zonas. Salinas incluso creó el Instituto Nacional de Solidaridad (INS), que era un órgano desconcentrado de la Secretaría y servía para capacitar a los dirigentes populares y coordinadores sobre el programa. SOLIDARIDAD se convirtió en el eje de la nueva política social (Ontiveros, 2005).

El Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) se encarga desde 1990 de medir las dimensiones de la pobreza cada dos años y hacer una comparativa. Con base en ello se puede vislumbrar la situación de pobreza al final del gobierno de Carlos Salinas de Gortari. Según datos del CONEVAL, en 1994 el porcentaje era de 52.4%: disminuyó un 1.1% en comparación con el 53.5% con el que terminó Miguel de la Madrid en 1988 (CONEVAL, 1994).

Al cierre del sexenio de Salinas, el candidato a la presidencia, Luis Donaldo Colosio, fue asesinado el 24 de marzo en Lomas Taurinas, Tijuana. Colosio fue sustituido por Ernesto Zedillo, quién llegó a la presidencia el 1 de diciembre de 1994 y recibió un país abierto al libre mercado con acuerdos comerciales a nivel internacional, pero también completamente endeudado y con una de las crisis económicas más fuertes de su historia, en la que se da una fuerte fuga de capitales extranjeros debido a la inestabilidad política y económica.

#### ***2.4. La crisis de Zedillo y un intento de PROGRESA***

Ante la crisis económica con la Zedillo recibe al país, propone devaluar 15% el peso; dicha propuesta fue rechazada por el Congreso. El peso adquiere un valor de 8 pesos por dólar y pierde 7 % de su valor; la reserva internacional pasa de 12 mil 200 millones de dólares a 3 mil 483 en 3 días, y se pide el pago por tesobonos adquiridos durante el gobierno de Carlos Salinas por 29 mil millones de dólares, deuda que se había adquirido en pesos y que ahora debía pagarse en dólares, lo que generó una fuerte fuga de capitales de algunas empresas que se encontraban en el país.

México no contaba con un plan sólido de política económica, fiscal, monetaria, ni de política de deuda pública que evitara la desestabilización económica, situación que lo llevó a su inevitable crisis e inestabilidad económica durante el inicio del sexenio del presidente Zedillo. El presidente de Estados Unidos, William Clinton, presta a México 20 mil millones de dólares y presiona a países del mundo para que prestaran a México un total de 53 mil millones de dólares, que estaban garantizados por PEMEX (Krauze, 2012).

Durante este gobierno se da uno de los fraudes más graves y descarados de la historia del país, con consecuencias que se pagan hasta el día de hoy: el FOBAPROA, iniciativa con la que

el presidente Zedillo supuestamente rescata a la banca nacional, cuando el principal cliente de la misma era justamente el gobierno. Ciudadanos y empresas tenían préstamos vencidos e incobrables y se quedó al borde de la quiebra del sistema bancario nacional y por ende del sistema económico del país (Krauze, 2012).

La solución fue que el gobierno adquiriera la cartera vencida para sanearla y proteger los depósitos de los ahorradores, a condición de que por cada peso del gobierno los accionistas inyectaran dos pesos al capital del propio banco. Así, el gobierno adquirió deuda recurriendo al Fondo Bancario de Protección al Ahorro, el famoso FOBAPROA, y después a recursos públicos mediante pagarés. La deuda pública interna en el sexenio de Zedillo creció 4 veces en 3 años, y la deuda total del país pasó de 240 mil millones, a más de un billón sin consentimiento del Congreso.

En la segunda mitad de su mandato Zedillo se enfocó en dotar al país de sólidos fundamentos macroeconómicos para eliminar la posibilidad de crisis de fin de sexenio. En el ámbito internacional, firmó nuevos acuerdos con la Unión Europea y con otros 28 países para diversificar y ampliar las opciones comerciales del país y no depender sólo de Estados Unidos. Las exportaciones de bienes casi se duplicaron en 3 años, aunque no se puede decir que la economía se recuperó del desplome de la crisis del 95 (Krauze, 2012).

En el plano político, surgen movimientos y protestas civiles de intelectuales y organizaciones no gubernamentales nacionales y extranjeras que piden detener la ofensiva militar contra el EZLN. Zedillo frena la represión armada y pide al EZLN terminar el enfrentamiento por la vía pacífica. El presidente decide resolver el conflicto atendiendo a los rezagos sociales de las comunidades de Chiapas, por lo que destinó mayores recursos para el combate a la pobreza y fomentó la generación de empleos.

Este escenario propició la continuidad del programa SOLIDARIDAD, ahora con el nombre de PROGRESA. El Programa Nacional de Solidaridad (Pronasol) fue la base del nuevo programa, el cual optó por enfocarse en la creación de capital humano integrando en un solo programa tres dimensiones básicas: salud, alimentación y educación. La interdependencia entre estos rubros garantizaba al programa mayor permanencia en el tiempo, ya que en teoría se lograrían personas más sanas, mejor alimentadas y con mejor educación, las cuales tendrían la posibilidad de acceder a mejores oportunidades de trabajo, evitando así el círculo intergeneracional de la pobreza (PROGRESA, 1999; Levy y Rodríguez, 2005).

PROGRESA representó una innovación en lo que se refiere al tipo de apoyo que entregaba, en vez de subsidios o canastas de productos, se optó por entregar dinero en efectivo y sólo algunos apoyos específicos en especie, como el complemento nutricional, para evitar el uso político que esta entrega de dinero representaba para las familias más pobres, se decidió que fueran ciertas agencias financieras las que realizaran esta tarea, como la Banca Popular



(BANSEFI), el sistema de giros telegráficos (TELECOMM), e incluso la banca privada (BBV-Bancomer).

El programa, según palabras del ex-presidente Carlos Salinas en una entrevista realizada en el 2011, careció de institucionalidad, por lo que dependía de las decisiones del gobierno en turno, el cual podía quitarlo y ponerlo a su antojo si así lo quería. Las regulaciones del programa des-empoderaban al más pobre y lo hacía depender de la dádiva del gobierno con programas focalizados asistencialistas que no combatían la pobreza, sino que la mantenían o incluso la aumentaban.

La dinámica consiste en dar el apoyo para que en la estadística económica del país esa persona deje de ser pobre, pero sin ser parte de ese crecimiento, es decir, se crea un clientelismo gubernamental a cambio de votos y despensas en el que los beneficiarios reciben el apoyo del gobierno pero sin ser parte de la solución a su problema [...] que se empodere a la gente para que ellos sean los que salgan de su situación siendo sujetos de ese cambio y no objetos únicamente del apoyo gubernamental, sino que ese apoyo sea un medio de empoderamiento para que con el esfuerzo de los individuos permita mayores y mejores resultados en su beneficio (Salinas, 2011).

PROGRESA se enfocó a comunidades rurales y en la lucha por la desigualdad de género se otorga el apoyo a las madres de familia, pero debido a la problemática económica que enfrentó el gobierno de Zedillo, el desarrollo social, y por ende los programas sociales, se dejaron de lado para enfocarse en el rescate de la economía y atraer nuevamente a la inversión de capital extranjero.

Situación de pobreza al final del sexenio de Zedillo: en el año 2000, según datos del CONEVAL, fue de 53.6 %, por lo tanto, hubo aumento de la pobreza del 1.2% en comparación con el 52,4% con el que terminó el gobierno de Carlos Salinas (CONEVAL, 2000).

### ***2.5. El fin de la Dictadura Priísta y más OPORTUNIDADES***

El 2 de julio del 2000, el presidente Zedillo anuncia por primera vez el triunfo de un candidato de otro partido, sólo 15 minutos después de que se dieran a conocer las primeras cifras oficiales sobre los resultados, situación que cierra por completo la posibilidad de fraude en las elecciones, ante esto, los viejos priístas se levantaron en su contra exigiendo incluso su expulsión del partido: el viejo sistema político comienza a perder consistencia, los mismos miembros se unieron para crear nuevos partidos y pedían que se votara en contra de los propios candidatos del PRI (Krauze, 2012).

Fox llega a la presidencia como el primer candidato de oposición, representaba todo aquello que la sociedad buscaba: sacar al PRI de la presidencia, alguien nuevo, diferente y con otros ideales, Fox llega a la presidencia con un alto nivel de popularidad, pero desde un inicio tuvo problemas por no tener cuidado al actuar y sobre todo al hablar.

Las reformas que promulgó en materia indígena provocaron el enojo de la población, así como del movimiento zapatista; en materia fiscal propuso aplicar el IVA en alimentos y medicinas, pero el Congreso rechazó esa reforma; de igual manera, sus iniciativas en materia energética, política y laboral fueron rechazadas por el Congreso. Aún así, el gobierno de Fox logró mantener la estabilidad económica que se había logrado al final del gobierno de Zedillo con inflación controlada, alta inversión extranjera y crecimiento de turismo, pero con mal crecimiento del empleo y del PIB (Clío, 2016).

Vicente Fox mantuvo al programa PROGRESA para atender el problema de pobreza, este continuó operando normalmente durante 2 años. Sin embargo, en 2002 se emitió un decreto que anunciaba la creación del Programa Nacional de Desarrollo Humano OPORTUNIDADES, que reemplazaba a PROGRESA.

El reemplazo de PROGRESA por OPORTUNIDADES no se enfocó únicamente en el cambio de nombre, sino que también tuvo otras variaciones importantes respecto a su estructura y operación, en gran parte, debido a la corriente cívica que logró transformaciones importantes, dentro de las cuales se planteó que se diera la cobertura del programa a zonas urbanas, lo que permitió una mayor “densificación”, así como la incorporación de nuevos componentes, objetivos, estructura administrativa y cambios en la relación entre el programa y las familias beneficiarias.

Los resultados indicaron que OPORTUNIDADES impactaba negativamente a las familias beneficiarias en su nivel de renta *per cápita* mensual por concepto del trabajo en 101.95 pesos, esto debido a que su inserción en él provocaba que se diera una disminución en los ingresos independientes de la familia por casi 102 pesos al mes, lo que mostró cómo el programa OPORTUNIDADES (al igual que los otros) no favoreció la producción y mantenimiento independiente de la familia beneficiaria (que irónicamente es el objetivo que se busca alcanzar) sino que mantiene o incrementa la dependencia (Hevia, 2009).

Al terminar Fox su sexenio la pobreza se redujo en más de 10 puntos porcentuales, al alcanzar 42.9% (CONEVAL, 2006).

## ***2.6. Un Sexenio muy violento, pero continúan las OPORTUNIDADES***

La llegada de Felipe Calderón a la presidencia fue compleja y dentro de un ambiente polarizado y dividido. El margen de diferencia entre el ganador (Felipe Calderón) y el segundo lugar (Andrés Manuel López Obrador) fue únicamente de 0.56%, razón por la que el equipo de López Obrador no reconoció el triunfo de Calderón e impugnó la elección alegando fraude en su contra. Esta situación generó una tensión muy fuerte en el país, en la que una proporción considerable dudaba y cuestionaba a las instituciones del país, creyendo realmente que se cometió fraude electoral (Grupo Reforma, 2012).

Durante el gobierno de Calderón, casi inmediatamente después de que asumiera el mando, se desató la llamada guerra contra el narcotráfico y el crimen organizado, en la que las fuerzas armadas del ejército y marina salen a las calles a combatir. Se llevó a cabo la operación Michoacán, que logró buenos resultados y ayudó a limpiar la imagen del presidente en relación a los cuestionamientos sobre el fraude electoral.

En 2007 Calderón consigue, con el apoyo del PRI y en contra de la izquierda, lo que consideraba como la reforma más importante que ha tenido México en los últimos años: “La nueva ley del ISSTE”, la cual proponía un sistema de cuentas individuales para pensiones de los nuevos trabajadores y el aumento paulatino de la edad para el retiro de los afiliados al ISSTE. También presenta en el 2012, la Reforma Laboral y la Ley General de Contabilidad Gubernamental. La Reforma Laboral se aprobó con limitantes en materia sindical.

Durante el gobierno de Calderón, el programa OPORTUNIDADES se conservó como se había llevado durante el gobierno de Fox, cuya ampliación del mismo a zonas urbanas en las que se vive con menos de 4 salarios mínimos incluyó la entrega de becas para educación media superior y el apoyo a adultos mayores. Calderón aumentó el apoyo de 529 a 830 pesos y otorgó apoyo alimentario (para comunidades sin infraestructura escolar y médica) y pisos firmes (sustituía pisos de tierra por pisos de concreto).

De igual forma se añadieron estrategias para impedir el uso del programa con propósitos político-electorales, se dio mayor fuerza al sistema de atención ciudadana y se determinaron los derechos de los titulares. Sin embargo, estos cambios resultaron poco relevantes en el campo del combate a la pobreza, ya que se enfocaban únicamente en la mejora de la operación del programa (Hevia, 2009).

Podría asumirse que la incorporación de la población urbana permitió mayor alcance y protección a este sector que se consideraba desatendido; sin embargo, no tuvo alteraciones en cuanto a las corresponsabilidades, los montos o la operación del programa, más allá de que las evaluaciones sí mostraron variaciones relevantes respecto de los costos que tenían

por objetivo en el cumplimiento de sus corresponsabilidades (Escobar y González de la Rocha, 2005).

Otro beneficio que se dio con OPORTUNIDADES fue el aumento de operadores locales, médicos, profesores y los intermediarios que el mismo programa creó para lograr un mayor y mejor control sobre las familias beneficiarias a través de la certificación de las condicionalidades (Hevia, 2009). Al exterior del programa, los cambios que propició la corriente cívica tampoco tuvieron transformaciones profundas en el conjunto de la política social: se enfocó en cumplir con los objetivos que se les habían otorgado, pero no se logró la inclusión del programa en el conjunto de la política social. Sin embargo, uno de sus mayores logros fue sentar las bases de un Sistema Nacional de Desarrollo Social.

De acuerdo con el sexto informe de Gobierno de Felipe Calderón, OPORTUNIDADES y el Programa de Apoyo Alimentario beneficiaron a 6 millones, 500 mil familias (Informe de gobierno, 2012). Al terminar Calderón su gestión en 2012, los niveles de pobreza patrimonial se situaron en 52.3% de la población (CONEVAL, 2012).

### ***2.7. ¿Mejoraron las condiciones de vida de las beneficiarias durante el periodo 1998-2018?***

El objetivo de los programas sociales mencionados a lo largo de este capítulo, fue propiciar oportunidades productivas en las beneficiarias para que generaran sus propios ingresos. Sin embargo, y de acuerdo con los datos analizados de las evaluaciones del CONEVAL, los resultados no fueron del todo exitosos: el presupuesto destinado a estos programas se incrementó, pero la pobreza no disminuyó, por el contrario, aumentó; además de que los beneficiarios no han sido empoderados para poder sostenerse económicamente por si mismos y ser parte del crecimiento económico del país.

Se manejó un doble discurso en cuanto a los derechos y corresponsabilidades que debían cumplir las beneficiarias, ya que tenían derecho a desempeñar un trabajo digno, esto es, a contar con un empleo que les permitiera mejorar su calidad de vida y la de su familia, pero al mismo tiempo se les decía que no era necesario que trabajaran, ya que contaban con el apoyo del gobierno para que pudieran estar al pendiente de su hogar y no hubiera impedimento para que asistieran a las juntas del programa, así como a las pláticas y consultas de salud, reuniones MAPO (mesas de atención), trámites, entrega de documentación, desgloses, eventos del programa, etc.

Por tal razón, era imposible para un número significativo de beneficiarias poder trabajar, razón por la que terminaban dependiendo del apoyo del programa y se mantenían al interior

del hogar, dentro de un contexto de pobreza. La situación se volvía un laberinto sin salida, ya que, si querían trabajar, debían renunciar al beneficio, lo que no les permite salir de su situación económica precaria y son dependientes del gobierno. Para que realmente se logre eliminar la pobreza es necesaria una política productiva que propicie la generación de ingresos autónomos, en camino hacia un Estado de Bienestar.

### *2.8. El viraje a la Izquierda*

El triunfo de Andrés Manuel López Obrador para la presidencia de México es histórico por el mayor número de votos registrados en la historia del país, con treinta millones ciento trece mil cuatrocientos ochenta y tres, el 53.19% del total. Su partido de origen, Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), logra también la mayoría de los triunfos en cuanto a los cargos de diputados y senadores, así como el de la gubernatura de la Ciudad de México, con Claudia Scheinbaum.

Según lo expuesto en el informe del presidente López Obrador a 100 días de su gobierno, se cumplieron 62 de los 100 compromisos que el mandatario contrajo con los ciudadanos mexicanos en su toma de protesta como presidente de México, el 1 de diciembre de 2018, mientras que los 38 restantes, ya se encuentran en proceso de llevarse a cabo. “Ya empezamos a escribir el prólogo de la gran obra de transformación nacional” (López Obrador, 2019).

Uno de los compromisos más importantes del presidente López Obrador es el combate a la pobreza, eliminando los privilegios desmedidos de los que más tienen y eliminando la corrupción. El enfoque es atender las necesidades de las personas en pobreza y pobreza extrema para sacarlos de esa situación y permitirles generar sus propios ingresos.

Su campaña para la presidencia de 2012 se centraba primordialmente en este punto, pero para la del 2018 su enfoque cambió un poco; a pesar de que su objetivo seguía siendo personas de bajos recursos, durante esta campaña manejó un discurso más bien moderado que se enfocaba primordialmente en combatir y terminar la corrupción, para gobernar con el ejemplo, con austeridad. Ya en su cargo como presidente ha retomado su interés en el combate a la pobreza, aunque parece haber regresado hacia una política asistencialista.

Su discurso de 2018 buscó visualizar un México con mayor crecimiento económico, en donde no se vea a los empresarios como enemigos, sino al contrario, trabajar en conjunto para lograr que se convierta en una potencia económica con desarrollo y compromiso social, mediante el aprovechamiento de todos sus recursos. Se comprometió a generar más empleos para la población y anunció que hasta la fecha se han creado más de 200 mil nuevos empleos; también afirma que el poder adquisitivo del salario ha mejorado. Busca ejercer una mejor política autónoma y moral, para alcanzar un estado de Bienestar Social.

“Vamos a seguir construyendo en armonía la Cuarta Transformación. También es reconciliación. Vamos a seguir construyendo, entre todas y todos, la bella utopía; vamos a seguir caminando hacia el gran ideal de vivir en una patria nueva, libre, justa, democrática y fraterna” (López Obrador, 2019).

Entre sus compromisos en el combate a la corrupción, ha implementado un plan económico en el que promete no adquirir deudas para financiar el presupuesto, ni gastar más de lo que ingresa en hacienda pública. El plan permite liberar reservas (700 mil millones de pesos) para el desarrollo del país sin perjudicar a la economía, la cual actualmente se encuentra bastante afectada. Establece que ninguna persona que ocupe un cargo público puede ganar más que el presidente, cuyo sueldo es de 108 mil pesos mensuales (Informe, 2019).

En materia energética, López Obrador sigue en pie con su compromiso de rescatar al sector energético, enfocado en PEMEX y CFE; sin embargo, en el mes de enero, justo al inicio de su gobierno, se desata una crisis que produce un desabasto de gasolina en al menos seis estados de la República, incluida la Ciudad de México. El desabasto fue resultado de una estrategia del presidente López Obrador en contra del “huachicoleo”. Se explicó que el problema se agravó debido a la falta de distribución coordinada y por el robo de combustible dentro de la petrolera de PEMEX.

A pesar de que el presidente reconoce la labor de las secretarías de la Defensa Nacional y de Marina, así como el Gabinete de Seguridad, los resultados en el ámbito de seguridad nacional han sido objeto de fuertes críticas y más por haber sido unos de sus principales compromisos, ya que se ha incrementado la violencia e inseguridad durante los primeros meses que lleva de gobierno.

En el ámbito de apoyo y desarrollo social, López Obrador afirma que se destinarán más de trescientos mil millones del presupuesto público, al aumento de calidad de vida de la gente menos privilegiada y más necesitada del país, esto a partir de “Programas Integrales de Bienestar” que sustituirán a la SEDESOL.

Sin embargo, esta acción implica la eliminación, transformación o fusión de distintos programas de apoyo como el de PROSPERA, que los gobiernos anteriores mantenían activos, tales como estancias infantiles, instancias de apoyo a mujeres maltratadas, apoyo a adultos mayores de 65 y más, apoyo a madres de familia, entre otros, con el argumento de que eran instituciones corruptas y se encontraban viciadas.

Se busca que las personas reciban el apoyo de manera directa y con ello se elimine el enriquecimiento ilícito de las instituciones de gobierno. Cómo ya se mencionó, elimina el programa PROSPERA argumentando que no ha cumplido con los objetivos planteados sobre combate a la pobreza, sino que más bien ha funcionado como programa asistencialista y

clientelar, que sirve para compra de votos, corrupción y chantaje. Declara que su gobierno busca combatir de raíz el problema de la pobreza y no mantenerlo, como se ha hecho hasta el día de hoy. Aún así, al término de sus primeros 100 días en el gobierno, AMLO tiene la histórica aceptación del 78% de ciudadanos que aprueban su gestión.

## ***2.9. ¿Qué sigue después de PROSPERA?***

Con el gobierno de López Obrador el programa PROSPERA se transforma en Becas de Bienestar Benito Juárez, con un presupuesto de 68 mil 540 millones de pesos. Este cambio implica la pérdida de la tríada entre el sector salud, de alimentación y educación con el que las beneficiarias mantenían ciertos beneficios como los comedores institucionales, pero también elimina sus responsabilidades como la asistencia a pláticas y consultas de salud, y la asistencia a INEA para recibir educación básica. Ahora se cuenta únicamente con el apoyo educativo de becas a jóvenes desde primaria y hasta Universidad.<sup>10</sup>

A partir del 2020 el sector salud queda a cargo del Instituto de salud para el Bienestar, antes Seguro Social, sin embargo el privilegio de atención a consultas y pláticas de salud con el que contaban las ex -beneficiarias de PROSPERA les fue retirado, perdieron beneficios como: atención y seguimiento durante el embarazo, partos sin costo, atención y seguimiento a enfermedades crónicas, pláticas de salud y sexualidad para adolescentes, entre muchos otros beneficios para ellas y sus hijos, sumado al hecho de que ahora les cuesta mucho más trabajo recibir la atención (Testimonios de Ex -beneficiarias de PROSPERA, 2020).

### *Nuevas regulaciones del gobierno de Andrés Manuel López Obrador*

El presidente López Obrador realizó cambios relevantes en varios de los programas sociales que habían operado en los gobiernos pasados, los cuales, a su juicio, habían sido ineficientes. Este organismo muestra el estudio del Análisis de los Programas Sociales del PEF 2018 y 2019, que de los 150 programas registrados el año pasado, se han eliminado 12 y se han creado alrededor de 18 nuevos programas, además de que 6 sufrieron modificaciones, 3

---

<sup>10</sup> SEGUNDO.-Se aboga el Acuerdo por el que se emiten las reglas de operación de PROSPERA Programa de Inclusión Social, para el ejercicio fiscal 2018, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 2017.

TERCERO.- A partir del ejercicio fiscal 2019, las becarias y becarios en Educación Media Superior que estaban registrados en PROSPERA Programa de Inclusión Social transitarán al programa Beca Universal para Estudiantes de Educación Media Superior Benito Juárez. En tanto las becarias y becarios de PROSPERA de dicho nivel educativo no cuenten con un medio de pago propio, recibirán los montos de sus becas en los medios de pago de la o el Titular de la familia beneficiaria en la que se encuentren registrados.

CUARTO.- A partir del ejercicio fiscal 2019, las becarias y becarios en Educación Superior que estaban registrados en PROSPERA Programa de Inclusión Social transitarán de manera directa al programa Jóvenes Construyendo el Futuro, en su modalidad educativa denominada Jóvenes Escribiendo el Futuro, o al Programa Nacional de Becas. Lo anterior, siempre y cuando cumplan con los requisitos establecidos en los Lineamientos de ambos programas y en función de la disponibilidad presupuestal. (Diario Oficial de la Federación, 2019)

cambiaron de dependencia, 6 recibirán recursos de más secretarías y otros tantos se unificaron entre sí.

La estrategia del presidente supuestamente busca reducir las carencias de los beneficiarios, además de efectuar las transferencias monetarias de forma directa para evitar su uso con fines electorales.

Lo cierto es que las medidas parecen riesgosas y no se puede tener un dictamen claro respecto a la disolución de un programa como PROSPERA, en el que se contaba con corresponsabilidades de las ex -beneficiarias y gozaba de los componentes de salud, alimentación y proyectos productivos agregados al de educación; con el nuevo esquema el rubro de educación es el único que sobrevive, en él se dan becas sin condición y sin saber si es lo más adecuado para lograr los objetivos planteados. Saber si esta estrategia es la correcta y si efectivamente permitirá combatir a la pobreza o si simplemente la asistirá, se podrá comprobar con el tiempo y con los resultados arrojados durante la administración.

Es necesario crear una política social de Estado que realmente garantice la reducción de la pobreza y atienda las necesidades sociales de raíz del problema, que establezca como principal objetivo la transparencia en la operación de los programas, ya que anteriormente se desconocía si se alcanzaba a la población objetivo, así como el impacto real que tenía sobre la pobreza, la cual, según datos del CONEVAL y a pesar de los aumentos en el presupuesto destinado a estos programas, se ha mantenido e incluso aumentado.

### ***2.10. Conclusiones de este Capítulo***

De acuerdo con la pregunta de investigación: ¿Cómo influye PROSPERA como mediación institucional, entre otras mediaciones, en la construcción como audiencias y ciudadanas a mujeres ex -beneficiarias de este programa?. En este capítulo se analiza el contexto político, económico y social en que el programa fue creado, y a su vez se fue transformando según cada gobierno y cada situación que atravesaba el país. Esto nos permite tener una idea más clara de la situación de cada gobierno, lo que trajo como resultado la creación de programas como PROSPERA.

De igual forma, se explica el contexto y progreso que tuvo este programa a lo largo de los diferentes sexenios, visibiliza cuáles fueron los cambios más notables, dependiendo del contexto social, político y económico por el que atravesaba el país respectivamente, permitiendo una comprensión más profunda del objetivo de la creación, existencia y mantenimiento del programa en sí.



Dicho contexto describe la realidad en la que nos encontramos y ha estructurado la concepción de ciudadanía que cada sector de la población tiene de sí mismo. En el caso específico de las ex -beneficiarias del programa, las mujeres de PROSPERA se han formado cierto perfil de sí mismas correspondiente a su contexto sociopolítico. La pertenencia que tuvieron en el programa las ha empoderado como jefas de familia y titulares de los beneficios.

Con el nuevo gobierno y los cambios que realizó al programa, es interesante observar si será benéfico o perjudicial haber eliminado los rubros de salud y alimentación a la tríada que se tenía con la educación, eliminando así también las corresponsabilidades de las titulares. El efecto puede ser que el programa se vuelva más asistencialista de lo que era, lo cual sería justamente el resultado opuesto al que se busca en el combate a la pobreza.

De igual forma se traslada el enfoque del programa (las mujeres ex -beneficiarias, quienes eran las responsables de todas las corresponsabilidades) hacia los niños y jóvenes, cuya educación es el único objetivo. Las mujeres seguirán siendo responsables del dinero por ser sus hijos menores de edad, pero pierden la corresponsabilidad de asistir a juntas del programa y de salud. El análisis sobre el impacto que esto tendrá sobre ellas y la forma en que las afecta, es pertinente para observar si hay un importante cambio sobre su percepción como ciudadanas y mujeres empoderadas mediante el programa o no.

## **Metodología / Diseño de investigación**

## 1. Metodología

El objetivo de este capítulo es presentar la metodología empleada en el estudio para determinar la forma en que se lleva a cabo el proceso de recepción de ex -beneficiarias del programa PROSPERA, en contraste con mujeres que nunca pertenecieron al programa, lo que permitirá determinar si a partir de la influencia que se tuvo de la mediación de PROSPERA, sus ex -beneficiarias se volvieron más selectivas y críticas, factor que a su vez determinó su proceso de construcción como ciudadanas y audiencia, a diferencia de las que no tuvieron ese programa. Para ello se utiliza una metodología mixta, esto es, un análisis cuantitativo y cualitativo, con el propósito de determinar esa influencia que tuvo, y aún eliminado, tiene el programa, al igual que otras mediaciones, durante el proceso de construcción de ciudadanía y audiencia de la muestra.

La metodología mixta, como su nombre lo indica, implica la utilización tanto de la metodología cualitativa como de la cuantitativa. Para este estudio es necesario el empleo de ambas ya que se busca recabar información contable, que me permita argumentar con datos duros los supuestos que se hacen en cada categoría de análisis (las categorías pueden consultarse en anexos); mientras que la parte cualitativa, permite un acercamiento al interior de la comunidad y de la realidad de estas mujeres, una aproximación al ambiente y vida cotidiana de la muestra, logrando así cruzar dicha información con los datos duros, obteniendo resultados y conclusiones más sólidas.

Me enfocaré primero en definir a la Metodología Cuantitativa, que como ya se mencionó, se utiliza en este estudio para la obtención de datos contables respecto a la muestra y su entorno que permitan argumentar y sustentar esta investigación. Esta metodología fue la primera forma de estudio en desarrollarse dentro del campo de la investigación. Utiliza la recopilación y análisis de datos para responder a las preguntas de investigación y a su vez comprobar las hipótesis establecidas previamente, se respalda en la estadística, en el conteo numérico para determinar con precisión modelos de comportamiento en una población (Tamayo, 2007).

El método cuantitativo tiene su base en el positivismo<sup>11</sup>, busca los principios a través de métodos como la encuesta, utilizada en este estudio, para la obtención de datos dispuestos al análisis estadístico, es decir, es “*deductivo*”. La objetividad del investigador es esencial durante el análisis, éste observa, mide y manipula las variables, debe tener la precaución de desligarse de sus inclinaciones, ya que la relación con su muestra debe mantenerse independiente. Es así que lo que no se puede calcular y estudiar con exactitud, no puede considerarse como “*objeto*” de estudio (Tamayo, 2007).

---

<sup>11</sup> En la publicación de 1849 del Discurso sobre el espíritu positivo del filósofo francés Auguste Comte, se inicia en las ciencias sociales un paradigma denominado “positivista”.

Ahora bien, es necesario a su vez en este estudio el empleo de la Metodología Cualitativa para lograr una aproximación más profunda a la realidad de la muestra y poder obtener datos que no se alcanzan a lograr con la mera Metodología Cuantitativa, por lo que su aplicación y definición resulta igualmente importante.

*La Metodología Cualitativa* permite obtener datos representativos que permiten recabar información sobre la conducta observable de los individuos estudiados a través de un proceso inductivo, que lleve a comprender distintos matices de un suceso a partir de la apreciación de la audiencia que se encuentra involucrada en el mismo (Orozco, 2012). En ese sentido, Uribe (1994) afirma que la observación y la entrevista a profundidad, permiten adentrarse con mayor éxito en la vida cotidiana de la muestra, ya que son los mismos sujetos quienes brindan información sobre la forma en que se representan frente a la sociedad a la que pertenecen.

La investigación cualitativa se basa en la fenomenología, la hermenéutica y la heurística, representando así una óptica que analiza la realidad y la vida cotidiana, es aquí que esa realidad se abre a la significación y permite vislumbrar la complejidad de la realidad de forma más profunda (Geertz, 1989). El carácter cualitativo de la metodología es más profundo que general; por lo tanto, su procedimiento metodológico es más intensivo que extensivo, con el fin de comprender mejor al fenómeno (Covarrubias, 1998).

## ***2. Técnicas de Investigación***

Las técnicas utilizadas en la investigación fueron; la encuesta, para el método cuantitativo; y la entrevista a profundidad, para el método cualitativo. Estos métodos se utilizaron con el objetivo de recabar información empírica relevante que permita visualizar de manera más evidente las diferentes mediaciones que atraviesan constantemente a estas mujeres y que determinan sus hábitos de consumo de distintos medios. Estos datos facilitan la estructuración y sustento de la investigación para argumentar y respaldar la hipótesis planteada.

Se utilizó la encuesta, que consiste en la investigación realizada sobre mi muestra representativa de un conjunto más grande y que se realiza en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procesos de interrogación con el objetivo de obtener datos cuantitativos sobre las características objetivas y subjetivas de la comunidad.

La encuesta utiliza como recurso el cuestionario para obtener la información requerida. El cuestionario, se conforma de un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, y deben estar estructuradas con una determinada planificación, con el objetivo de

que las respuestas me puedan proporcionar toda la información necesaria, de forma precisa (Alvira, 1993).

El cuestionario que se elaboró constó de 50 preguntas, y ahondó en diversos temas que permitieran obtener información sobre la composición familiar, prácticas y preferencias de consumo televisivo, situación sociodemográfica, equipamiento doméstico, así como su noción de ciudadanía y percepción sobre el funcionamiento que el programa PROSPERA tuvo con el gobierno anterior, y los cambios que tuvo con el nuevo gobierno.

Para la parte cualitativa, se utilizó la entrevista a profundidad, la cual busca ir más allá de la simple recolección de datos, sino que intenta establecer una conversación que permita generar vivencias con la comunidad, pretende también aprender sobre la experiencia de vida de las investigadas, sobre los acontecimientos y actividades que realizan y no se logran de la observación directa (Taylor & Bogdan, 1987). La entrevista, es una herramienta de la investigación cualitativa en la que prevalece un orden implacable, lo que resulta útil al momento de comparar respuestas de los individuos estudiados (Orozco, 2012).

Se busca recuperar lo popular como objeto de estudio para poder manifestar de la manera más precisa posible, la forma en que se desenvuelve la vida cotidiana de estas mujeres y el modo en que se llevan a cabo sus procesos de recepción e interiorización de contenidos. El propósito de emplear la entrevista a profundidad es explorar, describir, comprender y con base en ello, explicar mediante el análisis de la recepción, los procesos de construcción como ciudadanas y audiencias, que realiza la muestra.

### ***3. Fases de la Investigación***

#### *Levantamiento de Información*

Cómo ya se mencionó, se utilizó una metodología mixta para el análisis de esta investigación. Es así que la primera fase del estudio se refiere a la parte cuantitativa mediante el empleo de la encuesta, para recabar información y datos sobre consumos televisivos, caracterización de las mujeres ex -beneficiarias de PROSPERA, su recepción de contenidos televisivos y otras plataformas como Internet, así como su noción como audiencia y ciudadanas.

La teoría de las mediaciones, por otra parte, ayuda a obtener información que va más allá de la simple recolección de datos, permitiendo convertir las variables en factores medibles (cuantitativos) enfocando la atención y observación en el punto de vista de las investigadas, para evitar interferir desde una perspectiva personal en la medida de lo posible.

La segunda parte de la investigación se refiere a la parte cualitativa, mediante la aplicación de una serie de entrevistas, además de una observación profunda de la comunidad y de la dinámica social, con el fin de identificar las principales mediaciones presentes y trascendentes en la vida de las entrevistadas. De igual forma, se busca comprender claramente el proceso por el que pasan antes, durante y después de la presencia de esas mediaciones, durante su construcción como audiencias y ciudadanas.

### *Muestra*

Mujeres de clase popular, ex -beneficiarias del programa PROSPERA, habitantes de la comunidad de San Cristóbal Texcalucan en Huixquilucan, Estado de México, que viven en condiciones económicas desfavorables.

### *Población*

Fase Cuantitativa de la Investigación: Mujeres pertenecientes a la localidad de San Cristobal Texcalucan en Huixquilucan, Estado de México. Se aplicó la encuesta a 25 mujeres que pertenecieron a PROSPERA y a 25 mujeres que nunca pertenecieron. La encuesta se aplicó del 16 enero al 18 de enero del año 2019, en la Parroquia de San Cristóbal de la comunidad de San Cristóbal Texcalucan.

Fase Cualitativa de la Investigación: Se realizaron 5 entrevistas a mujeres ex -beneficiarias del programa de desarrollo social PROSPERA, y 5 más, a mujeres que jamás estuvieron incorporadas al mismo. Las entrevistas se realizaron los días 13, 14, 15 y 16 de agosto 2019, y en base a ellas se realizó el análisis correspondiente a los datos arrojados durante el estudio. Las entrevistas se aplicaron de igual forma, en la Parroquia San Cristobal Texcalucan, lugar que funciona como punto de encuentro en la localidad para llevar a cabo eventos y anuncios importantes correspondientes a la misma, es por ello, que era el punto de reunión para todos los trámites relacionados con PROSPERA.

#### ***4. Procesamiento de la Información***

Cómo ya se explicó, se tomó al grupo de ex -beneficiarias de PROSPERA como unidad de análisis general y a la comunidad de San Cristóbal Texcalucan a la que pertenecen, como referente particular. Para ello se realizó un análisis cuantitativo con el fin de recabar datos duros, así como un análisis cualitativo para lograr el acercamiento y estudio de las mujeres de la comunidad. Se observó el tipo de interacción y convivencia que existe dentro de la comunidad, el contexto social en el que viven, implicaciones que pudieran generar el hecho de ser mujeres titulares de un programa de gobierno, para esto también se prestó atención a la postura que presentan respecto a las políticas gubernamentales que les conciernen. Estos factores influyen y determinan en gran parte, la forma en que se da el proceso de recepción y construcción de audiencias y ciudadanía por el que atraviesa la muestra.

Se seleccionaron las categorías de estudio en las que se iba a enfocar el mismo, generando así los cuadros de análisis correspondientes, esto con el propósito de codificar la encuesta de acuerdo a las variables generadas en dichas categorías. La encuesta se realizó con el objetivo de recabar datos importantes y relevantes que permitan estructurar y sustentar correctamente la presente investigación.

##### *La Encuesta*

La encuesta recabó datos sobre consumos televisivos, así como del uso y acceso a plataformas como Internet y cable o televisión de paga, tomando en cuenta el inventario tecnológico con el que cuentan. Se profundizó un poco para obtener información respecto a la forma en que reciben y procesan los contenidos televisivos y su postura ante esos contenidos, observando su interacción sociocultural dentro y fuera del hogar, así como la manera en que ese hogar se conforma.

Los rubros finales de la encuesta se refirieron al tema de ciudadanía, se cuestionó sobre su postura frente al programa PROSPERA, así como su postura frente a la administración del gobierno anterior de Enrique Peña Nieto y la nueva de Andrés Manuel López Obrador, su sentir y expectativa sobre dichos gobiernos; esto con el propósito de tener un primer acercamiento a su proceso de selección de contenidos televisivos y proceso de recepción de los mismos, a partir de su concepción como ciudadanas y audiencia.

Para efectuar el vaciado de información de datos y realizar las gráficas, se utilizó el Programa de Google Forms, Formularios de Google que permiten crear formularios sencillos en base a las necesidades que se tengan al momento de almacenar información, además permite que la labor de tabulación sea más simple, ya que al momento en que se realiza la captura de datos de las encuestas aplicadas, esos datos se almacenan a su vez en una hoja de cálculo de Excel

(un formulario de Google permite conectarte a una hoja de cálculo de Google) lo que permite esquematizarlos y graficarlos fácilmente.

### *Entrevista en Profundidad*

En cuanto al proceso cualitativo, se utilizaron de igual forma, las categorías de análisis para la selección de temas sobre los que se iba a profundizar durante las entrevistas, las cuales se transcribieron y decodificaron una a una en diferentes ejes temáticos para lograr un análisis más profundo y preciso sobre los asuntos tratados en ellas.

El objetivo fue mirar y estudiar el tipo relación que establecen estas mujeres con las diferentes mediaciones con las que entran en contacto diariamente, saber cuáles se encuentran más presentes en su vida diaria y la influencia que éstas tienen durante su definición y construcción como ciudadanas y audiencia, para así comprender la manera en que se lleva a cabo ese proceso a partir del contexto en el que se encuentran.

Se profundizó en datos personales para obtener información respecto a los temas de interés pertinentes a este estudio, como son: rasgos biográficos, género, clase social, ocio, convivencia familiar y comunal, tiempo libre, formas de entretenimiento e información en el contexto familiar, fiestas patronales y religiosidad.

Se prestó especial atención a entender la noción de ciudadanía que tienen estas mujeres de sí mismas y en general de lo que significa para ellas el concepto de ser un “buen ciudadano”, es decir, lo que en su concepción consideran que debe hacer y cumplir un buen ciudadano.

Se profundizó también en el tema del programa PROSPERA y las mujeres ex -beneficiarias, así como la relación que ellas u otras mujeres que nunca tuvieron el programa, tienen respecto a otros programas sociales. Se analizó el empoderamiento que PROSPERA pudo otorgarles o no, al ver la influencia que tuvieron por parte del mismo para la acción ciudadana. Se pudo notar también su postura política, mediante la opinión que tienen sobre las acciones y desempeño que el gobierno anterior debió tener, y las que el gobierno actual debería realizar.

El objetivo fue recabar datos e información relevante, así como adentrarse y entender el contexto y rutina de vida de la muestra. Lograr un profundo involucramiento y participación dentro de las dinámicas familiares y de grupo que tienen las ex -beneficiarias beneficiarias de PROSPERA, esto con el fin de observar las mediaciones que las atraviesan con mayor impacto y los efectos que tienen sobre ellas, específicamente durante su proceso de construcción ciudadana y de audiencia, teniendo el cuidado necesario para no afectar o influir en su rutina, pero si logrando la interacción.



## **Análisis de resultados**

Uno de los objetivos centrales de este estudio es encontrar y exponer los flujos de mediación que interactúan en el entorno de las ex -beneficiarias de PROSPERA, observar y analizar la manera en que reciben, procesan e interiorizan esa información, y de igual forma, observar lo que hacen con ella una vez recibida, dentro del núcleo familiar y fuera de él, ya que estas mediaciones convergen y construyen su concepción de ciudadanía y audiencia.

#### ***4.1. Datos Biográficos y Socio-demográficos***

El núcleo familiar es el principal mediador estructural entre el individuo y la sociedad; permite observar el comportamiento de sus miembros, el lugar que ocupa cada uno, y el tipo de convivencia que se da al interior y posteriormente al exterior del hogar. La televisión permite el análisis del proceso de recepción de contenidos, ya que estructura hasta cierto punto la forma en que se componen los grupos familiares. La composición familiar es un pilar fundamental que determina en gran medida su funcionamiento, esto es, el conjunto de relaciones interpersonales que se producen al interior de cada familia y de esta manera la dotan de una identidad específica.

A la familia se le concede la condición de unidad de la sociedad y se le da importancia como estructura social compleja. De igual forma se valora el importante papel que la familia representa como institución, es insustituible y juega un rol directivo en el desarrollo social de los sujetos, dicho rol ha sufrido transformaciones importantes con el paso del tiempo y entre las diversas sociedades; tiene una naturaleza institucional que la vincula fuertemente con la comunidad ya que establece el mejor ambiente de mediación entre el individuo y la estructura social, además de que actúa como un espacio amigable que facilita la actividad política social y económica (Castellón y Ledesma, 2012).

Dentro del entorno familiar se da la mediación entre la cultura y el individuo, esta se refiere al contacto con instituciones educativas, de salud, deportivas, culturales, metropolitanas, alimentarias y financieras que sitúan a la institución familiar, como un pilar que propicia el acceso a diferentes organismos sociales que atienden a necesidades de la misma. Estas mediaciones son importantes para propósitos de esta investigación, ya que permiten conocer el contexto en el que estas mujeres viven, y así entender su proceso de recepción de diferentes mediaciones. En el ámbito individual se tienen los factores biológico y psicológico, mismos que constituyen la personalidad de cada uno y que a su vez conformarán su estilo de vida a nivel personal, y su forma de vida a nivel familiar (Castellón y Ledesma, 2012).

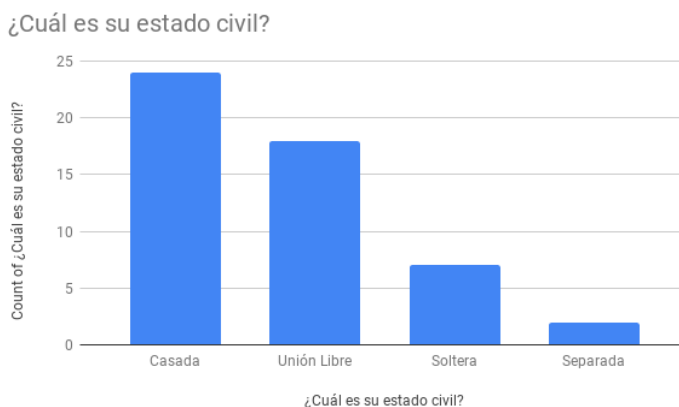
De acuerdo al sondeo realizado, se observa que las familias se encuentran principalmente compuestas por un promedio de entre 3 y 5 integrantes (3 y 4 el 26% y 4 y 5 el 25%), en

cambio las familias integradas por menos de 3 miembros (2%) o por más de 7 individuos (2%), fueron las menos comunes. Estos datos llevarían a pensar que estas mujeres no llegan a tener más de 2 o 3 hijos, sin embargo, al preguntar sobre la cantidad de hijos que tienen, el 37% tiene entre 2 y 3, y otro 27% tiene entre 4 y 5 hijos; el 23% tiene entre 1 y 2, y sólo un 3% más de 5.

Esto permite ver entonces, que ha disminuido en gran porcentaje la cantidad de hijos que las mujeres de este nivel socioeconómico tienen, aunque aún son notables las que tienen entre 4 y 5 hijos, cantidad que resulta fuerte para la manutención de los mismos, son más las que tienen entre 2 y 3, cantidad menos impactante económicamente para ellas. Es importante señalar también que una cantidad considerable de hijos de estas mujeres ya no viven en el hogar de la ex -beneficiaria por lo que ya no reciben apoyo del programa.

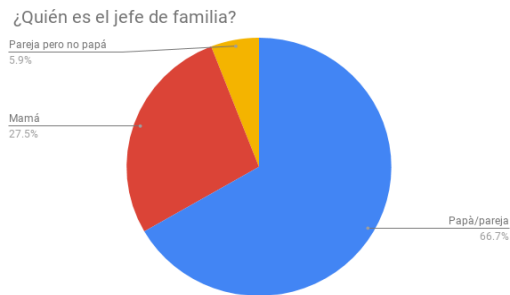


El 55% de las familias están conformadas por la pareja/esposo y los hijos de la ex -beneficiaria, el 13% por la pareja/esposo, los hijos y nietos, otro 13% por hijos únicamente, un 7% por pareja/esposo, hijos, tíos o sobrinos y un 5% únicamente por hijos y nietos. Por lo tanto, la mayoría de ellas cuentan con una pareja dentro del hogar, es importante señalar que, contrario a lo que se suponía, es relevante el número de mujeres que cuentan con una pareja sin estar casadas; 46% están casadas, 34% se encuentran en unión libre, 13% permanecen solteras, y sólo un 3.8% se encuentra separada.



En base a ello, se observa que en su estructura jerárquica familiar el jefe de familia sigue siendo el hombre, ya sea la pareja o esposo con un 66.6%, en sólo el 27.5% es la madre la

jefa de familia, y en el 5.9% es la pareja, más no padre de los niños. Esto contrario a lo que se asumía ya que el programa se dirigía primordialmente a madres solteras y jefas del hogar, pero en base a estos datos, vemos que en muchos de los casos sigue existiendo un esquema patriarcal tradicional. Por lo tanto, y en base a mi pregunta de investigación se puede suponer que la hipótesis de que el programa PROSPERA las independizó y empoderó, no necesariamente se refiere a que sean el sustento y cabeza de la familia, el sentimiento de empoderamiento puede existir y no necesariamente determina que ellas son el único sustento de su hogar.



Los resultados en base a las contribuciones al gasto del hogar dieron un 34.6% de contribución de la figura masculina únicamente, 17.3% de contribución de la figura masculina con apoyo de la madre, 11.5% únicamente la madre, 9.6% la figura masculina con ayuda de tíos o abuelos, 5.7% la madre con ayuda de tíos o abuelos, 3.8% la figura masculina pero no el padre, con y sin ayuda de la madre respectivamente, 3.7% los tíos o abuelos sin ayuda de nadie, y por último tuvieron un 1.8% las colaboraciones mezcladas entre todos los anteriores.

En cuanto a los datos obtenidos en la entrevista, al ser un acercamiento más profundo, se pudieron identificar rasgos biográficos más relevantes de cada una de las informantes para poder entender quiénes son estas mujeres, de dónde vienen, su origen étnico, social e ideológico, así como la influencia que pudieran tener de sus familias y amigos, que son quienes moldean de cierta forma sus gustos por las cosas que consumen. Los relatos obtenidos de las entrevistas permiten apreciar el tipo de mediaciones que tienen mayor influencia sobre ellas, al igual que el rol que juega cada una dentro de las mismas.

“Mi nombre es Geovana Ávila Mendoza, tengo 41 años, vivo en San Cristóbal Texcalucan con c de casa no con q jaja, soy casada y terminé la secundaria, me dedico al hogar y no tengo empleo, los ingresos vienen de mi esposo, el nos mantiene” (Geovana Ávila Mendoza, 41 años).

Se comprobó, que al igual que se vio en la encuesta del estudio cuantitativo, la mayoría no estudió una carrera y se dedica al hogar por lo que no cuentan con ingresos propios, siendo

así su pareja el que las sustenta, habrá que observar si existe el empoderamiento a partir de otros factores que lo detonen.

“Raquel Valentín Sánchez, tengo 37 años, vivo en San Cristóbal Texcalucan y mi calle cerrada Vicente Guerrero, soy casada, termine la Preparatoria con carrera técnica, me dedico al hogar, soy ama de casa y no tengo ingresos propios, sino que vienen de mi marido y a veces un poco más de unos trabajos de costura que hago, pero nada importante” (Raquel Valentín Sánchez, 37 años).

Además de obtener su información biográfica básica, se buscó que durante la entrevista se pudiera llegar más allá de sólo datos sino profundizar sobre sus gustos entendiendo quién es cada una de estas mujeres, qué es lo que hacen y lo qué les gusta hacer en su día a día para que de esta forma se pudiera comprender la manera en que reciben información en todos los ámbitos en los que se encuentran inmersas, pero principalmente mediática y políticamente.

El contexto de un individuo nos permite conocer de dónde vienen, por el ámbito social en el que se desarrolla, es importante para entender mejor su comportamiento, ya que éste va a determinar el tipo de costumbres, tradiciones, gustos y hábitos que va a desempeñar. El ambiente en que un individuo se desenvuelve, su círculo social y demás mediaciones que lo atraviesan van a determinar la influencia que tendrá en sus gustos y elecciones de vida.

Estas mujeres viven en la comunidad de San Cristóbal Texcalucan, descrito anteriormente, es una comunidad de bajos recursos y en gran parte rural, con caminos empedrados o de terracería, la mayoría se dedica a la obtención de cantera y construcción con la misma, la comunidad se divide en parajes y la Parroquia de San Cristóbal, la parroquia del pueblo, es el punto de encuentro o referencia para todos en caso de realizar algún evento o para comunicar algo importante a la comunidad. Consideran que la comunidad es segura y se llevan bien entre sí.

“Soy ama de casa y somos 5, mi esposo yo y 3 hijos dos niños y una niña, mi convivencia de familia bueno con su familia de mi esposo es mala, con mis hijos pues somos unos amores verdad hijo, pues con mi familia bien pero la de el no. Y mi convivencia con mi comunidad normal, bueno bien con los vecinos es bueno tranquila no hablo, no me hablan y ya te evitas problemas” (María Rosa Elia González Rivera, 39 años).

El sentido de comunidad se refiere a una experiencia interior y personal en la que se tiene el sentido de pertenecer a una colectividad más grande integrándose a un sistema de relaciones de soporte entre los miembros de la comunidad, dentro de la que se puede confiar (Sarason, 1974). Se tiene la sensación de semejanza al mismo tiempo que una interdependencia con los miembros de la localidad por lo tanto hay interacción social importante y un sentimiento de pertenencia a ese entorno y espacio territorial (Sánchez Vidal, 2001).

Las clases bajas se han caracterizado y generalizado por tener una noción de comunidad más arraigada al que tienen las clases medias o altas, ya que se mantienen más en contacto entre los miembros al realizar la mayoría de sus actividades dentro de la misma, e incluso por no utilizar coche, ya que, en vez de transportarse individualmente por este medio, suelen caminar o usar transporte público para moverse, lo que propicia la interacción entre ellos. En cambio, se suele ver a las sociedades medias o altas en un área urbana definida por una organización social con servicios básicos que sólo cumplen ese propósito; sin embargo, en las localidades más pobres suelen estar más en contacto por la falta de ellos o por otras problemáticas que atacan a la comunidad, acentuando la convivencia de sus miembros.

“Con mi comunidad me siento pues segura, la convivencia es buena con los vecinos. De actividades no, no más con la familia, pero cuando en fiestas de esas de fin de año o como de Navidad pues si nos vemos todos. Paseo con mi familia y pues a Tacubaya que es lo único que puedes salir hasta por allá a pasear ahí pues hay feria” (María Rosa Elia González Rivera, 39 años).

La mediación situacional involucra de forma importante al contexto familiar ya que esta se multiplica dependiendo de los diversos entornos en los que se produce el encuentro de la televisión con su audiencia. Cada escenario trae consigo posibilidades y restricciones que no se limitan a lo meramente espacial. Aún así, la casa es el lugar clave en donde se dan las primeras negociaciones y apropiaciones de los mensajes, a esto se debe añadir que los escenarios en los que los individuos conviven normalmente, como la calle o la escuela, son puntos de encuentro con los amigos y demás personas (Orozco, 2001).

Es importante también determinar el modelo de comunicación que se tiene con la familia cuando se observa la televisión, así como las reglas de convivencia dentro del espacio de encuentro e interacción con la misma, ya que éstos son factores relevantes a tomar en cuenta. Las mediaciones situacionales suponen la inclusión del contexto, el ambiente y las formas de recepción, actúa como una mediación de referencia que se sitúa en contextos o espacios específicos (edad, género, raza, clase. etc.), y de esta manera, se relaciona con el medio de comunicación (Orozco, 2001).

El programa PROSPERA tenía como propósito ayudar a las familias en situación de pobreza a salir de esa condición y hacerlas independientes del gobierno económicamente mediante un apoyo que se daba a las madres de familia, este apoyo se concentraba en 3 ámbitos básicos, educación, salud y alimentación, y se brindaba a cambio de corresponsabilidades en beneficio de la familia, tales como el compromiso de asistir a la escuela, a pláticas de salud y de nutrición.

A las mujeres que tuvieron el programa y ahora lo han perdido les ha surgido un sentimiento profundo de abandono y olvido por parte del gobierno, ya que consideran que era una ayuda importante para ellas en la que se les tomaba en cuenta y se les apoyaba con los gastos de la casa para poder salir adelante. Muchas consideran que gracias a PROSPERA tuvieron oportunidades de una mejor vida, podían mandar a sus hijos a la escuela, así como tener consultas y pláticas de salud, pero que ahora sin ese apoyo será más difícil mantenerse y se sienten relegadas. “No ahorita no, tenía PROSPERA, pero ahorita ya nada, ni nos toman en cuenta” (María Rosa Elia González Rivera, 39 años).

Los datos obtenidos revelan que, como ya se dijo, estas mujeres siguen viviendo bajo un esquema de familia tradicional con un hombre como jefe de familia, quién es el pilar económico de la misma en la mayoría de los casos, familias nucleares no muy extensas integradas básicamente por padres e hijos y en algunos casos, abuelos.

Parece ser que la mayoría no trabaja o ellas mismas no consideran que lo que hacen, sea un trabajo como tal, durante el estudio cualitativo se apreció que muchas de ellas menosprecian sus actividades y no las ven como dignas de ser nombradas “trabajo”, a pesar de ello, la mayoría, sino es que todas, mencionó que PROSPERA fue esa única tarea o responsabilidad que les pertenecía, de la que eran las “Apoderadas”, las cabezas de vigilar que se cumplieran las obligaciones de su familia con el programa, y mediante el cual se sentían útiles y sobre todo visibles y escuchadas.

Hoy en día se encuentran a la espera de saber si se les asignará otro programa que remplace PROSPERA, o conocer en que situación se les colocará, el problema es que se sienten relegadas y olvidadas nuevamente por parte del gobierno y esperan que se les permita volver a sentir ese empoderamiento por parte de algún programa como el que PROSPERA les llegó a proporcionar.

#### ***4.2. Mujeres frente a Pantallas Televisivas***

Al comparar la información sobre los consumos televisivos de estas mujeres y los consumos generales que se han tenido en el panorama televisivo en México, se observan diferencias entre la baja de audiencia que ha tenido el mercado de la población general del país en el consumo de programas de las grandes televisoras del país (Televisa y tv Azteca), y el mantenimiento que aún permanece en las audiencias de niveles socioeconómico bajos, lo que evidencia que el mercado que persiste más fuerte en cuanto a consumo televisivo, es al que pertenece mi objeto de estudio, cuyo medio principal de información y comunicación es la televisión abierta, sigue existiendo credibilidad y confianza en el medio, por lo tanto se sigue legitimando mediante su consumo; es así que su presencia e influencia está presente en su vida antes, durante y después de su exposición frente a la pantalla.

La mediación tecnológica del género televisivo, media a través del empleo de diversos mecanismos video-tecnológicos, que se relacionan con una forma de articulación del mensaje y con su televidencia. Las mediaciones tecnológicas o mass mediáticas se conforman por las nuevas tecnologías, lenguaje y naturaleza de cada tipo de medio (Orozco, 2001).

De acuerdo a la Encuesta Nacional de consumo de contenidos audiovisuales de 2017 realizada cada año por el Instituto Federal de Telecomunicaciones, se observó que a pesar de que la televisión ha perdido audiencia de forma relevante, sigue siendo el medio más consumido por la población mexicana, de acuerdo a la encuesta, el 92% de los entrevistados tiene en promedio 1.9 televisores en su hogar, de los cuales, 1.3 son digitales; el 56% de quienes tienen televisor sólo cuenta con señal de televisión abierta; y 64% de personas con televisor, aún teniendo otros canales, consume contenidos de televisión abierta; estos canales de televisión son los más consumidos entre las personas que cuentan con canales de paga a pesar de tener esa ventaja; las películas, series y deportes son los canales más consumidos entre los que ven televisión de paga (IFT, 2017).

La televisión sigue siendo un objeto de estudio relevante a nivel cultural, así como en el ámbito mediático y tecnológico en una gran parte de América Latina. Opera como un sistema audiovisual, educativo, informativo, como entretenimiento y como pauta cultural que permite a sus audiencias estar interconectadas entre sí y con las productoras, al mismo tiempo que se encuentra influenciada por múltiples escenarios que la intervienen de diversas formas y en base a diferentes contextos (Hall, 2010).

La investigación referente a las audiencias se ha llevado a cabo dentro de un contexto con conflictos, no sólo en el ámbito intelectual sino también en el político y económico. Las productoras utilizan cada vez más ámbitos tecnológicos muy sofisticados con muestras televisivas avanzadas en las que esta mediación tecnológica dentro del proceso comunicativo tiene una nueva realidad. Lo importante de esto es que justamente es en este ámbito en el que puede darse con mayor facilidad una manipulación de las audiencias, sin embargo, también puede ocurrir lo opuesto, y provocar la liberación de las mismas a esa dominación mediática.

“Sí veo TV diario y también me gusta escuchar música o ver el programa como para quitar la tensión con el relato de la trama y pienso que esos programas no hay tanta diferencia entre la vida real y la trama o sea como que sí puede pasar realmente. Pues me ayudan para que me desaburra y me entretienen en cuestión de que luego se ponen interesante la historia y te interesa mucho hay mucha acción, pero yo no me identifiqué mucho porque no me pasan esas historias a mí” (Raquel Valentín Sánchez, 37 años).

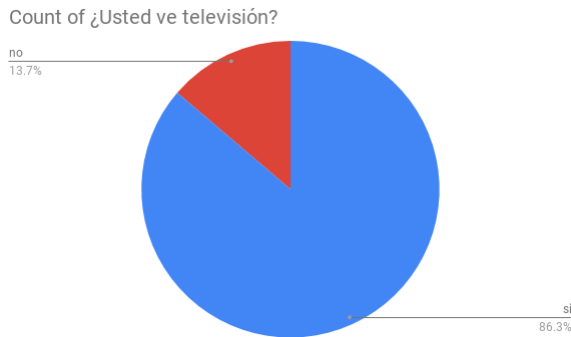


Son el principal target de consumo de los programas tradicionales de la televisión abierta con los que se siguen identificando, principalmente con las historias que ven cercanas con su vida cotidiana y es por ello que disfrutan verlos.

“Si veo TV, como 3 o 4 horas al día. Me gusta ver *Jazmín de meteoros* de Imagen Tv, también me gusta informarme de lo que pasa en mi país y lo hago viendo TV, las noticias o la radio, también me gusta verla para distraerme sí” (Yolanda Rodríguez Cruz, 47 años).

La televisión permite vislumbrar la perspectiva cultural que enfatiza la mediación cómo foco de análisis, estudiar la recepción televisiva como un procedimiento en el que tanto televisión como cultura, determinan un compuesto de mediaciones que juegan un rol determinante durante la interacción que hay entre la televisión y sus audiencias (Orozco, 1999).

Los resultados del sondeo aplicado para esta investigación, resultaron con 50 de las 52 entrevistadas que cuenta con televisión en su hogar, de las cuales el 86.3% la consume y el 13.7% no.



De estas 50 señoras que, si tiene televisión, el 34% tiene 2 televisiones, el 64% tiene una y sólo el 2% cuenta con 3 televisiones. En cuanto al tiempo de consumo, el 34.6% afirmó observar entre 2 y 2 horas y media al día de contenidos televisivos, el 30.7% dijo ver sólo entre 1 hora y hora y media al día, el 15.8% entre media hora y 1 hora al día, el 11.5% entre 2 horas y media y 3 horas al día, y sólo el 3.8% afirmo ver más de 3 horas al día. Pareciera que, de acuerdo a estos datos, estas mujeres en realidad no consumen tanta televisión como se supuso inicialmente, por lo que durante las entrevistas se deberá observar con atención este comportamiento.

La noche resultó ser el momento de mayor consumo entre semana, tanto en televisión abierta como de paga, y la tarde para los fines de semana en ambos casos. Los noticieros son los programas más vistos en televisión abierta y de paga, y el canal 2 de Televisa, el más popular.

Los gustos o el tipo de programas que disfrutan ver más estas mujeres permite vislumbrar cuáles son las mediaciones que más influencia tienen sobre ellas, de igual forma, permite ver

cuáles son los objetivos o usos que se determinan para el uso de la misma, tal es el caso que para muchas, su respuesta fue que sólo encendían la televisión para escuchar las noticias, por lo que hay una tendencia a informarse o a parecer querer estar informada, su contexto o alguna institución que las atraviesa las conduce a buscar mantenerse al tanto de los acontecimientos de su país y el mundo.

En este contexto es relativo saber si realmente mantenerse informadas es su objetivo principal o si simplemente sintieron cierta obligación de decirlo debido a mi presencia, ya que antes formaba parte del programa PROSPERA, como responsable de atención de beneficiarias, y se les pedía que se informaran y vieran las noticias para estar al tanto de los acontecimientos del país, debido a esto, es que se podría suponer que quizá sintieron la necesidad de decir que buscan informarse e incluso algunas mencionaron que también lo hacen porque sus hijos se encuentran estudiando gracias a lo que fue PROSPERA.

Pudo existir entonces cierta influencia del programa, el cual las incitó a decir que se informan sobre lo que aprendían en la clase que se les daba y sobre lo que se les explicaba de las noticias del día, adquiriendo así el hábito de ver las noticias para después platicar con sus hijos respecto de las mismas.

“Los programas los veo con mis dos hijos y esos programas me gusta para estar informado de lo que está pasando en sí en las noticias, pienso que son buenas para saber lo que está pasando en tu país para estar este, más que nada cómo se dice, seguro de uno, cuando sales a la calle y así. Nos gustan más las noticias por este más o menos para saber lo que está pasando y así. Con mis hijos los veo y me gusta platicar con mi hijo el más chico porque cuando sale algo que está pasando y él empieza a este a sacar conclusiones y así a platicar es muy este, saca mucho análisis” (Sara Jiménez Vázquez, 49 años).

Es así, que cómo ya se dijo, existieron mujeres que mencionaron que, si ven televisión pero con el único propósito de informarse y saber lo que ocurre en su ciudad o país, se educan e informan mediante la misma y también les permite tener tema de plática para hablar con los demás miembros de su comunidad; les gusta conocer sobre los acontecimientos actuales y poder actuar en base a ellos.

“Si veo TV. Pues más que el canal 2 más la Rosa y el dicho porque telenovelas como que no me gustan y mejor la apago y veo como 3 horas o cuatro, de a 4 horas en todo el día la veo. hasta creo es mucho y veo noticias en la noche la de las qué? 10:30 hasta que me vence el sueño y ya la apago. Si me gusta informarme con la TV porque pues hay cosa que uno no sabía y ya la ve y ya sabe y para distraerme de mi vida diaria no veo televisión, la verdad mejor busco reflexiones y alabanzas o sea como te digo hay programas que no, me aburre y mejor oigo otras cosas y ya me alegro” (María Rosa Elia González Rivera, 39 años).

Algunas otras mencionaron que más bien su objetivo principal al ver la televisión es distraerse de su vida diaria o como forma de entretenimiento, es por ello que es una actividad que sólo realizan en sus días libres como hábito de fin de semana y en compañía de sus familias.

“Sí veo TV diario y también me gusta escuchar música o ver el programa como para quitar la tensión con el relato de la trama y pienso que esos programas no hay tanta diferencia entre la vida real y la trama o sea como que si puede pasar realmente. Pues me ayudan para que me desaburra y me entretienen en cuestión de que luego se ponen interesante la historia y te interesa mucho hay mucha acción, pero yo no me identifico mucho porque no me pasan esas historias a mí” (Raquel Valentín Sánchez, 37 años).

Los ratings obtenidos del sistema de medición del sistema Nielsen en USA<sup>12</sup> y el sistema Nielsen IBOPE<sup>13</sup> en México del último día de abril y primer semana de mayo de 2019, se observa que en televisión abierta, entre semana, el rating más elevado sigue siendo para el canal de La estrellas de la cadena Televisa, el rating más alto de todos es para el programa de *La Rosa de Guadalupe*, con 3.1 millones de personas que lo observaron el martes 30 de abril de 2019, cabe mencionar que este programa no es telenovela, sino una miniserie que narra casos de la vida cotidiana, de una manera dramática, pero que permite a su audiencia relacionarse con las historias. Se encuentra dentro del horario estelar de telenovelas de Televisa. Los siguientes ratings corresponden a las telenovelas de *Ringo*, con 2.9 millones de televidentes y *Por Amar sin Ley* con 2.7 millones; el noticiero de *En punto con Denise Maerker* obtuvo 2.4 millones de televidentes y la telenovela de *Doña Flor y sus dos maridos* obtuvo 2.2 millones.

---

<sup>12</sup> Nielsen Ratings es un sistema de audiencia estadounidense desarrollado por Robert F. Elder y Louis F. Woodruff y vendido a Nielsen Company, cuyo objetivo es medir el tamaño y composición de la audiencia de programación en USA. Medimos el comportamiento de ver televisión a través de nuestro People Meter que instalamos en los hogares que forman parte de nuestro panel de televidentes. Con él, además de capturar los canales que los espectadores están viendo en el hogar, también identificamos quién lo está viendo y cuando.

<sup>13</sup> Es la medición de audiencias de televisión que realiza la compañía Nielsen en México a través de Nielsen IBOPE México.



Por debajo de estos ratings se encuentran los programas de los canales de TvAzteca, Imagen y Canal 5, todos con menos de 1 millón y medio de espectadores y en algunos casos con menos de 1 millón. Por lo tanto y respecto a esta información, podemos ver que las telenovelas siguen siendo recurrentemente vistas, pero el programa por el que se tiene mucha preferencia es la *Rosa de Guadalupe* ya que es fácil relacionarse con las tramas.

Como se dijo, *La Rosa de Guadalupe* es el programa más consumido de la televisión abierta desde hace más de una década y sigue manteniéndose en primer lugar, se le ha colocado en horario estelar y en los fines de semana por la alta demanda que presenta. Es un programa que genera mucha empatía entre su audiencia y por lo tanto fidelidad de la misma, ya que como las mismas beneficiarias lo mencionaron, sus televidentes se identifican con las historias que ahí se exponen incluso muchos casos presentados les han ocurrido a ellas.

El consumo de noticieros es también elevado, tal como se reveló en la encuesta, lo que podría hablar de la necesidad que las personas tienen de informarse sobre la situación que vive el país y el mundo. Será interesante observar en las entrevistas el tipo de consumos que mencionen y compararlos con sus respuestas antes dadas, así como con los datos de ratings de Nielsen presentados.



Los fines de semana, poniendo como ejemplo en particular el 5 de mayo de 2019, el rating más elevado fue nuevamente para Televisa con el canal de las Estrellas, siendo el programa de *Pequeños Gigantes* el más visto con 3.1 millones de televidentes, seguido de *Vecinos* con 2.5 millones, y en empate el programa de *100 mexicanos dijeron* y *Los tuyos* de Canal 5.

La encuesta mostró un consumo casi idéntico entre hombres y mujeres en el que las mujeres consumen un 51.2% la televisión y los hombres un 48.8%. Los rangos de edad más que consumen más televisión son entre 25 y 34 años y 35 a 44 años. En cuanto al nivel socioeconómico, el nivel D y D+ resultaron ser los de mayor consumo con el 30.4% y 20% respectivamente seguido del nivel C- con el 16.4%, el C con el 13.7%, y el C+ con el 10.5%, por lo que los niveles de menor consumo son el E con el 4.7% y el A con tan sólo un 3.2% (IFT, 2107).

Es así como se puede afirmar que la televisión abierta sigue siendo el principal medio de información y entretenimiento al que recurre un gran porcentaje de audiencia al que pertenece mi muestra, son un rubro importante a la que se dirigen y cuyos mensajes buscan ser recibidos e interiorizados.

“ Sólo veo tv abierta bueno pues no más veo la Rosa y el Dicho y pues me gusta la rosa por, por muchas historias no se yo quisiera saber si son, no se si son reales también y uno se da cuenta osea de lo que pasa o puede pasar sino nos alertamos y pues mejor que aprendamos más las niñas de esta edad” (María Rosa Elia González Rivera, 39 años)

### ***4.3. Vida Cotidiana***

#### *Ocio, Convivencia y Tiempo Libre*

A los conceptos de ocio o recreación se les suele también asociar con otros como interacción sociocultural y tiempo libre, estos términos suelen utilizarse de forma indistinta lo que muchas veces produce confusión, ya que hay gran diversidad de significados asignados a estos términos en América Latina, y aunque pareciera que esto facilitaría una mayor comprensión, estas definiciones pueden resultar vagas y superficiales (Gomes Christianne, 2014).

El ocio y la recreación son importantes como prácticas sociales y se reconocen como parte de la cultura establecida que interactúa con el contexto y la vida cotidiana de la sociedad. Cada comunidad construye y da significado a las actividades destinadas al ocio y recreación que de cierta forma van estableciendo el conocimiento, experiencias y las prácticas socioculturales que caracterizan a cada una. El ocio y la recreación, por lo tanto, se entienden como una necesidad humana y como una parte de la cultura que produce entretenimiento y vivencias a través de manifestaciones culturales que construyen al ocio como goce de esa misma cultura, en un tiempo y espacio social determinado (Gomes, 2014).

Los medios que se han desarrollado y difundido en todo el mundo desde la mitad de los años noventa, satisfacen y cumplen diversos objetivos como: informar, educar, politizar, relacionar a la sociedad, cultivar, entretener, distraer, permiten el placer y el esparcimiento, entre otros; sin embargo al ejecutar dichas funciones, los medios inciden en la mediación de otras Instituciones y ámbitos sociales tal como se mencionó anteriormente, generando un contexto específico que hace que cada individuo tenga una forma distinta de recibir, asimilar y reaccionar ante los contenidos y mensajes que recibe de los diversos emisores que conforman su realidad.

Los gustos y preferencias de mi muestra fueron puntos principales de análisis para determinar el tipo de influencia que propicia que les guste tal o cual cosa, lo que a su vez permite vislumbrar el tipo de mediación que las atraviesa e influye en sus actividades diarias.

A las actividades diarias se les llama también “actividades de ocupación” y engloba a todas las actividades de la vida cotidiana que tienen importancia, significado y objetivos específicos para una persona, las actividades que se realizan en la vida diaria son esencialmente importantes para formar la identidad y aptitudes de un individuo, ya que determinan la forma en que ocupará su tiempo y tomará decisiones (Neuronup, 2019).

Según la perspectiva de los autores Horgas, Wilms y Baltes (1998) sustentan que las actividades diarias se forman desde la influencia que tienen los aspectos socioculturales, biológicos y los gustos propios sobre las mismas, los aspectos socioculturales determinan nuestras rutinas, muestran el tipo de limitantes y responsabilidades que tenemos diariamente por los aspectos sociales que ya hemos referido anteriormente, como lo son el género, estado civil, clase social, edad, y demás aspectos sociales que determinan la realidad de cada individuo (Baltes y Lang, 1997; Fernández-Ballesteros, Zamarrón y Maciá, 1996; Klumb y Baltes, 1999a).

De igual forma las normas morales y objetivos personales de cada persona constituyen sus actividades diarias, es así que la actividad cotidiana puede o no satisfacer al individuo que la realiza, en muchas ocasiones la actividad cotidiana se encuentra determinada por condicionantes o elementos personales limitados, en esta línea se puede decir entonces que se notaría una diferencia entre las ocupaciones que realizamos por obligación y otras que queremos realizar por mero gusto, es así que el ocio se vuelve un elemento más personal, ya que depende más bien de la voluntad individual y no tanto de factores que estén sujetos a elementos externos, esto supone que las actividades de ocio suelen ser más satisfactorias y relevantes, al ser las que se encuentran más arraigadas a la persona, por lo tanto tienen mayor influencia e impacto sobre ella.

“En un día normal pues me levanto, hago el desayuno de mis hijos, lavó mis trastes de la mañana, me vengo al trabajo camino media hora de camino para llegar a mi trabajo, empiezo con mi rutina de mi trabajo siempre y luego salgo, camino otra a media hora, llegó a mi casa, descanso un ratito, me pongo a hacer su comida de mis hijos para otro día y medio le doy una recogidita, me baño y a dormir, bueno antes espero a mis hijos que uno llega a las 9:30 y el otro llega a las 10:00 cenamos pero cenan ellos ya después pero yo les gano ya platicamos un rato y me acuesto a las 11:30 cuarto para las doce” (Luz María Jiménez González, 51 años).

Esta es una rutina diaria de una ama de casa de la comunidad de San Cristóbal quién se enfoca en su trabajo y sus hijos ya que no tiene el apoyo de su pareja al haberse separado hace poco tiempo. Es por esa razón, que casi no tiene tiempo libre para otras actividades, sino que utiliza sus espacios libres para trabajar, realizar labores del hogar y convivir con sus hijos.

“Lo que me gusta hacer para divertirme es mmm pues compartir un fin de semana agradable con mis hijos salimos un rato, un heladito y vamos a comer y luego al cine de repente y luego me gusta convivir con mis amigas, con mis hermanos platicar un ratito” (Luz María Jiménez González, 51 años).

De igual forma se puede observar que esta misma persona enfoca su tiempo libre en platicar y convivir con sus hijos únicamente, no se involucra mucho con otras personas o Instituciones, no le interesan las cuestiones políticas o gubernamentales y no tiene tiempo de ver televisión. Al igual que el anterior, este es otro ejemplo de una madre soltera que enfoca su tiempo en trabajar en el hogar y en sus hijos, también menciona que sus hijos si ven la televisión, pero ella no tiene tiempo para hacerlo. Y si acaso tiene tiempo de ocio, lo ocupa en convivir con sus amigas, pero no mencionó ver televisión.

“En un día normal de mi vida me levanto a las 6:00 a.m. a hacer de desayunar, si me toca clase de zumba me traigo a mi hija; regreso a hacer de comer para mis hijos, antes paso por mi hijo, comemos juntos; procuro que se duerma mi hija para hacer tarea con mi hijo; en la tarde los baño. A mis hijos si, los dejo ver dos o tres programas y yo no tengo tiempo” (Araceli Patiño Juárez, 37 años). “Para distraerme me gusta ir con una amiga y yo nos vamos al parque o en la casa o la invito a tomar un café en la casa” (Araceli Patiño Juárez, 37 años).

El sondeo aplicado a mi muestra y aludiendo a las actividades recreativas que no involucraran la televisión, arrojó los siguientes datos: Casi la mitad de las mujeres tiene gusto por el ejercicio, 42% de ellas disfrutaban de salir a caminar, bailar zumba (actividad que ofrecía el gobierno mediante el programa PROSPERA), y trotar dentro de su comunidad; el 6% dijo disfrutar de una buena lectura en su casa; el 4% mencionó disfrutar ir de compras; el 32% mencionó diversas actividades que realizan en su hogar como tejer, cocinar, bordar, limpiar o hacer el aseo; mientras que el 16% restante dijo que disfruta de salir al cine o teatro, ir al parque más cercano o a un parque de diversiones, ir a la feria, a una tardeada, un concierto, una charreada o a la fiesta del pueblo; en cuanto a esta última, mencionaron dos fechas importantes referentes a las fiestas patronales, la fiesta de San Cristóbal y la fiesta de Santa María Magdalena, de las cuales el 84.6% mencionó que asiste en compañía de su familia y sólo el 15.3% no lo hace.

### *Fiestas patronales y religiosidad*

Otra de las mediaciones institucionales más importantes en la vida de estas mujeres es la religión, ya que tiene una importante presencia en su día a día y le dedican tiempo considerable a la Iglesia, se vuelve un ámbito de desahogo o distracción en el que pueden escapar a su vida diaria y sentirse útiles, además funciona como un espacio de reunión y socialización importante en el que conviven y se ayudan entre ellas, además de que apoyan a su comunidad o a quiénes lo necesitan.



Muchas de estas mujeres ocupan todo o la mayoría de su tiempo ayudando a la Iglesia por lo que casi no ven televisión ni conviven con otras personas. Este escenario es muy similar a lo que sucedía con el programa PROSPERA, ya que permite a sus integrantes interactuar y sentirse útiles dentro del mismo. La mediación Institucional de la religión sigue formando un pilar básico e importante en su vida diaria y como formación personal que determina su identidad. “Los domingos voy al catecismo y hago mis deberes con la parroquia. Me gusta leer la biblia, y libros de superación, con mis amigas me gusta platicar de la parroquia, y de los trabajos para ayudar a los niños” (Yolanda Rodríguez Cruz, 47 años).

“No a la calle no salgo con amigas, bueno tengo muchas ahorita pero son de ahí de la parroquia, pero amigas para sonsacarme no, soy más de la casa que de la calle. Y con mis amigas de la parroquia andamos en alabanzas, tenemos un día exclusivo que andamos en como se dice, hacemos alabanza en casa pues para la gente y así y luego organizamos lo retiros y así, servidoras” (María Rosa Elia González Rivera, 39 años).

Las fiestas patronales también hablan mucho del tipo de comunidad y la convivencia que existe dentro ella, así como el tipo de actividades que suelen organizar y realizar juntos, las costumbres y tradiciones a las que asisten en comunidad o familia, estas fiestas son un encuentro social importante. Nos permiten vislumbrar el tipo de comunicación e interacción que hay dentro de la comunidad para a su vez percibir qué tanta influencia pudiera tener esta mediación durante la recepción de contenidos de estas mujeres.

“Mi convivencia con vecinos es buena, era más tranquilo donde vivía y no tengo una convivencia con mis vecinos, ni bien ni mal. Pero mi convivencia es más con mi familia, con un familiar nos reunimos cada fin de semana y hacemos comida, cuando salimos a pasear nos gusta ir parques o a plazas, con mi esposo y mis hijos” (Guadalupe Carmona, 28 años).

Aún así, la mayoría de las mujeres mencionó tener un buena relación con su comunidad y vecinos pero la mayoría no se relaciona más allá del saludo diario, la relación es más bien al interior con la familia, incluso es así en las fiestas patronales. “De fiestas patronales tenemos pues el 2 de febrero día de la candelaria voy con mis hijos” (Sara Jiménez Vázquez, 49 años).

Las costumbres de la comunidad permiten vislumbrar el tipo de involucramiento que hay dentro de la misma, la convivencia que existe y la cercanía entre los miembros. Este tipo de tradiciones y costumbres nos hacen ver la influencia y el origen que existe dentro de ella, ya sea por herencia prehispánica o por alguna influencia europea, y en este caso específico, por rituales religiosos que llevan dentro de sí, una intensa fusión cultural, es así que la Institución de la Iglesia y sus festividades tienen una presencia importante al estar cargadas de significado cultural.

La encuesta permite ver que la mayoría estas mujeres prefieren permanecer en su ambiente, es decir, dentro de su comunidad, el 80% habló de actividades dentro de su localidad como las fiestas patronales, y una cantidad considerable hablo de actividades al interior del hogar, mientras que sólo el 20% mencionó actividades fuera de su entorno, como otras zonas de la ciudad o provincia.

Respecto al conocimiento que tienen sobre actividades que les ofrece y facilita el gobierno para recreación, el 54.9% mencionó desconocer sobre las mismas y el 45.1% si tiene conocimiento, casi de igual forma, el 58% mencionó no haber asistido a ninguna de ellas y el 42% dijo si haberlo hecho en compañía de su familia en la mayoría de los casos, esto podría suponer que existe una falta de comunicación entre comunidad y gobierno, o que no se atiende ni se realizan dichas actividades en esta localidad más allá de las que pudo haber tenido el programa PROSPERA, por lo que las mujeres que no contaron con el mismo, se podría pensar que no tienen mucha interacción política ni presencia en el espacio público.

#### ***4.4. Recepción Televisiva***

##### *Recepción de programas televisivos*

El proceso de recepción parte de la suposición del entendimiento que se tiene sobre la interacción que se da entre la audiencia y los medios de comunicación, la cual va más allá de la mera relación directa que se produce entre ambos, lo que permite estudiar el contexto y cultura de la audiencia y por lo tanto de su proceso de recepción, de igual forma se hace con las entrelíneas que se generan durante dicho proceso de manera objetiva y subjetiva por parte del emisor y el receptor. Es importante señalar que la mediación es lo más relevante que interviene durante la acción entre la televisión y las audiencias (Orozco 1987).

Con base en este supuesto se afirma que la interacción entre ambas no parte de cero, sino que las audiencias se enfrentan a la televisión ya habiendo sido influenciadas por su entorno y por lo tanto por otras mediaciones, traen consigo un conjunto de experiencias, enseñanzas y percepciones que tuvieron su origen en otras fuentes externas e internas, es por ello que Orozco retoma el concepto de mediación de Martín Barbero y lo coloca en el tema de la televidencia.

Orozco (1987) supone que no existe una sola audiencia televisiva que no entre en el proceso de recepción y juegue con una negociación durante el mismo, esta negociación va a estar sujeta al tipo de interacción que mantenga la audiencia con los signos y significados de la televisión al igual que los símbolos que surjan de la relación entre ambos. Las mediaciones que atraviesan a la audiencia van a determinar el tipo de negociación que se dará y la manera

en que se van a interiorizar los mensajes otorgándoles un significado que sea coherente con su realidad (Orozco, 1994).

“Pienso que de esos programas hay unas cosas que si se ven reales y hay unas que si que mucha ficción, pero hay veces que si sucede en la vida real. No me identifico mucho con esos programas, pero si me gusta verlos. Tampoco me identifico con los personajes. No admiro a ninguna celebridad, pero me gusta los grupos musicales como Los Temerarios, Los Caminantes, su música como que me relaja” (Geovana Ávila Mendoza, 41 años).

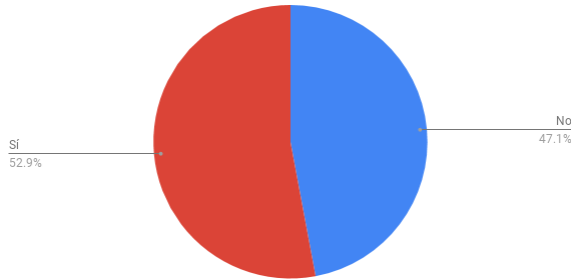
Se puede apreciar como estas mujeres hablan de consumir o no algún programa de televisión debido a su cercanía o identificación con el mismo o con los personajes, la mayoría de ellas consideran a los personajes de las historias muy lejanos a la realidad, sin embargo, estiman que las historias si lo son y que incluso son parecidas a su vida.

“Los programas me gustan porque me parecen más cercanos a la realidad, me identifico con ellos porque me llegaron a pasar o pasaron a alguien que conozco, aunque con los personajes no me identifico, mi favorito es Pedro Infante, por sus películas y me gusta verlos con mi mamá, y platicar con mi hija, mis hermanos y sobrinos” (Brenda Romero López, 32 años).

De acuerdo a la encuesta, las ex -beneficiarias muestran que si existe interacción con otras personas al hablar de los contenidos televisivos que consumen, un 52.9% mencionó que suele platicar con sus amigas o familia de los programas que ven, mientras que un 47.1% mencionó que no suele platicar con nadie al respecto. A pesar de ser mayor el porcentaje de mujeres que interactúa sobre los mensajes televisivos, realmente es muy parejo y casi la mitad de ellas dice no hablar sobre lo que ve en televisión.

Los programas sobre los que más platican son los que relacionan con su vida cotidiana como las noticias en su mayoría con un 25%, al igual que programas como *La Rosa de Guadalupe* y *Como Dice el Dicho* con el 19.5%, los cuales mencionaron que les sirven también como aprendizaje de la vida, las telenovelas tuvieron el 38%, y por último películas, reality shows y caricaturas con un 19%. Las entrevistas también arrojaron que los programas más vistos son los noticieros, así como *La Rosa de Guadalupe* y *Como Dice el Dicho*, por considerarlos cercanos a su realidad.

¿Platica con sus amigas sobre algún programa que vean en común?

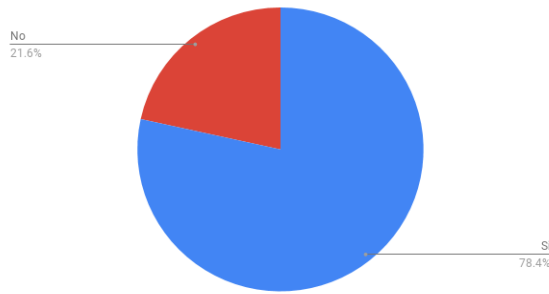


La mayoría dijo no relacionarse con los personajes que aparecen en televisión de manera importante, ya que únicamente el 36% de las encuestadas dijo tener una celebridad favorita de la televisión (casi todos cantantes), y sólo el 11% mencionó que alguno le cae mal (políticos). Esto habla de que podría haber cierta lejanía entre audiencia y receptor, ya que, contrario a lo que se pensaba, las mujeres no se sienten identificadas con las personas que ven en televisión, el 71% de estas beneficiarias dijeron no querer parecerse a ninguna celebridad ya que les parecen irreales y por lo mismo no les interesa, consideran que son muy dramáticos o ficticios.

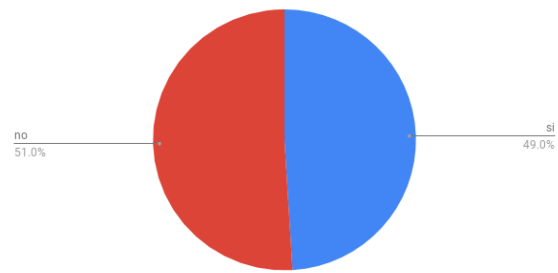
Otro factor importante es que muchas mencionaron sentirse bien y contentas con ellas mismas, les gusta ser quienes son y cómo son, sin seguir prototipos de belleza de la televisión como antes se hacía, les gusta ser ellas, sin tener que imitar a nadie; el otro 29% dijo si querer parecerse a una celebridad, ya que son bonitas, valientes, inteligentes, admirables, exitosas y saben lo que quieren; y una minoría mencionó que no se iba a parecer nunca porque los artistas son inalcanzables.

En cuanto a las historias que observan en televisión, el 78% mencionó que consideran que estas si pueden suceder en la vida real y sólo el 11% dijo que no, a su vez, el 52% mencionó haber vivido algo parecido a alguna narrativa televisiva, en su mayoría en una situación familiar o de desamor, mientras que la otra mitad, el 48% dijo que no. Como ya se mencionó, estos datos permiten observar que estas mujeres no anhelan o no se identifican con las celebridades que se presentan en los programas que consumen porque son perfiles alejados de su realidad que ellas consideran inalcanzables, sin embargo, si se identifican y ven como reales las historias y las narrativas presentadas.

¿Cree que esa historia pueda suceder en la vida real?



¿Usted ha tenido alguna experiencia similar a las que ve en televisión?



García Canclini (1990) denomina al consumo como un cúmulo de procesos sociales y culturales mediante los cuales la audiencia interioriza el mensaje y define la ocupación de los resultados que estos traigan, por lo que es relevante el contexto en el que estas mujeres se desarrollan. García Canclini retoma y analiza el supuesto de Barbero cuya teoría habla de una “hibridación cultural” donde existe una relación de las clases subalternas con la cultura de masa, y a su vez explica el proceso de atracción que efectúan los medios para captar audiencias con sus mensajes.

La recepción televisiva implica un análisis integral que considere el papel que tienen las mujeres en este caso, durante su proceso de apropiación e interpretación de los contenidos de programas televisivos, así como el rol que la televisión ejerce como mediación institucional y como medio de mensajes dentro de los rubros de organización política y económica. “Pienso que esos programas son buenos porque tratan de cosas que están pasando, como tenemos que prevenirnos: son informativos. Sirve para darte cuenta para saber quien maneja tu país y qué te esconden” (Julieta Álvarez, 25 años).

### *Internet, redes sociales y plataformas digitales*

Ahora bien, la televisión no es la única Institución social que puede dar cierto sentido y significado a la realidad que presenta a su audiencia, de hecho, en la actualidad, la televisión ha perdido de manera considerable credibilidad en las noticias y programas que transmite, por lo tanto, ha perdido audiencia (Nielsen Ratings, 2019). Además, cómo ya se mencionó anteriormente, existen otras mediaciones tecnológicas importantes que cumplen la misma función que la televisión para con su audiencia y luchan por ser las protagonistas en el ambiente social generando cultura social.

Es así que las redes sociales y las plataformas tecnológicas han ganado un campo grande y muy importante como mediaciones que atraviesan a la audiencia, actualmente han relegado a la televisión a un rubro pequeño de consumo, una audiencia tradicional situada en un

contexto de clase social bajo y caracterizado por el género femenino como principal espectador (Nielsen Ratings, 2019).

Dentro de los estratos sociales más elevados como clase media o alta el uso de la televisión es menor, mientras que el de otros recursos tecnológicos es mayor, debido a la accesibilidad a los dispositivos digitales que ofrecen, sus espectadores tienden más a consumir series, películas y programas de plataformas de *mainstream* que les permiten ver sus programas cuándo quieran y dónde quieran, a diferencia de la mediación televisiva, lo que hace ver también que la audiencia que aún tiene el hábito de ver algún programa de televisión en un horario y día específico, es porque aún tiene el tiempo para hacerlo, cómo se asume que serían las amas de casa (mujeres de este estudio), sin embargo, en muchos casos no es así.

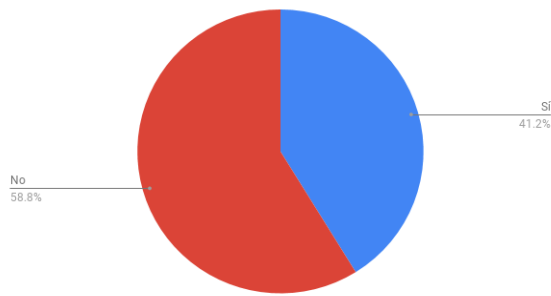
De acuerdo a la encuesta realizada, el 63% de las encuestadas utiliza Internet mientras que el 37% no hacen uso de este; el 46% lo utiliza en su hogar, en su teléfono o servicio de cable, el 34% en sus datos de celular o de un conocido, el 15% en su trabajo, el 13% en casa de un conocido, el 11% en lugares públicos, otro 11% en la escuela, un 10% en un café internet y el 9% en el hogar a través de una línea gratuita o disponible. El 74% cuenta con teléfono móvil, de estos, el 77% tiene un Smart phone.

Los contenidos más vistos en internet son los videos musicales con un 40%, películas con 38% y series con 32%. El 43% consume contenidos audiovisuales en Internet, el 30% utiliza una página de paga periódica y el 35% utiliza contenidos de audio o música. En cuanto a redes sociales, el 87% utiliza whatsapp, el 82% Facebook, el 24% Instagram, el 18% Google y el 16% Twitter (IFT, 2107).

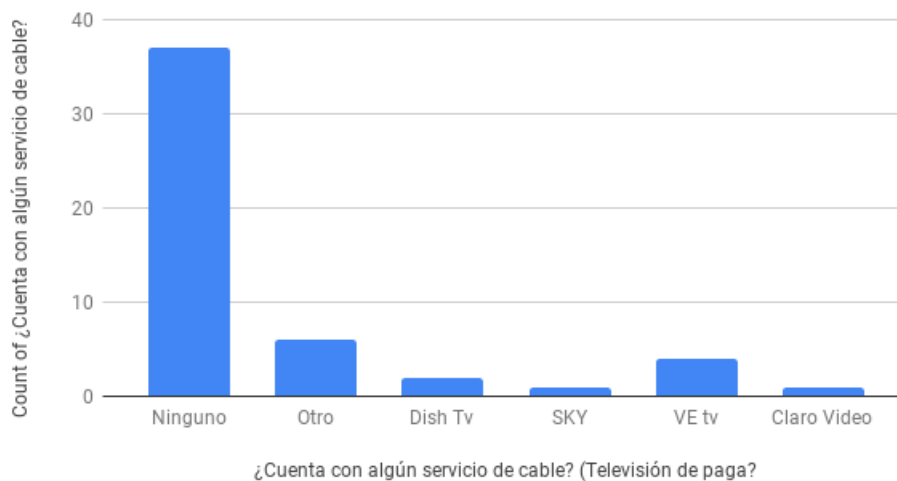
De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta aplicada en la comunidad de San Cristóbal, y referente a servicios de televisión de paga, el 73% no cuenta con el, ya que les parece muy caro y prefieren consumir televisión abierta o Internet por ser más accesible y barato.

En cuanto a Internet, el 58.8% no lo utiliza y el 41.2% sí, a pesar de que se utiliza más que la televisión de paga, algunas beneficiarias tampoco hacen uso de Internet porque les es difícil y/o caro el acceso, sin embargo, muchas otras afirman que lo prefieren por ser mucho más accesible que la televisión y les permite hacer búsquedas de información en google o ver videos de música. La plataforma más utilizada en Internet es You Tube, seguido de Redes Sociales como Facebook y Whatsapp, y después plataformas como Netflix y Google. Aún así, la televisión sigue siendo para ellas el medio más recurrido y consumido, es su principal medio de información, le tienen preferencia por tradición y fácil acceso, además de que los contenidos siguen siendo de su gusto.

Utiliza Internet



¿Cuenta con algún servicio de cable? (Televisión de paga)



“No uso Internet casi, pero si lo utilizo muy poco porque me es difícil porque no le se, no se mucho de la tecnología de teléfonos. Creo que pues ahorita pues yo creo que sale barato porque lo tengo con la tele y es el Internet que del bueno del vetv y bueno yo digo que se me hace barato porque pago 3 cuentas. Pero en cuanto a conocimiento tecnológico me resulta inaccesible, bueno pues necesito ayuda es difícil. Ehh el face nada más para enterarme de cosas que no bueno y sus publicaciones porque no me gusta publicar me gusta nada más revisar. Ah pues el face y el whasapp whasapp el whats ya lo demás pues no, nada más porque ahí manda mensajes sino ni me meto ahí la verdad” (María Rosa Elia González Rivera, 39 años).

Existen muchas mujeres dentro de este estrato social, generalmente las de mayor edad, a las que se les dificulta el uso de mediaciones tecnológicas como Internet y las redes sociales, por lo que prefieren seguir utilizando los medios tradicionales de entretenimiento como la televisión y la radio, sin embargo, las más jóvenes o con hijos jóvenes que las acercan a estas nuevas tecnologías, las prefieren por considerar que son más variadas, abiertas y de fácil acceso.

“Disfruto más ver la tele que Internet porque me entretengo más o sea hay programas variados que yo puedo ver y escoger a qué programa quiero ver y en Internet pues como no lo se manejar bien y ya que le aprenda una cosa pues mejor la tele a mover el Internet jajaja. En youtube también hay películas, si prendo la tele y no hay nada pues mejor me pongo una película en Youtube” (Geovana Ávila Mendoza, 41 años).

Ahora bien y contrario a los datos que arrojó la encuesta, durante las entrevistas resultó que la mayoría utiliza Internet, redes sociales e incluso algunas plataformas de mainstream como Netflix, o cable como VeTv, que llegan a utilizar más que la televisión, ya que consideran que es accesible económicamente hablando así como sencillo de utilizar. Esto demuestra que la tecnología se encuentra cada vez más al alcance de la mayoría de la población y está siendo utilizada por la misma.

“Si uso Internet con frecuencia, creo que es fácil de utilizar y es económicamente accesible, hay cosas más caras, también es accesible de conocimiento. Me gusta utilizar Facebook WhatsApp y el YouTube vídeos en el YouTube así pongo la música y en el Facebook porque tengo dos primos que son de Kansas, viven en Estados Unidos y de esa manera nos comunicamos más a menudo” (Raquel Valentín Sánchez, 37 años).

Se mostró un incremento considerable de estas mujeres en el uso de redes sociales, debido al impulso que programas sociales como PROSPERA generaban en ellas con el propósito de mantenerlas informadas de situaciones que tuvieran que ver con el mismo, y es a partir de ahí que generaron un gusto propio por consumir programas o tutoriales de cocina, para bordar o coser, para aprender manualidades y para escuchar música.

“De páginas pues me gusta consultar las recetas, me gusta estar al día de las nuevas recetas recetas, me gusta ver este, este reflexiones me encanta verla reflexiones me han ayudado como quien dice a salir del duelo, me gusta este chatear en WhatsApp o en Facebook cuando me suben alguna foto o alguna anécdota me gusta estar compartiendo, me gusta pues veo muchas páginas en el Facebook pero más me encanta me gusta la de cocina. De aplicaciones uso Facebook, WhatsApp el Google, You Tube” (Luz María Jiménez González, 51 años).

Como ya se mencionó, ha sido muy notable e importante el incremento en el uso y consumo que ha tenido este tipo de audiencia respecto a las mediaciones tecnológicas como páginas y plataformas de Internet, así como redes sociales, algunas de ellas ya las prefieren como fuente de información en lugar de la televisión. “Sí busco informarme de lo que pasa en el mundo, me informo por el celular, el Google” (Luz María Jiménez González, 51 años).

Otras mencionaron utilizarlo como medio de entretenimiento o para estar en contacto con otras personas mediante las redes sociales que ahora son más accesibles a todos. “De páginas utilizo Google para busca de información, YouTube para música, y redes para estar en contacto uso Facebook, WhatsApp, Instagram” (Julieta Álvarez, 25 años).



O simplemente por considerar que en Internet tienen un campo más abierto y variado para escoger lo que quieren ver o escuchar. “Me gusta más usar Internet que ver TV porque encuentras más cosas” (Julieta Álvarez, 25 años). “De ver la TV o usar Internet, pues ver televisión no me gusta porque pues ya tengo todo en el Internet osea que ya la televisión pasó a segundo grado entonces internet es más fácil y más accesible” (Luz María Jiménez González, 51 años).

De acuerdo a las respuestas otorgadas en la encuesta y las entrevistas, no hubo una grande diferencia entre las mujeres que pertenecieron al programa PROSPERA y aquellas que no, parecía que todas tenían la noción de considerar correcto el estar informadas sobre lo que ocurre en su ciudad y país y saber que eso las hace ser buenas ciudadanas. En el aspecto que si hubo diferencia, fue en el uso de Internet y redes sociales, las mujeres que pertenecieron a PROSPERA utilizan más este tipo de plataformas a diferencia de las que no tuvieron el programa, lo que permite ver que quizá el programa si propició el uso de este tipo de plataformas en sus ex -beneficiarias, para seguimiento del mismo.

### *Mediación institucional*

Como ya se dijo, el estudio referente a recepción de audiencias se encuentra dentro de un campo teórico, económico y político, por lo tanto, para el escenario de la televisión es indispensable la renovación e innovación constante, para así mantenerse al margen de las nuevas plataformas tecnológicas y de Internet, es así que la propia mediación tecnológica de la televisión sufre una adecuación hacia la modernidad (Orozco, 1994).

El uso de la televisión ha tenido un fuerte descenso, muchas personas ya no la utilizan por considerar que el material es anticuado y poco confiable, además de que la gente ahora busca las cosas rápido y en el momento que las necesita, por lo que las plataformas como Netflix o Amazon Prime por ejemplo, resultan ser la solución a estas necesidades relegando así a la programación tradicional televisiva (Ratings Nielsen, 2019).

Aún así, como ya se mencionó, el nicho de estudio en el que me enfoco se encuentra en un contexto económico social en el que la televisión aún se consume considerablemente por ser para muchas de estas personas la principal fuente de información, en este contexto la televisión sigue siendo considerada una mediación informativa importante y confiable en la que el discurso es legitimado por la credibilidad que le otorga a audiencia. “Este pues tele me gusta más que el Internet, tele porque luego de repente ya no más veo cosa y así ya si no pues no más escucho música mejor” (María Rosa Elia González Rivera, 39 años).

Consideran que en Internet tienen más variedad para consultar como entretenimiento o para ver tutoriales y aprender sobre cocina y manualidades, pero parece que siguen dando legitimidad a la televisión para informarse sobre las noticias y acontecimientos ocurridos en el mundo y el país, confían en esa información.

“Mmm me gusta más a veces usar Internet, creo que las dos cosas porque los dos te dan información pero mmm porque hay más variedad en Internet y la tele por las noticias es como más cercana a la realidad” (Sara Jiménez Vázquez, 49 años).

Orozco (1987) incorporó el concepto de televidencias al estudio de recepción de audiencias y es crucial para asimilar y entender a mayor profundidad dicho proceso, la mediación que ocurre entre el significado de la televisión y las audiencias es lo que resulta una mediación institucional con fuerte peso e influencia en la percepción de conceptos y realidad de estas mujeres, misma que es determinante durante su construcción de identidad y concepción como audiencias y ciudadanas. Es a su vez la obtención de significado que constituyen las audiencias a partir de la televidencia la que posibilita que se produzca la construcción de sentido.

“Me informo sobre lo que pasa en el país por medio de noticias y para distraerme de mi vida diaria me gusta ver las caricaturas. La comedia también me gusta como forma de distracción ya en la comedia te quedas picada y ya quieres saber como qué pasó, qué sucedió o ya la van a matar o ya la van a asesinar aha” (Geovana Ávila Mendoza, 41 años).

La televisión atraviesa a estas mujeres como una mediación institucional relevante y por ello es crucial durante su proceso de construcción como audiencias y ciudadanas al formarles una concepción de lo que debe de ser, mediante la información que reciben de la misma.

#### **4.5. Ciudadanía**

##### *El programa Prospera y las mujeres beneficiarias*

El concepto de mediación anteriormente pertenecía o se le relacionaba únicamente al ámbito de los medios masivos de información principalmente desde la perspectiva de los emisores de los contenidos televisivos, como un sistema lineal de emisión del mensaje a través de los medios hacia sus receptores, a quienes informaban sobre los acontecimientos sociales (Martín-Serrano 1989). Posteriormente y en buena parte gracias a las teorías sobre mediaciones y cultura de los autores Martín Barbero (1987) García Canclini (1989), se logra poner la mirada principalmente en la audiencias y en sus procesos culturales, mediante los cuales es posible estudiar, analizar y entender su proceso de recepción de contenidos y

entender que la mediación se relaciona explícitamente a la cultura, a movimientos sociales y a procesos de recepción, interiorización, aceptación y rechazo de mensajes .

En esta investigación se ha enfatizado específicamente el estudio sobre el papel que la mediación institucional de PROSPERA tiene sobre sus ex -beneficiarias, quiénes son el objeto de estudio de la misma y bajo la hipótesis de que debido a los mensajes, indicaciones e información recibida por parte del programa, como mediación institucional, tienen cierta inclinación por ser más selectivas en el tipo de programas televisivos que consumen, esto con el objetivo de buscar informarse sobre lo que ocurre en su comunidad y sobre todo en su país respecto al gobierno o a los programas sociales, que es lo que más les compete.

De igual forma, el objetivo del programa PROSPERA, fue ofrecer una mejor calidad de vida mediante la oportunidad de salir adelante al contar con mejor educación, alimentación y salud, misma que probablemente no hubieran tenido sin el apoyo económico del programa, es por ello que, se supondría que ellas busquen salir adelante mediante una mejor preparación educativa para tener mayores posibilidades de superarse y ser independientes económicamente.

El supuesto confirmaría que las ex -beneficiarias del programa al contar con la información del mismo, deberían tener una predilección por seleccionar programas informativos y ser críticas respecto a ellos, de ser así, su concepción sobre ser audiencia y ciudadanas, debería seguir esa misma línea y sería notablemente distinto del de mujeres que se encuentran dentro de su mismo contexto socioeconómico dentro de la comunidad, pero que no contaron con el programa nunca.

“De incentivos económicos, ahorita bueno lo que tenía era PROSPERA y ahorita eh ahorita ya eh se podría decir que ahorita ya no tenemos ningún apoyo hasta ahorita osea se volvió a hacer otra vez la revisión de papeles y todo eso , se supone que vamos a recibir pero aún no nos han informado si volvemos a entrar o ya definitivamente ya no para entrar al programa de bienestar este el de becas Benito Juárez” (Geovana Ávila Mendoza, 41 años).

Cómo se mencionó anteriormente a partir de que se les retiró el apoyo de PROSPERA, ellas se han sentido relegadas y no parecen estar seguras de que el nuevo gobierno las va a seguir tomando en cuenta.

“Sí lo tenía y cambió mi vida positivamente pues porque el recurso que ellos nos daban ya lo podíamos utilizar en eh para nuestros hijos más que nada en vestir, el calzado, este en comida. Sí con mi hijo de prepa, y opino que, pues hasta ahorita osea a mi me parece bien, digo a ellos si les ayuda en cuanto el pasaje, en cuanto a lo mejor en algún este no se material que le ocupen en la escuela que eso es en lo que lo necesitan o lo ocupa él más bien. Podría ser también en ropa eh osea si en el. Me ha traído beneficios” (Geovana Ávila Mendoza, 41 años).

Muchas mujeres mencionaron que el programa ayudaba económicamente a las madres para comprar lo indispensable para sus hijos, y así ellos pudieran asistir a la escuela sin tener que trabajar para ayudar en el hogar. “Sí conté con PROSPERA, me ayudó positivamente, para los gastos de mis hijas y su educación para que las muchachas pudieran estudiar y tener una mejor vida, más oportunidades digo” (Brenda Romero López, 32 años).

Dentro del ámbito político, la mayoría se mostró desanimada respecto al tema y dijeron no implicarse más allá de cumplir con votar en las elecciones y de haberse informado en lo que tenía que ver con PROSPERA a las que lo tenían, pero nada más. “No, no me gusta la política, pero pues hay que informarnos. Si voto nada más en las elecciones, pero no participo en campañas ni participo en ninguna organización política” (María Rosa Elia González Rivera, 39 años).

“No la verdad no me interesa la política ni mantenerme informada de hecho me da flojera ya con lo que pasa con la policía uno se decepciona, si voté en las elecciones, pero no participo en campañas ni nada de eso, no soy parte de ninguna organización gubernamental ni nada del estilo” (Raquel Valentín Sánchez, 37 años).

Únicamente una mencionó involucrarse en un partido político y trabajar como vocal de una organización ya que anteriormente había pertenecido a PROSPERA como vocal y quería seguir desempeñándose en un ámbito parecido. “Sí me interesa la política si voto al partido del PAN y en las casillas. También soy vocal de una organización, me motiva estar informada y poder ayudar así a mi comunidad” (Yolanda Rodríguez Cruz, 47 años).

Las ex -beneficiarias de PROSPERA están convencidas de que el programa les trajo beneficios y mejores oportunidades de crecimiento, les permitió contar con consultas fijas de salud, educación permanente e incluso a algunas les ayudó a terminar de pagar sus hogares, sin embargo, lo que no parece estar muy definido aún, es si realmente el programa las influenció de manera que las volviera más críticas, selectivas e interesadas en temas políticos que conciernen a su país, en contraste con aquellas que no tuvieron el programa, y de esta manera saber entonces, si la mediación de mayor influencia para ellas fue PROSPERA o existe una presencia más fuerte de otra u otras mediaciones que son las que provocan esa inclinación en cada persona.

#### *La relación de las mujeres con otros programas sociales*

Se habló ya del programa PROSPERA y la posible influencia que las ex -beneficiarias pudieran tener respecto al mismo de acuerdo a la información que se les otorgó, sin embargo, hay muchas mujeres de la comunidad que no contaron con dicho programa y consideran que era un círculo cerrado y de influencias al cual no podían acceder. Por lo tanto, se espera que estas

mujeres tengan una noción distinta del concepto de ciudadanía y audiencia de aquellas que si tuvieron PROSPERA y que su consumo televisivo sea menos selectivo.

“Pues hasta ahorita eh respecto a beneficios para uno se puede decir que, si que es en ayuda para los muchachos que están en la escuela, porque ahorita ellos pues si les dieron la beca sin necesidad de estar haciendo demasiado trámite como antes que se hacía que no que esto se hacía largo. A mi hijo el de la prepa ya a él si ya ahorita, mi otro hijo el chico pues hasta ahorita todavía no, no se sabe hasta que entren a la escuela no se. Pues no, osea tampoco era de que trámites tan seguido, pues no” (Geovana Ávila Mendoza, 41 años).

Estas mujeres consideran que, aunque el nuevo programa de AMLO es una buena propuesta, sucederá lo mismo que ocurrió con PROSPERA, y serán muy pocas o más bien mínimas las personas que adquieran ese recurso, por lo que consideran que también es un programa que hasta ahora se le ha dado sólo a algunos y esperan que realmente se cumpla con lo que se promete y se les de a los que realmente lo necesitan. “Del nuevo programa de AMLO no lo tengo por lo que me ha traído perjuicios, pero creo que estaría bien el programa, pero que incluyera realmente a todos lo que lo necesitan” (Brenda Romero López, 32 años).

Al día de hoy, únicamente dos de las entrevistadas cuentan con el programa de becas del nuevo gobierno, que era antes PROSPERA, incluso una de ellas nunca lo tuvo, por lo que se puede decir que no existe realmente una relación directa o de alguna índole entre el anterior programa (PROSPERA) y el nuevo programa de gobierno.

“Me gustaría que en el nuevo gobierno nos tomaran en cuenta. Que volvieran a hacer el estudio para que las personas que lo necesitamos pudiéramos estar dentro de él, y que en el nuevo programa que nos incluya, pero hasta ahorita no, no he visto ningún cambio” (Brenda Romero López, 32 años).

La mayoría de las ex -beneficiarias que tuvieron PROSPERA, ahora no cuentan con ningún programa, y aquellas que nunca lo tuvieron tampoco tienen hasta hoy el nuevo programa, sin embargo, tienen la esperanza y fe en que les llegue y las cosas mejoren.

Es notable que no parece existir una diferencia importante entre la postura y concepción que se tiene del concepto como ciudadanas y audiencias entre las ex- beneficiarias de PROSPERA y las que no contaron con el programa nunca. Ambos casos saben y consideran que deben estar informadas y que deben de participar y hacerse escuchar para lograr sus objetivos, sin embargo, consideran que no tienen voz y no les es posible hacer algún cambio importante. Lo que ha sido notable, cómo ya se dijo, es el incremento en el uso de las mediaciones tecnológicas de redes sociales y plataformas de Internet que utilizan para informarse.

### *Mujeres y ciudadanía*

Al hablar sobre ciudadanía, además de referimos al sistema de derechos y obligaciones garantizadas del día de hoy, aludimos también a las necesidades y fallas causadas por la desigualdad e inequidad que aqueja diariamente a los ciudadanos. Marshall (2005) alude a las dimensiones que actualmente se reconocen en el término ciudadanía, que son la dimensión civil, la política y la social, construidas precisamente a partir de los derechos civiles, políticos y sociales respectivamente, se debe hacer la distinción entre ciudadanía como derechos y obligaciones dentro de la normatividad legal de un sistema político, a diferencia de la búsqueda de un orden deseado referente a condiciones más equitativas y justas para todos los ciudadanos.

El concepto de ciudadano define como tal a un integrante de una comunidad civil, el cual se encuentra inmerso en un sistema de Estado-Nación cuyos organismos vigilan el cumplimiento de los derechos y obligaciones de sus miembros. Sin embargo, el concepto de ciudadano funciona a su vez como una búsqueda por la estructuración de un esquema anhelado, un esquema deseado de comunidad que será imposible precisar plenamente (Lechner, 2002 en Padilla, 2012).

La etnicidad juega a su vez un rol importante al relacionarse con las condiciones socioeconómicas y políticas del sujeto. Orozco (2001) afirma que se debe tomar en consideración que las mediaciones individuales pertenecen a medios culturales concretos. Las mediaciones individuales provienen de nuestra singularidad como sujetos comunicativos y por ello traen consigo cuadros mentales previos que determinan la forma en que la audiencia observa, comprende, interioriza, procesa, acepta, rechaza y se comunica.

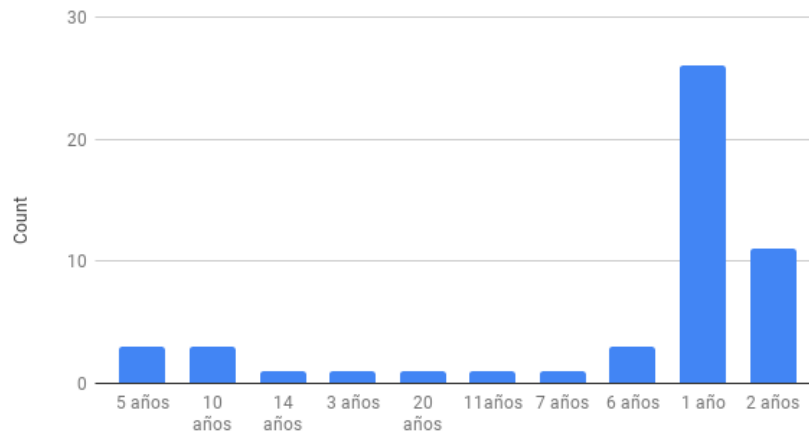
La mediación institucional de PROSPERA, en la cuál se hace énfasis durante este estudio, indica que la agencia de los individuos está mediada por las diferentes instituciones en las que se desarrolla su vida cotidiana, y cada institución crea a su vez su propia subcultura a través de la cual produce su mediación: “Las instituciones utilizan diversos recursos para implementar una mediación. El poder y las reglas son algunas estrategias, así como los procesos de negociación; las condiciones espaciales y materiales también sirven a las metas institucionales. La autoridad moral y académica son otros recursos” (Orozco, 1994:79).

La encuesta aplicada arrojó que el 50% de las ex -beneficiarias duraron tan sólo 1 año dentro del programa PROSPERA, el 21.2% dijo haber estado 2 años, un 5.7% estuvieron entre 10, 6 y 5 años respectivamente, y el 1.9% mencionó que duró entre 20, 14, 11, 7 y 3 años cada una.

Ahora bien, el 100% de las ex -beneficiarias afirmaron que el programa ha significado un cambio positivo en sus vidas, de estas, el 53.8% atribuyen el beneficio a la ayuda escolar de

sus hijos, un 26.9% lo refieren al gasto económico del hogar, el 7.6% al gasto en alimentación específicamente, el 3.8% para actividades recreativas y un 1.9% al dar una mejora a su vivienda. Esto habla de que la mayoría de las ex -beneficiarias tienen como preocupación primordial la educación de sus hijos, por lo que la ayuda fue preferentemente para este aspecto, el nuevo programa se enfoca únicamente en este punto, pero ignora los rubros de salud y alimentación que son igualmente importantes y necesarios para estas mujeres.

Años en el programa



Ya se ha dicho que el ideal que una comunidad tenga sobre el concepto de ciudadanía va a depender del escenario en el que se encuentre, en este estudio nos referimos a una comunidad específica con ciertas características y por lo tanto es un nicho pequeño, es una comunidad relegada de mujeres con un bajo nivel socioeconómico a las que no se les facilita el acceso a la participación en el ámbito público o mediático, sin embargo, se notaron cambios y mayores oportunidades para las mujeres justo en estos ámbitos, tanto político como de medios de comunicación, cuyas voceras abren espacios y dan voz a mujeres que nunca han sido escuchadas en los ámbitos dominados por el género masculino.

Es muy importante conocer las percepciones que estas mujeres puedan tener sobre lo que para ellas es el concepto de ciudadano, por qué razón tienen esa percepción y qué mediaciones son la que más las influenciaron para llegar a ella. Se debe reflexionar sobre la relación que se establezca entre el concepto que tienen como ciudadanas y como audiencia, ya que parece disminuir cuando se refiere a una categoría política mediatizada

“Como ciudadana creo que debo pues dar mi opinión, pero nadie nos escucha la verdad. No me gusta nada de política. Creo que los políticos deben pues lo que dice pues que lo cumplan, pero pues en realidad dicen unas cosas que no hacen nunca, nunca cumplen y uno no puede cumplir. Y no creo que nos escuchen porque no cumplen nada y no creo que mi participación

sea importante porque nunca nos escuchan y no estoy involucrada en ninguna organización de mi comunidad” (Raquel Valentín Sánchez, 37 años).

Se ve claramente la percepción firme que ellas tienen sobre ser ignoradas y sentirse como una clase social y un género relegado, razón por la que no se involucran ni les interesa estar involucradas en cuestiones o asociaciones políticas, ni de gobierno.

“Pues yo digo que como ciudadana hablar, pero que nos escuchen con lo que se debe de hacer sino no se hace nada. No me involucro en la vida de mi país ni ciudad la verdad. Yo digo que de ciudadano pues no hacer daño. Osea respetar las reglas que hay y todo y creo que yo sí cumplo con eso, creo que si soy buena ciudadana. Pues si, yo creo que sí es importante que el gobierno nos escuche, pero creo que no, que no nos toman en cuenta, que no nos escuchan la verdad y no me involucro en asociaciones ni nada” (María Rosa Elia González Rivera, 39 años).

Lo que se analiza es el papel de los medios para con sus audiencias, en su objetivo por estructurar ciudadanía mediante los mensajes, saber si realmente dan voz propia a los miembros de la comunidad, además de dar las pistas sobre lo que debería ser y hacer un buen ciudadano (Padilla, 2012).

“Creo que un ciudadano tiene que respetar las leyes y denunciar cuando algo pase, ya no quedarse callado. En cuanto la vida política de mi comunidad y fuera de ella me involucro muy poco. Los buenos ciudadanos a veces son las personas más vulnerables, y cumplir las normas. Yo por ejemplo en cuanto a cumplir tengo la intención, pero mi posición no me lo permite, pero cumplo con lo que me toca” (Brenda Romero López, 32 años).

Las respuestas permiten ver que la mayoría, sin importar si pertenecieron a PROSPERA o no, coincide en una idea de ciudadano como alguien que respete las leyes, que denuncie, que cumpla con lo que le pide el gobierno, mencionan que ese tipo de mensajes los aprenden de lo que escuchan en los anuncios de televisión sobre el gobierno y en las noticias, ya que consideran que lo que ahí se dice es confiable y verdadero; de igual forma, las que pertenecieron a PROSPERA, mencionaron que ese tipo de mensajes también se les daban en el programa y se les pedía que se mantuvieran informadas sobre todo mediante redes sociales, sin embargo, como ya se dijo, no se ve una notable diferencia entre la concepciones que tienen las mujeres que contaron con el programa y las que no en este caso.

Podemos entonces ver que los mensajes mediáticos y políticos se refuerzan y van de la mano sobre los conceptos que debe tener un individuo para ser un buen ciudadano y audiencia, y es por eso, que tampoco hay tanta diferencia en la noción que se tiene de estos conceptos entre las mujeres que nunca tuvieron PROSPERA y las que sí, ya que de igual forma obtenían esos mensajes a través de la televisión o cualquier otro medio masivo.



Algo en lo que parece que si tuvo un importante resultado el programa PROSPERA es que, a partir de la presencia del mismo, el concepto de ciudadanía y género fueron más de la mano y en la actualidad hay una ciudadanía femenina más crítica y consciente, con una mayor presencia en esta comunidad, la cual es mediada por Instituciones, como fue PROSPERA, que las han situado en esa posición. “Si creo que mi participación en el gobierno es importante porque tienes que estar al tanto de lo que pasa. Creo que el gobierno si nos toma en cuenta y así debe de ser” (Yolanda Rodríguez Cruz, 47 años).

Los consumos mediáticos de los receptores no se manejan como una pieza de la ciudadanía en estricto sentido, pero en este estudio, son justamente el componente principal que determina cómo se da el proceso construcción de ciudadanía y audiencia, vislumbrando las mediaciones más influyentes a partir de la presencia de las mismas en sus respuestas.

Hasta ahora podemos decir que la presencia que tuvo la mediación Institucional del programa PROSPERA fue muy relevante para dar presencia y voz a estas mujeres específicas, dentro de este contexto específico y en esta comunidad específica, sin importar si pertenecieron al programa o no, lo importante es que puso en el ojo de la esfera pública a la madre soltera, la empoderó, y a partir de ello han buscado informarse más sobre los acontecimientos que ocurren en su ciudad y país.

Por lo tanto, parece ser que PROSPERA no propició que a partir de sus mensajes fueran únicamente las ex -beneficiarias quienes se volvieran más conscientes, críticas y selectivas de lo que ven y escuchan, esos mensajes también se podían reforzar y dar mediáticamente a aquellas que no tuvieron PROSPERA, el programa generó un ambiente de empoderamiento y visualización hacia la mujer en el que a pesar de que ellas aún consideran que su gobierno no las escucha, no es sólo a ellas a quienes no escuchan, sino a hombres y mujeres en general, ya no se excluyen del concepto de ciudadanía o población y se consideran parte importante de su comunidad en la que tienen una voz que emite exigencias a su gobierno, y que deberían ser atendidas.

“Pues si, creo que si mi opinión es muy importante para el gobierno. Pues yo digo que sí tenemos un problema y si no lo resuelven es que, si no nos están tomando en cuenta, si no pues no más nos están dejando por voto. Pero ahorita si nos toman en cuenta y si es importante que nos escuchen” (Sara Jiménez Vázquez, 49 años).

### *Empoderamiento y acción ciudadana*

Los cambios que permitan a las mujeres tener un empoderamiento notable y efectivo deben ser transformadores y profundos, deben conllevar a la participación y favorecer la creación de sociedades activas de mujeres en las zonas de bajos recursos, dónde generalmente son relegadas e ignoradas (Benitez, 2012).

“Como ciudadana me toca este pues respetar a los demás, este y ayudar este ahorita por ejemplo como está la delincuencia peor, pues ayudar este por ejemplo si están asaltando a una persona, bueno yo soy de esas personas que creo que se debe ayudarle y no quedarte callada sino denunciar. De la política pues ahorita si me interesa, antes no me interesaba, ahorita estoy interesada porque te digo que mi hijo está más involucrado, muy metido en eso” (Sara Jiménez Vázquez, 49 años).

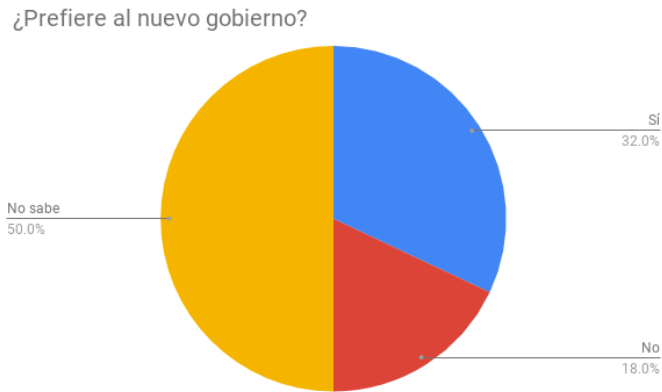
El objetivo de los programas sociales como lo fue PROSPERA, es manejar las diferentes implicaciones que la acción política tiene sobre las mujeres y hombres, es decir, legislar estos programas con el objetivo de regular y disminuir la desigualdad de oportunidades y participación entre el ámbito masculino y femenino. Se busca que, a partir de la evaluación sobre las actividades, experiencias y políticas, se logren beneficios equitativos entre mujeres y hombres, además de que con esto se dirija la mirada a la aportación que da la mujer en este desarrollo.

Respecto al gobierno, la encuesta arrojó la opinión que tenían las mujeres respecto la administración anterior, encabezada por el ex-presidente Enrique Peña Nieto, el 57.6% dijo estar conforme y agradecida con el mismo, principalmente por haberles dado el programa, también mencionaron que tenían una buena organización respecto al mismo y nunca les faltó el apoyo. El 11.5% dijo estar agradecida con el apoyo recibido mediante el programa, pero no estar de acuerdo con esa administración por falta de resultados.

Sin embargo, el 13.4% de las ex -beneficiarias no menciono para nada al programa y dijo no haber estado conforme con la administración pasada debido a la corrupción e intereses de sus gobernante,s que no cumplían con las promesas que le hicieron a la población, mientras que el 9.6% estaba inconforme debido al alto índice de delincuencia que acecha al país. Esta afirmación muestra el hecho de un punto importante para estas mujeres respecto al gobierno es que les cumpliera con el apoyo del programa, y a pesar de que algunas se encuentran preocupadas por la corrupción y delincuencia del país, es mayor su interés por conservar el apoyo.

Ahora bien, en cuanto al nuevo gobierno, un porcentaje bastante representativo del 50% se encuentra a la expectativa y no sabe aún que esperar del mismo, sienten gran incertidumbre ya que los actos que ha realizado el presidente Andrés Manuel López Obrador en su gobierno les han generado muchas dudas, varias de ellas consideran que la acciones efectuadas, como la guerra contra el huachicol (el cual produjo un fuerte desabasto de gasolina), la disolución de programas sociales (dentro de los cuales ocurrió su peor temor de que se les quitara el apoyo, y es la razón por la que se encuentran desanimadas de que ya no se les de otro), los despidos y reducción de sueldos han provocado una gran violencia, delincuencia y caos social, que tiene preocupadas a estas mujeres.

Es por ello que el 19.2% no está conforme con estas acciones, mientras que el 31% está de acuerdo y piensan que sin importar las medidas que se estén tomando, los cambios serán buenos y positivos para todos.



“Si creo que mi participación en el gobierno es importante porque tienes que estar al tanto de lo que pasa. Creo que el gobierno si nos toma en cuenta y así debe de ser, pero últimamente nos ha olvidado un poco y nos ha quitado el apoyo” (Yolanda Rodríguez Cruz, 47 años).

El 44.2% de las ex -beneficiarias espera del nuevo gobierno que se conserven los apoyos como se ha venido haciendo hasta el día de hoy, el 28.8% espera que se conserven los apoyos pero que a su vez, se incrementen los apoyos para personas que también lo necesitan y aún no cuentan con el programa, quieren que haya un aumento en el apoyo para becas de estudiantes y en programas de salud, el 13.6 % tiene incertidumbre y espera que se cumpla realmente con lo que se prometió, que no haya corrupción y no se vea por intereses de los políticos como se ha hecho hasta ahora, y el 13.4% se encuentra a la expectativa pero tiene una actitud positiva en la que espera mejoras y buenos cambios en beneficio de todos.

Cómo ya se mencionó, el mayor temor de las investigadas al momento de la encuesta, era que se les retirara el apoyo, la totalidad de ex -beneficiarias esperaba que no se les quitara, independientemente de los cambios que el nuevo gobierno hiciera, se esperaba que se conservara y si era posible, que se mejorara y se diera a los más necesitados que aún no lo tienen, consideran que para todas el apoyo ha sido un aspecto positivo en sus vidas por distintas razones, pero en su mayoría por el apoyo en el ámbito escolar que se dio a sus hijos.

Ahora que el programa se eliminó y se ha vuelto becas de BIENESTAR, la mayoría de las ex -beneficiarias perdió sus beneficios y hasta la fecha no ha recibido los nuevos de la beca, por lo que esperan poder recibirla pronto, así como seguir contando con los apoyos de alimentación y salud que PROSPERA les daba.

Count of ¿Considera que el programa ha cambiado su vida en algún aspecto?



Count of ¿Qué esperaría que hiciera el nuevo gobierno respecto al programa PROSPERA?



+

“Del gobierno anterior este si, si estaba bien el que estaba osea de que nos trajo pues si nos dio beneficios con PROSPERA. Pues el nuevo me ha dado perjuicios, porque ahora ya de que entró ya nos quitaron todo, que dicen que está, pero quién sabe pues hasta cuando, hasta ahorita nada. Pues yo veo que no la verdad no ha dado nada este nuevo gobierno. Y no creo que nos escuchen porque no cumplen nada y no creo que mi participación sea importante porque nunca nos escuchan y no estoy involucrada en ninguna organización de mi comunidad” (María Rosa Elia González Rivera, 39 años).

Como ya mencioné, la mayor aportación que dejan estos programas es que destacan el empoderamiento femenino como la figura nuclear del discurso, en el caso de la mediación institucional de PROSPERA y a partir de esta investigación, se ha podido notar que aunque el programa o sus objetivos no siempre fueron efectivos, el contenido del discurso parece que si lo fue, el mensaje fue recibido, interiorizado, asimilado y aceptado por las beneficiarias quienes se sintieron empoderadas al ser las titulares del mismo, al sentir que fueron tomadas en cuenta y no que sólo se les dieron despensas y apoyos en el ámbito educativo, de salud y

alimentación, sino que a su vez, tenían responsabilidades para con el programa y con el gobierno de su comunidad, sintieron que eran visibles y de cierta forma tenían una fuerte voz en su comunidad.

“Mi labor como ciudadana es ser responsable, cumplir con mis cosas, votar, denunciar y obedecer al gobierno. Creo que mi participación sí es importante para el gobierno y debe saberla, creo que cuando son las votaciones, te toman en cuenta. Mi opinión es importante sí, para saber que mi colonia está mal” (Julieta Álvarez, 25 años).

Se puede notar que la mayoría tiene una idea de lo que debe ser y cumplir un buen ciudadano, casi todas las que fueron beneficiarias de PROSPERA hoy en día piensa que el gobierno las escucha menos y ni siquiera las toma en cuenta, esto debido a que se les quitó el programa, el cual era el único apoyo y contacto que tenían con el gobierno.

“Si yo creo que soy buena ciudadana pues no bueno que siento que, que en nosotros está hacer el cambio, pero no nos dejan, pero yo si creo que soy buena ciudadana y cumplo con lo que me toca que es pues emitir mi voto e involucrarnos más en los problemas de nuestra comunidad y no dejar igual todo al presidente el gobernador a todos, pero es como te digo no nos dejan. Mi participación en el gobierno si es importante, pero pues no, porque pues a nosotros nada más lo que utilizan en nuestro voto, pero no escuchan. Debería serlo, pero no se nos toma en cuenta” (Luz María Jiménez González, 51 años).

Se les quitó el rol de empoderamiento que PROSPERA les asignaba y que a pesar de que no necesariamente las ayudara a independizarse económicamente, sino que quizá sólo las asistía, situación que se pensaba las ponía en un plano de minimización y sumisión resultó lo contrario, la fuerza que ese discurso les daba fue lo que hizo la diferencia, a muchas de ellas las empoderó a hablar, incluso a la acción política, en el caso de las vocales del programa, quienes participaban al interior del mismo y a veces junto con el gobierno, para apoyar a que se lograran los objetivos, tenían un rol en el que se les informaba que su participación para con sus compañeras era primordial para lograr los propósitos del programa, sin embargo eso se ha perdido al día de hoy con la disolución de PROSPERA.

“No la verdad no me interesa la política ni mantenerme informada de hecho me da flojera ya con lo que pasa con la policía uno se decepciona, si voté en las elecciones, pero no participo en campañas ni nada de eso, no soy parte de ninguna organización gubernamental ni nada del estilo” (Raquel Valentín Sánchez, 37 años).

Es por eso que hoy en día se sienten hasta cierto punto abandonadas y desmotivadas a participar en el gobierno o en la política, parece que si antes no creían en esas instituciones, ahora menos creen que su opinión y sus acciones sean importantes o relevantes para algún cambio, habrá que ver que ocurre con las nuevas iniciativas gubernamentales y qué rol se le da a estas mujeres dentro de estos cambios.

#### **4.6. Resultados preliminares**

Con base en la información obtenida en las entrevistas y encuestas, se puede ver que la muestra ha sido atravesada por diversas mediaciones que influyen en su proceso de recepción e interiorización de los contenidos que reciben de ellas. Las mediaciones que se ven con más presencia en el ámbito comunicativo son; la mediaciones tecnológicas de Internet, redes sociales y la televisión, mientras que en el ámbito social y político son las mediaciones institucionales de religión y el programa PROSPERA, en la cual se hizo especial énfasis como una importante influencia durante el proceso de recepción de contenidos de estas mujeres para la construcción de su noción como audiencias y ciudadanas. Es importante resaltar también que el contexto socioeconómico al que pertenecen y su condición de género son igualmente factores determinantes, que intervienen en la forma en que este proceso se lleva a cabo.

Contrario a lo que se pensaba y en base a sus respuestas, fue notable que la mayoría siguen siendo amas de casa y viven con su pareja, ya sea casadas o no, de la que dependen o les ayuda con el gasto familiar. La mayor convivencia que tienen se da con sus familiares y no tanto con los miembros de su comunidad, sólo en algunos casos se menciona que frecuentaban amigas, lo que deja ver que su vida en comunidad no es tan activa o cercana.

La mediación institucional de la religión tiene una presencia importante, la mayoría de las mujeres cuestionadas y entrevistadas menciona ocupar tiempo considerable de su día para rezar y ayudar en la iglesia, les gusta socializar y reunirse ahí para cumplir con responsabilidades de la misma. Pareciera que esta mediación ha perdido fuerza notablemente en el ámbito social en general, sin embargo, dentro de este contexto socioeconómico, sigue siendo relevante e influyente en las ideas que reciben por parte de la misma, y ahora más, después de haber sido PROSPERA eliminado, esto debido a que muchas mujeres ocupaban su tiempo dentro del programa y ahora lo trasladaron a emplearlo para las labores de la iglesia.

En el tema sobre consumo televisivo, se comprobó que es una mediación con fuerte presencia dentro de este estrato social, sigue siendo un campo activo de consumo, sin embargo, no lo es con la frecuencia que se pensó que se hacía, aparentemente ya no es tan utilizado y las mujeres no tienen el tiempo de pasar el día frente a la pantalla, la mayoría realizan actividades fuera, tienen que atender la casa, a sus hijos, trabajan (aunque muchas no lo consideran como tal) o simplemente utilizan otras plataformas como Internet en vez de la televisión.

Parece que ya no se encuentran tan atraídas en ver programas como las telenovelas, al no sentirse identificadas con esos roles femeninos, mencionaron que les parecen demasiado alejados de la realidad y consideran que es pura ficción, además creen que las historias son

iguales siempre y no muestran mucha variedad en sus contenidos, razón por la que no les parecen entretenidos.

Con los programas que dijeron si identificarse fueron, *La Rosa de Guadalupe* y *Cómo dice el Dicho*, cuyas historias les parecen cercanas a las suyas y las toman como modelos a seguir o reglas de aprendizaje para afrontar su vida cotidiana. Otro género que mencionaron consumir constantemente fueron las noticias, las legitiman al ser su principal fuente de información ya que las consideran verídicas para conocer sobre lo que ocurre en su país y ciudad.

Se reveló también, que el consumo de redes sociales e Internet incrementó desde que programas sociales como PROSPERA les pidió que siguieran las noticias y sitios del programa para mantenerse informadas e incluso darle “me gusta” a las páginas de gobierno que se les indicaba, por lo que fue notable el cambio y aumento en el uso de estas plataformas, los cuales al día de hoy se han tomado ya como hábitos rutinarios.

Lo que se puede ver es que quizá el programa PROSPERA no tuvo un impacto notable en el sentido de educar y cambiar la forma de pensar de sus beneficiarias volviéndolas más críticas y selectivas, sin embargo, su mera presencia produjo un cambio importante en la mente de estas mujeres e incluso en las que no pertenecían al programa, las empoderó con el sólo hecho de hacerlas titulares del mismo al imponer la idea de “Mujeres como titulares de un programa de gobierno” “Madres a cargo”, con ese título se lograron fuertes implicaciones en su manera de concebirse como mujeres, como audiencias y como ciudadanas.

“Si tuve PROSPERA y me ayudó positivamente para los útiles y escuela de mis niños. Además, me permitió participar como vocal en el programa y estar activa con los representantes que trabajan ahí y ayudar en los eventos del gobierno, a todas nos ayudo a participar e involucrarnos más en el gobierno” (Raquel Valentín Sánchez, 37 años).

Consideraron que se les visualizó y que su rol como ciudadanas era importante al mismo tiempo que eran escuchadas por el gobierno. Este impacto parece ser que fue el más importante que tuvo la presencia del programa PROSPERA, tanto en sus ex -beneficiarias como en las que no fueron beneficiarias, la huella que dejó se vio en las mujeres de esta comunidad, en estas madres de familia a las que se les empoderó mediante el programa con una idea de mujeres corresponsables del mismo, quienes tenían la función de informarse y de estar al tanto de su gobierno, para ellas así, poder cumplir con sus funciones dentro del mismo, al mismo tiempo que su aportación dentro del campo económico y social era importante para su comunidad.

“Yo tenía PROSPERA y ahorita ya no tenemos ningún apoyo ni nos dejan involucrarnos con el gobierno, antes con PROSPERA teníamos juntas con el ayuntamiento y los del programa

además de ir a juntas de salud y alimentación también para nuestro hijos, pero ahora ya no nos hablan ni nos hacen caso” (María Rosa Elia González Rivera, 39 años).

Hoy en día, cómo ya se dijo, estas mujeres no cuentan con un apoyo económico del gobierno, tienen un sentimiento de abandono y se sienten relegadas por la nueva administración que les retiró la titularidad de PROSPERA, otorgando únicamente a 2 o 3 de las ex -beneficiarias el nuevo programa de BECAS DE BIENESTAR, del que son únicamente receptoras del pago de becas de sus hijos de primaria y secundaria y no tienen ninguna titularidad, sin embargo, la mayoría aún no ha podido recibir ningún apoyo por parte del gobierno.

En el caso de tener hijos mayores de edad, se les deshabilitó por completo de las funciones que tenían con PROSPERA, ya no cuentan con corresponsabilidades y por lo tanto no sienten empoderamiento alguno, sienten que ya no son visualizadas ni escuchadas y la mayoría ya no quiere saber nada del gobierno, de política o de responsabilidades para con ellos, ahora consideran que su ciudadanía es únicamente informarse por los medios correctos de la situación del país y cumplir con lo que les toca, aún así, mencionan que ni siquiera eso les es posible ya que el propio gobierno las bloquea e ignora.

De acuerdo a la encuesta aplicada, cuando se les cuestionó sobre actividades dentro de la comunidad que ofrece el gobierno o que lo involucre (a excepción de PROSPERA), la mayoría dijo desconocer sobre algún evento que ellos realicen para la localidad o en caso de saber de alguno, la mayoría prefería no asistir. Esta situación puede evidenciar, que más allá del programa, el gobierno no tiene relación o comunicación con la comunidad, hay poca colaboración entre sí. Es así que ahora que se ha eliminado el programa, la relación e interacción entre comunidad y gobierno es casi nula y no existe una instancia que les permita expresar sus opiniones o quejas, parece que por el momento no hay a dónde acudir para poder ser escuchada.



## **Conclusiones**

## 5. Conclusiones

En la vida de las personas, las mediaciones están siempre presentes. Según las circunstancias, algunas tienen mayor influencia que otras, esto dependiendo de diversos factores como el género, la edad, relación familiar y comunitaria, contexto social y cultural, religión, educación, etcétera, que definen la forma en que los mensajes e información va a ser recibida y asimilada, a la vez que determinan la manera en que cada quién se concibe a sí mismo en el ámbito individual y demás ámbitos o estructuras sociales.

Cómo ya se mencionó en el marco teórico de esta investigación, el primero en introducir y explicar las mediaciones al campo de la recepción fue Jesús Martín Barbero, y éstas fueron retomadas y categorizadas por el autor Guillermo Orozco como las siguientes multi-mediaciones: mediaciones individuales (cognoscitivas y estructurales), situacionales, institucionales y tecnológicas, las cuales se utilizaron como base para este estudio a partir de una hipótesis y pregunta de investigación específica:

***La presencia de la mediación institucional del programa PROSPERA propicia que las ex-beneficiarias de la colonia San Cristóbal Texcalucan, Huixquilucan, Estado de México, sean más activas y críticas en su proceso de construcción de audiencia y ciudadanía a partir de la recepción de contenidos televisivos y demás mediaciones, principalmente la del programa, en comparación con aquellas mujeres que no pertenecen a él.***

***¿Cómo influye PROSPERA como mediación institucional, en la construcción como audiencias y ciudadanas a mujeres ex-beneficiarias de este programa?***

A partir de la información obtenida durante la aplicación de una encuesta y la realización de entrevistas, se pudieron analizar datos que no necesariamente nos llevaron a la comprobación de dicha hipótesis, pero que nos permitieron entender la presencia e influencia que tuvo el programa PROSPERA, y demás mediaciones, durante el proceso de construcción ciudadana y como audiencia de la muestra. Desarrollé de forma separada cada uno de los aspectos que se estudiaron durante el proceso, para mostrar las conclusiones a las que se llegó en cada uno de ellos.

### *Familia y Comunidad*

La mediación institucional de la familia tiene una fuerte presencia en la vida de estas mujeres a diferencia de la que se tiene con su comunidad, la cual es mucho menor. El vínculo es prácticamente familiar y su convivencia también, en la mayoría de los casos es más evidente entre madres e hijos, pero también hay una fuerte presencia de la pareja, por lo que la idea de madre soltera que se pensaba existía en casi todos los casos, realmente no fue así en lo

general y siguen conservando una familia nuclear tradicional, dentro de la que ellas toman el rol de amas de casa encargadas de sus hijos.

Fue evidente la postura o creencia en la que muchas de estas mujeres trabajan, pero no lo consideran así, menosprecian las actividades que realizan y piensan que no es trabajo sino una actividad sin importancia, algunas otras trabajan como empleadas domésticas, pero de igual forma, no consideran que sea un trabajo formal o importante como el de un hombre.

### *Contexto Social*

La mediación individual es la que define al individuo como un sujeto social y cultural el cual es determinado en gran parte por el contexto social al que pertenece, es así que estas mujeres se ven condicionadas en gran medida por el mismo, es en este contexto donde se definen sus hábitos y formas de vida cotidiana, así como su inclusión al programa PROSPERA, debido a la necesidad que padecen. De igual forma, es este ámbito el que aún las mantiene en contacto con la televisión abierta y sus contenidos, a diferencia de otras clases sociales que quizá también los consumen, pero no tan comúnmente.

Ahora bien, el contexto social al que pertenecen estas mujeres es una mediación situacional y estructural que se determina por el entorno o los diversos entornos en los que se produce el encuentro de la televisión con su audiencia. La casa es el lugar en donde se dan las primeras negociaciones y asimilaciones de los mensajes (Orozco, 2001) y es ahí en donde estas familias mencionaron interactuar con el televisor, volviendo ese entorno, el espacio preciso en el que entran en contacto.

En el ámbito de las políticas públicas, son éstas las que estructuran identidades colectivas específicas como el de madres de familia o amas de casa, y a la par de la construcción de identidad de estos individuos, se legitiman también cuestiones de interés público. Es así como el Estado determina las necesidades sociales y el modo para satisfacerlas, se crean programas como PROSPERA, el cual atiende necesidades básicas, pero ahora al eliminarlo y crear el programa BIENESTAR, cambia la dinámica y genera nuevos procesos que van a determinar las experiencias de las mujeres en interacción con la esfera pública, así como la falta de ella, tal como está ocurriendo actualmente.

Las mujeres que integraron la muestra de este estudio tienen claro que quieren y deben ser escuchadas y tomadas en cuenta. La noción de empoderamiento que PROSPERA dejó en la comunidad, quedó plasmada en las ideas de las mujeres, ya fueran beneficiarias o no del programa PROSPERA.

## *Género*

Las mediaciones individuales provienen de ser únicos como sujetos que se comunican, lo que produce ideas previas que disponen la forma en que la audiencia va a observar, comprender, interiorizar, procesar, aceptar o rechazar los mensajes recibidos. La mediación individual (cognoscitiva) es la estructura de la mente a través de la cual la persona percibe las ideas, textos o guiones con los que entra en contacto. El género o sexo del individuo también conforma otra fuente de mediación, que puede ser genética o cultural, de igual forma la edad del individuo es importante (Orozco, 2001).

El factor de género para estas mujeres, es igual de relevante que el contexto social, ya que también determina sus hábitos y rutinas de la vida cotidiana, así como su pertenencia al programa social de PROSPERA. Era necesario ser mujer para poder pertenecer al mismo. Es justamente su condición de género dentro del programa la que parecía darles una nueva visión de dicha condición, las empoderaba como titulares del mismo y les atribuía una serie de corresponsabilidades que debían cumplir para recibir sus apoyos. Eran la cabeza del programa y por ende, las responsables del mismo.

Esta investigación vincula a la ciudadanía y al género en la búsqueda de lograr un estado ideal de ciudadanía activa femenina que permita combatir y erradicar la pobreza a partir de la toma de conciencia sobre la falta de actividad política de género. Esto se puede lograr con el apoyo de las políticas de participación de las mujeres facultando ambientes que propicien la comunicación y el intercambio entre ellas. Sin embargo, las nuevas políticas de gobierno parece que vuelven a olvidar a este estrato social femenino, quitando voz y visibilidad, facultades que PROSPERA mantenía activas hasta cierto punto, o al menos les hacía sentir que era así. Ahora se encuentran desanimadas y no tienen empatía con el gobierno actual (Meer y Sever, 2004: 29-31).

De igual forma, es primordial que haya una concientización de la diversidad cultural que resulta en una diversidad ciudadana, por lo que es importante observar las diferencias que caracterizan a las mujeres pertenecientes a distintas identidades socioculturales, y que son precisamente las que permiten analizar la forma en que se construyen como ciudadanas y audiencias. La sociedad es desigual y sus problemas deben resolverse al interior de las identidades de sus comunidades políticas (Padilla, 2012).

El empoderamiento de las mujeres se logrará si se realizan cambios profundos y reales mediante movimientos asociativos en zonas de bajos recursos. Debe existir un sistema efectivo de control de los recursos tanto materiales como inmateriales que opere sobre las estructuras que generan la pobreza y actúan a favor del patriarcado.

La mujer podrá tener un mayor desarrollo y progreso mediante la independización, priorizando los propios intereses y atendiendo a la identidad y realidad de las mujeres, a quienes se ha relegado e invisibilizado de todos los espacios, debido a esta dominación (Benítez, 2012). La falta de escolaridad y condición de clase también son factores importantes que propician la exclusión femenina. Se considera que muy pocas concluyeron sus estudios a un nivel medio, por lo que no cuentan con la preparación necesaria para desempeñar cargos importantes. En cuanto a la clase social, tienen desventaja con otros candidatos (por ejemplo) ya que no tienen recursos ni apoyos para financiar campañas o empezar una carrera política, aspecto en el que algunas manifestaron cierto interés.

El programa PROSPERA les dio visibilidad, ya que ellas consideran que, sin contar al programa, a las mujeres no se les toma en cuenta en aspectos del gobierno o política. Estiman que el programa les daba voz y las escuchaba, tenían juntas y reuniones con los responsables del programa en las que se podían expresar e incluso quejar de lo que no les parecía o les hacía falta. Sin embargo, ahora, con el retiro del programa, se vuelven a sentir olvidadas, situación que ha producido en ellas una profunda decepción en la que vuelven a pensar que nadie las toma en cuenta por ser humildes y sobre todo por ser mujeres, cuyo único rol es supuestamente estar dentro del hogar cuidando a sus hijos y viendo telenovelas o programas de chismes (cosa que la mayoría de ellas no hace, sin embargo, la idea permanece).

La perspectiva de género se debe aplicar dentro de la comunicación para visibilizar cada vez más al rubro femenino en los medios, aspecto que ha estado ocurriendo, y va obteniendo mayor fuerza desde hace algunos años, y mucha más al día de hoy. Con el objetivo de acrecentar el empoderamiento de las mujeres orientado a la estructuración social, el género y la comunicación, deben ir de la mano para lograr un cambio profundo en favor de la equidad y la justicia, con el objetivo de cerrar esa gran fisura que existe entre lo público y lo privado, esto requerirá la participación de la comunidad, mediante una comunicación que permita ese cambio social.

### *Televisión, Internet y Redes Sociales*

La mediación tecnológica ha sido uno de los factores de mayor enfoque durante esta investigación. Es una mediación que tiene características específicas y que en un principio se enfocaba mayormente al uso de la televisión, pero en la actualidad se ha tenido que adaptar a las nuevas tecnologías como el Internet y las redes sociales, al ser estas, las de mayor uso.

Ya se habló de las preferencias de consumo televisivo de estas mujeres, las cuales prefieren consumir noticias para mantenerse informadas sobre lo que pasa en su país y poder platicar

de ello con sus hijos, quiénes al estar educados, pueden ayudarles también a entender lo que ocurre o simplemente tener una conversación con ellas. En varios casos se notó que a pesar de que ellas lo negaron, algunas todavía veían telenovelas o programas como “La Rosa de Guadalupe”. Suponemos que se vieron un poco influenciadas por mi presencia y prefirieron decir que consumían en mayor medida noticias o programas que consideran más educativos.

En cuanto a las redes sociales e Internet, fue sorprendente que la mayoría de las ex-beneficiarias, sino es que todas, hacen uso constante de ellas, incluso más que la televisión. Las que mencionaron hacer menor uso fueron las que nunca tuvieron el programa y las personas de mayor edad. Las más jóvenes, a pesar de su contexto social, lo utilizan diariamente para ver tutoriales, hacer búsquedas, chatear, escuchar música o entretenerse viendo videos. Es importante señalar que estas mujeres comenzaron a hacer mayor uso de estas plataformas a partir de que el programa PROSPERA les pidió que lo hicieran para revisar noticias y trámites del mismo, así como para informarse.

No parece existir una relación determinante entre el programa y los gustos o consumos preferentes de programas de televisión, lo que si existe, y se pudo comprobar durante las entrevistas, es que tienen clara la idea de lo que debería ser, es decir, no parece que realmente el programa las hizo más críticas ni selectivas, pero si les dejó la idea de que una buena audiencia es la que se informa de lo que ocurre en su país, y no sólo les dejó esto a las beneficiarias, sino a todas las mujeres de la comunidad. Estas ideas se propagaban a las demás mujeres de la comunidad, al ser esta muy pequeña, por lo que las mujeres no beneficiarias del programa mostraron la misma postura.

Tampoco se observó que los medios contribuyeran notablemente a crear ciudadanas y audiencias activas, fuera de su papel de informarlas. Se refuerza el rol pasivo que ahora estas mujeres tienen en vez de politizar a la ciudadanía mediante una política comunicativa clave, porque el error no está en su construcción como ciudadanas, sino en el proceso que llevan a cabo para asumirse de esa forma. La televisión abierta y demás medios, deberían ser un espacio importante para la construcción de ciudadanía y audiencias, favoreciendo la democracia, educando e informando de manera precisa a sus espectadores, así como abriendo el diálogo a todos y no sólo a algunos privilegiados.

### *Programa PROSPERA*

El ahora eliminado programa PROSPERA, fue la principal mediación en la que se enfocó este estudio, se analiza la influencia del mismo durante el proceso de construcción ciudadana y como audiencia de las ex -beneficiarias del programa, es una mediación institucional que tuvo fuerte presencia al interior de la comunidad.

Como ya se dijo, el programa fue más que nada asistencialista, sin embargo, parece haber ayudado realmente a muchas familias a salir adelante y sobre todo a darles oportunidad a los hijos de éstas, para concluir sus estudios. Ahora bien, en relación a la investigación, fue la presencia del programa la que dotó a estas mujeres de un empoderamiento que anteriormente no tenían, les dio visibilidad y voz, además de que les instruyó la idea de que deben mantenerse informadas y participar en las cuestiones gubernamentales para poder ser escuchadas y cumplir como ciudadanas.

También se mencionó que el programa las involucró en el uso de redes sociales e Internet. Por lo tanto, si bien es cierto que no necesariamente siguen estas reglas o ideas, lo que sí se comprobó es que saben, o al menos piensan, lo que es correcto, por lo que consideran que eso es ser buena audiencia y ciudadana, y es así que el programa resulta ser una mediación institucional con fuerte influencia en su selección y proceso de construcción.

### *Ciudadanía y Gobierno*

La etnicidad tiene de igual forma un rol significativo al relacionarse con los contextos socioeconómicos y políticos del individuo. Orozco (2001) dice que es necesario tomar en cuenta las diversas mediaciones en la que nuestro objeto de estudio se encuentra ya que pertenecen a medios culturales concretos.

En este aspecto de ciudadanía nuevamente se involucra la influencia y presencia del programa PROSPERA, el cual indicaba que para ser buenas ciudadanas debían de informarse y cumplir con sus corresponsabilidades ciudadanas que el programa les indicaba, estas ideas se propagaron a todas las mujeres de esa localidad, incluso a las que no contaron con el programa, ya que, de igual forma, fue información que estaba presente en la comunidad y que escuchaban de sus otras compañeras.

Para estas mujeres el concepto de ser “buenas ciudadanas” significa cumplir con lo que les toca y con lo que el gobierno les pide. Sin embargo, ahora han perdido ese sentido de ciudadanía a partir de que se les retiró el programa, se sienten ignoradas por lo que tienen sentimiento de rechazo hacia lo que tenga que ver con política y gobierno, cumplen con su derecho a votar, pero no les interesa ni quieren saber nada más al respecto.

Consideran que a pesar de que ellas quieran informarse y ser buenas ciudadanas, no les es posible ya que no son escuchadas y el gobierno no les permite colaborar con ellos, muchas de las ex -beneficiarias tenían un papel activo como vocales del programa, mediante el cual consideraban que cumplían como ciudadanas y se sentían útiles dentro de su comunidad y como enlaces con el gobierno. Ahora no encuentran forma de involucrarse dentro de este ámbito ni se sienten incentivadas a hacerlo.

En cuanto a los gobiernos, hubo opiniones diferenciadas, las que contaron con el programa PROSPERA consideraron que, a pesar de todas las fallas de los gobiernos anteriores, fueron buenos gobiernos porque les daban el apoyo; las que no contaron con el programa consideraron que si ayudaba, pero sólo a quienes querían y no a quienes lo necesitaban, además de que no fueron buenos gobiernos.

Ahora bien, en cuanto al nuevo gobierno, el 90% ya sea que haya tenido o no el programa, considera que no está teniendo un buen desempeño y que se ha olvidado de las comunidades, de la gente de bajos recursos y de las mujeres en general, lo que denota que el sentimiento que la mayoría de las mujeres tiene en cuanto al nuevo gobierno es negativo o a la expectativa de lo que pueda pasar, ya que no ha implementado ayuda o programas en su favor. Aún así, el sentimiento de que todo va a mejorar lo tienen presente, y esperan realmente que pronto se les tome en cuenta.

### ***5.1. Revisión de Hipótesis***

De acuerdo a la hipótesis; La presencia de la mediación institucional del programa PROSPERA propició que las ex -beneficiarias de la colonia San Cristóbal Texcalucan, Huixquilucan, Estado de México, sean más activas y críticas en su proceso de construcción de audiencia y ciudadanía a partir de la recepción de contenidos televisivos y demás mediaciones, principalmente la del programa, en comparación con aquellas mujeres que no pertenecen a él.

En razón de los resultados obtenidos en esta investigación, el impacto más importante que tuvo la presencia del programa PROSPERA tanto en sus ex -beneficiarias como en las no beneficiarias de esta comunidad, fue “El Empoderamiento”, o al menos la idea generada de la existencia de este en ellas, a través de la asignación del rol como “*Mujeres Titulares y Corresponsables de un programa de desarrollo social*”, mediante el cual podían interactuar con su comunidad y gobierno, y expresar sus opiniones al mismo. Es un hecho que el concepto de ciudadanía y género fueron más de la mano y en la actualidad hay una ciudadanía femenina más crítica y consciente

El programa dejó una huella importante en estas madres de familia, quienes cumplían una función dentro de éste y aportaban apoyo económico a sus hogares, además tenían la indicación de informarse y estar al tanto de su gobierno, para así ellas poder cumplir con PROSPERA y con su país, como buenas ciudadanas. Es de esta forma que ellas se sentían visualizadas y tomadas en cuenta, ya que su aportación dentro del campo económico, familiar y social era vital para su comunidad.



“Yo tenía Prospera y ahorita ya no tenemos ningún apoyo ni nos dejan involucrarnos con el gobierno. Antes con PROSPERA teníamos juntas con el Ayuntamiento y los del programa, además de ir a juntas de salud y alimentación también para nuestros hijos, pero ahora ya no nos hablan ni nos hacen caso” (María Rosa Elia González Rivera, 39 años).

La idea que tienen sobre como ser una audiencia responsable respecto a lo que ven en televisión y en relación con la información que les daba PROSPERA, se refiere a mantenerse informadas y estar al tanto de lo que ocurre en su país. Debían permanecer a la vanguardia de las nuevas tecnologías, participar y ser escuchada por su gobierno. Sin embargo, y como ya se dijo, no necesariamente lo aplican como tal, ni tampoco se puede asegurar que realmente las volvió más selectivas en su contenido. Lo que si se comprobó es que PROSPERA les dejó una clara idea de que eso es lo que debería de ser, y que esa idea es justamente la que las hace a una buena audiencia, a una audiencia responsable con su gobierno.

Se debe voltear a ver nuevamente a estas mujeres que se sienten abandonadas por el nuevo programa del gobierno. Se les retiró la titularidad del antiguo y, con esto, el sentimiento de corresponsabilidad y empoderamiento que las motivaba a mantenerse activas en el espacio público. Al día de hoy no más de 10 familias han recibido el apoyo de las BECAS DE BIENESTAR, las demás se han resignado a ya no recibir ningún apoyo y han que buscar trabajo tanto ellas como sus hijos en muchos casos, lo que los ha obligado a dejar la escuela y con esto, la oportunidad de tener una mejor vida en un futuro al contar con una mejor preparación, situación que PROSPERA buscaba procurar.

La hipótesis se cumple ya que hay una clara influencia de las ideas que el programa PROSPERA dejó en la comunidad y que interviene durante los procesos de construcción como ciudadana y audiencia, son ideas de empoderamiento que en la actualidad ya se tienen arraigadas y las aplican en su día a día, a pesar de que consideran que ahora el gobierno las ha dejado de lado.

## ***5.2. Rutas para explorar***

Será importante conocer el tipo de audiencia que estas mujeres son y serán en un futuro, estudiar su consumo y uso de la televisión y las nuevas tecnologías, observar si las jóvenes han dejado de utilizar la televisión, y por lo tanto, plantearse si en un futuro será obsoleto el formato de programación abierta, enfocándose únicamente en plataformas de mainstream e Internet incluso dentro de este contexto social.

Analizar la situación gubernamental y de programas sociales para con estas mujeres, saber qué está haciendo el nuevo gobierno en relación a ellas y cómo se sienten en base a todos estos cambios políticos, conocer si consideran que aún no son tomadas en cuenta como

ciudadanas, y qué se está haciendo para poder ser escuchadas. Conocer si se les ha brindado algún apoyo económico que permita a las familias mantener a sus hijos en la escuela y no trabajando para ayudar económicamente en el hogar.

El tema de género es hoy más que nunca un tema de vital importancia, por lo que será relevante analizar en dónde se encuentran estas mujeres y cómo se sienten respecto al empoderamiento, visibilidad y voz que consideran que perdieron junto con el programa PROSPERA, analizar si estiman que siguen siendo mujeres empoderadas y por qué, o si por el contrario, consideran que se les ha relegado nuevamente y con ello, han perdido la oportunidad de expresar su opinión.

Será también importante analizar el camino en general que los nuevos programas sociales han tomado y los objetivos que piensan lograr, qué implicaciones tienen y qué beneficios se pueden lograr de acuerdo a los mismos, estudiar la influencia que tienen durante los procesos de construcción como audiencias y ciudadanas de estas mujeres que fueron beneficiarias de programas que se tuvieron a lo largo de gobiernos anteriores, y que ahora algunas aún lo tienen pero muchas otras no. Cruzar esos resultados con los apoyos del nuevo gobierno, analizando si hay diferencias e implicaciones relevantes respecto a los mismos, en cuanto a resultados a nivel social, económico y personal.

Es importante tener en cuenta y analizar que esta población, ha sido asistida por todos los gobiernos a lo largo de la historia del país, por lo tanto, es dependiente de los insumos del mismo y le resulta hasta cierto punto, indiferente el tema partidista, mientras se les siga otorgando su apoyo. Será importante hacer un análisis profundo de los perjuicios que trae a la nación, tener una población contenta pero invisible, cuya opinión o participación política parece no ser relevante (a pesar de que lo es y mucho) a menos que sea en favor del partido que esté al mando de su apoyo en el momento de requerirla.

Se debe pensar en lograr programas realmente efectivos, que no únicamente asistan, sino que tengan un impacto real en sus beneficiarios. Un programa que ofrezca una educación integral que permita a los individuos encontrar su identidad, el significado y sentido de la vida mediante los lazos que los unen a su familia, comunidad y a su país, instruyendo en ellos valores y una filosofía de apoyo y crecimiento mutuo hacia un Estado de Bienestar.

Un programa en el que realmente se den las oportunidades de crecimiento e inserción en los ámbitos económico, político y social de estas personas, fuera de su comunidad, y sobre todo, fuera de su contexto social, en la que tengan una real posibilidad de crecimiento e independización económica de los apoyos del gobierno, y que además, en caso que hayan tenido éxito, les permita a su vez emplear, y de esta forma, dar esa oportunidad a los

miembros de su comunidad a crecer e independizarse, para también salir de esa situación de necesidad.

## 6. Bibliografía

Alexander , J. y C. Tapadle Mohanty (2004), *Genealogías, legados, movimientos, en Otras inapropiables. Feminismos desde las fronteras, Traficantes de sueños*, Madrid.

Alfaro Moreno, R.M. (ed.) (2006), *De lo estatal a lo público, Medios: ¿De quién y para qué?*, Asociación de comunicadores sociales, Calandria, Lima.

Alonso González, C. (2016), *Identidad de género y participación política: experiencia de mujeres con liderazgos de base en partidos en Aguascalientes*, *Caleidoscopio*, Revista semestral de Ciencias y Humanidades, Número especial de género, ciudadanía y derechos humanos, UAA, 2014.

Astelarra, J. (1987), *La cultura política de las mujeres*, en Lechner, Norbert, *Cultura, política y democratización*, México, FLACSO.

Baltes, M.M. y Lang, F.R. (1997). *Everyday functioning and successful aging: the impact of resources. Psychology and Aging*, 12, 433-443.

Barrera Bassols, D. (Comp) (2002), *Participación Política de las mujeres y gobiernos locales en México*, Grupo interdisciplinario sobre Mujer, Trabajo y Pobreza, México.

Barriendos, J. (2011), *La colonialidad del ver, hacia un nuevo diálogo social interepistémico*, en *Nómadas* Disponible en <http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=105122653002>

Bartra, E. (2002), *Debates en torno a una metodología feminista*, México, UAM Xochimilco, 2002.

Bauman, Z. (2013), *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*, España, Fondo de Cultura Económica.

Benítez Salazar, O. (2012), *La igualdad de género como fundamento y límite de una democracia intercultural, relaciones interculturales en la diversidad*, Universidad de Córdoba.

Berger, Peter, L. y Luckmarm, T. (S.F.) *The Social Construction of Reality*, primera edición en castellano, Buenos Aires, Amorrortu.

Bonder, G. (ed.) (1998), *Estudios de la mujer en América Latina*, Washington, OEA/OAS.

Borderías, C. y Carrasco, C. (1994), *Las mujeres y el trabajo: aproximaciones históricas, sociológicas y económicas*, en C. Borderías, C. Carrasco y C. Alemany (comps), *Las mujeres y el trabajo. Rupturas conceptuales*, Barcelona, FuheimIcaria.

Cabnal, L. (2010), *Feminismos diversos: el feminismo comunitario*, ACSUR- Las Segovias.

Castellón Castillo, S. y Ledesma Alonso, E.: (2012), *El funcionamiento familiar y su relación con la socialización infantil. Proyecciones para su estudio en una comunidad suburbana de Sancti Spíritus. Cuba*, en *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, Julio 2012, [www.eumed.net/rev/cccss/21/](http://www.eumed.net/rev/cccss/21/)

Consejo Nacional de Evaluación de la política de Desarrollo Social (CONEVAL) (2016), *Resumen del desempeño de programas sociales 2016-2017*  
[https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/RDPS/Paginas/Resumen\\_Desempeno\\_2016.aspx](https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/RDPS/Paginas/Resumen_Desempeno_2016.aspx)

Corona, L. (2018), *El sexenio en las Televisoras, el fin del duopolio de Televisa y TvAzteca*, *Expansión online*, 27 de noviembre del 2018.  
<https://expansion.mx/empresas/2018/11/27/el-sexenio-en-las-televisoras-el-fin-del-duopolio>

Covarrubias, K. (1998), *Etnografía. El registro del mundo social desde la vida cotidiana*. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas (ESCC), México, Universidad de Colima.

Del Valle, C. (2007), *Comunicación participativa, aproximaciones desde América Latina en Redes.com no. 4*.

Diario Oficial de la Federación (2019), *ACUERDO por el que se emiten las Reglas de Operación de PROSPERA Programa de inclusión social para el ejercicio fiscal 2019*, 28 de febrero 2019.

Escobar, A. y González de la Rocha, M. (2005), *Evaluación cualitativa del programa Oportunidades en zonas urbanas, 2003*, en Hernández y Hernández (ed.), *Evaluación externa del impacto del programa Oportunidades 2003*, Instituto Nacional de Salud Pública-Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México, D. F.

Elizalde, R. (2010), *Resignificación del ocio: Aportes para un aprendizaje transformacional*, En: *Revista Polis*, V. 9. N° 25. Universidad Bolivariana, Santiago pp. 437-460. Disponible en: <<http://www.scielo.cl/pdf/polis/v9n25/art26.pdf>> Acceso el: 25 marzo 2012. DOI : [10.4067/S0718-65682010000100026](https://doi.org/10.4067/S0718-65682010000100026)

Fernández Ballesteros, R., Zamarrón, M.D. y Maciá, A. (1996) *Calidad de vida en la vejez en diferentes contextos*. Madrid: INSERSO.

Fiske, J. (1987), *Los estudios culturales británicos y la televisión*, en Robert Allen (ed.), *Channels of discourse. Television and contemporary criticism*. North Carolina, University of North Carolina Press.

Fuensalida, Valerio, ed. (1986), *La influencia cultural de la televisión*, Revista Diálogos, FELAFACS, Santiago de Chile, Perú.

Fuentes, R. (2007), *Apropiaciones y proyecciones de 'De los medios a las mediaciones' en el campo académico de la comunicación: una revisión de su impacto, veinte años después*, en *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación*, vol. XIV, México, Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.

Fuensalida, Valerio, ed. (1986), “*La influencia cultural de la televisión*”, en *Revista Diálogos*, FELAFACS, Santiago de Chile.

----- *Estudios sobre la televisión chilena*, Santiago de Chile.

Galindo, J. (1998). “*Etnografía. El oficio de la mirada y el sentido*”, en *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*, México, Addison Wesley Longman.

García Canclini, N. (1989), *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo.

----- (1987). “*Ni folklórico ni masivo: ¿qué es lo popular?*”, en *Diálogos de la Comunicación*.

----- (1990), *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo.

García, R. (2000), *El conocimiento en construcción. De las formulaciones de Jean Piaget a la teoría de sistemas complejos*, Barcelona, Gedisa.

Geertz, C. (1989), “*La descripción densa*”, en *La interpretación de las culturas*, Barcelona, Gedisa.

Gobierno de la República. (2015), *Plan Nacional de Desarrollo (2013-2018)*. Disponible en: <http://pnd.gob.mx>

Gobierno del Estado de México (2015), *Plan Estatal de Desarrollo (2011-2017)*. Disponible en: [http://portal2.edomex.gob.mx/edomex/gobierno/publicaciones/plan\\_de\\_desarrollo/index.htm](http://portal2.edomex.gob.mx/edomex/gobierno/publicaciones/plan_de_desarrollo/index.htm)

Gomes, C. (2014) *El ocio y la recreación en las sociedades latinoamericanas actuales*, *Polis* [En línea], 37 | 2014, Publicado el 07 mayo 2014, consultado el 21 abril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/polis/9905>.

González, J. (1988), *La cofradía de las emociones interminables (parte primera) construir las telenovelas mexicanas, en Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol. II, núm. 5, Universidad de Colima, México.

Gregorio Gil, C. (1998), *Migraciones de género. Su impacto en las relaciones de género*, Narcea, Madrid.

Grupo Reforma (2012) *Recuento de un Sexenio*, noviembre 30 del 2012.  
<https://www.youtube.com/channel/UCi3OEHxBpk63NyRCxZM8pYw>

Hall, S. (1980), *Codificar/Decodificar, Culture Media y Lenguaje*, Londres, Hutchinson.

----- (2010) *Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar / Instituto de Estudios Peruanos / Pontificia Universidad Javeriana / Instituto de Estudios Sociales y Culturales Pensar.

Hernández García, Y. (2006), “Acerca del género como categoría analítica”, en *Nómadas*, Revista crítica de ciencias sociales y jurídicas núm.13, Universidad de Oriente, Santiago de Cuba.

Hevia de la Jara, F. (2009) “De Progres a Oportunidades: efectos y límites de la corriente cívica en el gobierno de Vicente Fox”, en *Sociológica*, año 24, número 70, mayo-agosto de 2009.

----- (2009), “Nuevos intermediarios institucionales del Programa Progres a Oportunidades, evidencias desde el sur de Veracruz”, en *Desacatos*, septiembre-diciembre..

----- (2008). *Individual or Collective Action. Citizen Participation and Public Oversight in Mexico's Oportunidades Programme*, *ids Bulletin*, vol. 38, núm. 6, pp. 65-73.

Instituto Federal de Telecomunicaciones (2017) *Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2017*,  
<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/encca2017191218vf.pdf>

Infobae (2019) *La Caída económica de Televisa, los problemas que enfrenta el gigante de la TV Mexicana*, 25 de febrero de 2019.  
<https://www.infobae.com/america/entretenimiento/2019/02/25/la-caida-economica-de-televisa-los-problemas-que-enfrenta-el-gigante-de-la-tv-mexicana/>

Jansson, A. y Falkheimer, J. (2006). “Towards a geography of communication”, en Falkheimer y Jansson (eds.). *Geographies of communication. The spatial turn in media studies*, Göteborg: Nordicom, Göteborg University.

Jimenez-Lucena, I.; Lugones M.; Mignolo W. y Tlostanova, M. (2014) *Género y descolonialidad*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Del Signo.

Klumb, P.L. y Baltes, M.M. (1999a). *Time use of old and very old Berliners: productive and consumptive activities as functions of resources*. *Journal of Gerontology: Social Sciences*, 54B, S271-S278.

Knight, K. y Harnish, J. (2006), “Contemporary discourses of citizenship”, en *Review of Educational Research*, vol. 76 (4).

Krauze, E. (2012), *Ernesto Zedillo, la construcción de la democracia. Los sexenios*, Editorial Clío.

Krohling-Kunsch, M. (2003), “Reconstruyendo una trayectoria para delinear futuros caminos”, en *Revista ALAIC*.

La encuesta. En: Garcia, M.; Ibañez, J.; Alvira, F. “*El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de Investigación*”. Madrid: Alianza Universidad Textos, 1993; p. 141-70.

Lange, A. (1997), *George Gerbner (1919-2005), Perfil biográfico y académico*, Infoamérica, laboratorio de libertad de prensa América Latina. Bibliografía sobre televisión. Perfiles biográficos y académicos. Marcos epistemológicos y teóricos de la investigación en Comunicación. Plan Nacional de I+D, CSO2013-47933-C4-3-P | Ministerio de Economía, Industria y Competitividad



Lechner, N. (2002), *Las sombras del mañana. La dimensión subjetiva de la política*, Santiago de Chile, Lom ediciones.

Levy, S. (comp.) (2004), *Ensayos sobre desarrollo económico y social de México*, Fondo de Cultura Económica, México.

Levy, S. y Rodríguez, E. (2005), *Sin herencia de pobreza. El Programa Progres-Oportunidades de México*, México, Banco Interamericano de Desarrollo-Planeta.

López Obrador, A. M. (2019), *Informe por los primeros 100 días de gobierno*, 11 de marzo, [https://www.youtube.com/watch?v=\\_er-PTsJTWM](https://www.youtube.com/watch?v=_er-PTsJTWM)

Marshall, T. H. (2005). “Ciudadanía y clase social”, en Marshall, T.H. y T. Bottomore (coords.), *Ciudadanía y clase social*, Buenos Aires, Losada.

Martínez, H.; Marcelo; Caballero, S. (2012), *Comunicación y Desarrollo, prácticas comunicativas y empoderamiento local*, México, Gedisa.

Martín-Barbero, J. (2008). “Autopercepción intelectual de un proceso histórico”, en *Revista Anthropos*.

----- (2002). *Oficio de cartógrafo: Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, Santiago de Chile, FCE.

----- (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona y México, Gustavo Gili.

----- (1987), “De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía”, en *Anthropos*, Barcelona, y Universidad Autónoma Metropolitana, México.

----- (1987). *La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana*, Diálogos de la comunicación, núm. 17.

Mattelart, M. (1988). *Pensar sobre los medios: Comunicación y crítica social*, Princeton Theological Seminary Library.

McDowell, L. (2000), *Género, identidad y lugar, Un estudio de las geografías feministas*, Madrid, Cátedra.

Meer, S. y Server, C. (2004), “Género y ciudadanía”, en *Informe General Bridge: Development Gender*, (mimeo), Institute of Development Studies, University of Sussex, Sussex.

Molinar, J. y Weldon, J. (1994) “Programa Nacional de Solidaridad: determinantes partidistas y consecuencias electorales”, en *Estudios Sociológicos XII*.

Molyneux, M. (2003), *Movimientos de las mujeres en América Latina*, Cátedra, Madrid.

----- (2008), *La política de desarrollo y la dimensión de género en papeles de relaciones eco-sociales y cambio global*, no. 101, CIP.Ecosocial (FUHEM), Madrid.

----- (2008). “Reconfigurando la ciudadanía, perspectiva de la investigación sobre la justicia de género en la región de América Latina y el Caribe”, en M. Mukhopadhyay y N. Singh (2008), *Justicia de género, ciudadanía y desarrollo*, Ottawa, Centro Internacional de investigaciones para el Desarrollo (IDRC).

Morley, D. (2015), “Estudios culturales / estudios de audiencia: clase, política y tecnología” en *Versiones del diálogo*, Estudios de Comunicación y Política, núm. 36, mayo-octubre, en <http://version.xoc.uam.mx>

Moyá, I. (2009), *Del azogue y los espejos: nexos entre la teoría de género y la teoría de la comunicación*, XIII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, La comunicación en la Sociedad del conocimiento: desafíos para la universidad, La Habana, Cuba, 19 al 22 de octubre 2009, recuperado el 4 de marzo de 2012 de <http://comunicación.redsemlac-cyba.net/Genero-y-Comunicación/PERSPECTIVAS/Delazogue-y-los-espejos.html>

Navarro Casillas, A. M. (2003) *La interacción entre las familias y la televisión, un estudio en Aguascalientes*, Ciencias Sociales y humanidades, comunicación, UAA.

[Neuronup@neuronup.com](mailto:Neuronup@neuronup.com), (2012-2019), NeuronUP SL.

Nielsen IBOPE México (2019), Base de Audiencias de Televisión 5 Dominios; MSSTV, Canales 1,2,35,7, RAT%, Rat#; 5/10/2019, programas que transmitan al menos un segundo en la franja 19:00 a 24:00, Total personas con Guest. Universo= Personas Total: 55.241.320

Ontiveros Ruiz, G. (2005) *El Programa Nacional de Solidaridad, la política social en México 1988-1994*, Edición Eudemonet.

Oñate, J. (coord.) (2008), *Causas y efectos de la inequidad en América Latina*, Asociación de periodistas Europeos (APE) y Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), Madrid.

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

----- (1987), *Televisión, audiencias y educación*, Editorial Norma.

----- (1994) *Televidencia: perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, Universidad Iberoamericana, Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales, Dirección de Investigación y Posgrado, Universidad Iberoamericana, Ciudad de México.

----- (1999), *La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencias*, Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales. Universidad Iberoamericana. Comunicación y Sociedad, núm. 10-11,pp; 107-12

----- (2001), *Audiencias, televisión y educación, una deconstrucción pedagógica de la televidencia y sus mediaciones*, en *Revista Iberoamericana de Educación*, septiembre-diciembre, núm. 27, Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), Madrid, España.

Padilla de la Torre, M. R. (2005), *Ser mujer se aprende, enseña, disfruta y sufre. Telenovela, cultura e identidad de género*, enero-junio, año/vol. I, número 001, Universidad Autónoma de Baja California, Mexicali, México.

----- (2012), *Dificultades en el vínculo entre el ser ciudadano y audiencias*, en *Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información*, número 5, Mayo-Agosto 2012.

----- (2012), *Geografías ciudadanas y selectivas, perspectivas desde tres identidades culturales*, *Caleidoscopio*, Revista semestral de ciencias y humanidades, número especial de género, ciudadanía y derechos humanos, UAA, 2014.

Peña Nieto, E. (2018), *Sexto Informe de Gobierno*,  
<http://www.presidencia.gob.mx/sextoinforme/>

Picchio, A. (1994), *El trabajo de reproducción, tema central en el análisis del mercado laboral*, en C. Borderías, C. Carrasco y C. Alemany (comps.), *Las mujeres y el trabajo. Rupturas conceptuales*, Fuheim-Icaria, Barcelona.

Preciado, B. (2014), *Testo yonqui. sexo, drogas y biopolítica*, Buenos Aires, Paidós.

Quirós, F. (2004), *Los estudios culturales, de críticos a vecinos del funcionalismo*, en *Periodismo 2*, 1 de octubre.

Rahgerber, E. M. (1990), *Mujer en el desarrollo, mujer y desarrollo y género y desarrollo: tendencias en la investigación y la práctica*, en *The Journal of Developing Areas*, no. 24, Tennessee State of University College of Business, Nashville.

Reglas de Operación PROSPERA, Programa de Inclusión Social (2016), en *Diario Oficial de la Federación*, Tercera Sección, jueves 26 de septiembre del 2016.

Sam Bautista, M. (2000), *Mujeres gobernantes: los casos de Banderillas, Coatepec y Gutiérrez Zamora, Veracruz en Barrera Bassols*, De Mujeres, ciudadanía y poder, México, El Colegio de México.

Sánchez-Vidal, A. (2001), *Medida y estructura interna del sentimiento de comunidad: un estudio empírico*. *Revista de Psicología Social*, 16 (2), 157-175.

Sarason, S. B. (1974), *The psychological sense of community: prospects for a community psychology*. San Francisco: Jossey Bass.

Sen Amartya, K. y Dréze, J. (1989), *Hunger and Public Action*, Oxford Clarendon Press.

Serrano Martín, M. (1990), *La epistemología de la comunicación a los cuarenta años de su nacimiento*. *Telos*. N° 22: 65-75. Fundesco. Madrid (España).

Stevenson, N. (1995), *Culturas mediáticas, Teoría Social y Comunicación masiva*, Buenos Aires, Amorrortu.

Tamayo, M. (2007), *El proceso de la Investigación Científica*, 4ta Edición, México, Ed. Limusa.

Taylor, S. J. y Bogdan, R. (1984, 1987, 2000), *Introducción a los métodos Cualitativos*, Paidós, primera , segunda y tercera edición.

Tufte, T. (2007). *Soap operas y construcción de sentido: mediaciones y etnografía de la audiencia*, traducción de Rodrigo González R. y Adrien Charlois A. DECS-U de G, nueva época, núm. 8, julio-diciembre.

Uribe Alvarado, A. B. (1994), *La telenovela en la vida familiar cotidiana. Apuntes de investigación*, en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. V, núm. 15, Universidad de Colima, Colima, México.

----- (2004), *Una perspectiva cualitativa en un estudio de recepción televisiva. Apuntes metodológicos*, en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas 141*, época II, vol. X, núm. 20, Colima.

Valencia, S. (2010), *Interferencias trans-feministas y pos-pornográficas a la colonialidad del ver*, El Colegio de la frontera Norte.

Van Zoonen, L. (1994), *Feminist Media Studies*, SAGE Publications, jul. 28, Language Arts & Disciplines.

Vasallo de Lopes, M. I. (2009), *Telenovela la narrativa brasileña*, Mariluce Moura, Pesquisa FAPESP, edición 155, enero.

<https://www.alaic.org/site/associacao/>

Vega, A. (2005), “Amas de casa, política y telediarios en México: un trinomio inexplorado”, en *Quaderns del Consejo Audiovisual de Catalunya*, núm. 22, Barcelona.

Velázquez, T. (2001), *El discurso de las campañas electorales en televisión: la efervescencia sígnica*, en *Designis*, núm. 2, (en prensa).

Wolf, M. (1987), *La investigación de la comunicación de masas; Crítica y perspectivas*, Barcelona, Paidós.

**7. Anexos**

**3.1.6. Técnicas e Instrumentos de Trabajo**

	Tiene o no tiene	Horas de consumo	Lugar donde lo utiliza	En compañía de quién lo utiliza	Qué contenidos suele consumir ahí	Comunidad interpretativa	¿Se identifica con las narrativas o personajes?	Accesibilidad a esas plataformas
Televisión								
Celular								
Servicio de internet								
Servicio de Cable								
Tableta								
Computadora								
Radio								
Videojuegos								
DVD o Blue ray								

Fuente: Elaboración propia con base en el Cuestionario de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las TIC en los Hogares, ENDUTIH 2017 (INEGI, 2017).

*Mediaciones*

Conceptos	Categorías de análisis	Definición Operacional		Códigos
		Enunciados referentes al consumo en cuánto a:		
OTRAS MEDIACIONES	<b>Mediación individual</b>	Situación socioeconómica, política y cultural (etnicidad) del sujeto.	MIN	
	<b>Mediación situacional</b>	Escenarios en los que se mueve e interactúa el sujeto como la casa, calle, escuela, comunidad, así como contextos de edad, género, clase y raza.	MS	
	<b>Mediación institucional</b>	Instituciones En las que se desenvuelve en su vida cotidiana el sujeto y actúan como autoridades morales o académicas, permiten la construcción de sentido que se da de la interacción de individuos en la familia, escuela, espacio laboral, iglesia, grupos sociales y organizaciones civiles o de gobierno como PROSPERA.	MIS	
	<b>Mediación tecnológica</b>	Mediaciones tecnológicas o de mass media que conforman las tecnologías (tradicionales y nuevas) mediante recursos electrónicos como la televisión, radio, teléfono, computadora, etc.	MT	

*Caracterización*

CARACTERIZACIÓN DE MUJERES	<b>Edad</b>	Edad de beneficiaria, determinar rango de edades de beneficiarias	AGE
	<b>Estado civil</b>	Conocer si es madre soltera, casada, viviendo en unión libre, con pareja pero no vive con él (ella), separada o viuda	EC
	<b>Escolaridad</b>	Nivel escolar que se alcanzó	ES
	<b>Situación laboral</b>	Cuenta con un trabajo o no, el tipo de trabajo que desempeña y por cuántas horas al día	SL
	<b>Actividades recreativas</b>	Tipo de actividades que le gusta realizar, dónde, cuándo y en compañía de quién las realiza	AR
	<b>Interacción social</b>	Personas con las que convive usualmente e intercambia información	IS
	<b>Composición del hogar</b>	Número de personas que viven en el hogar	CH
	<b>Tipo de parentesco</b>	Tipo de relación que tiene con las personas que viven en su hogar	TP
	<b>Composición familiar</b>	Personas que conforman su familia y viven en el hogar	CF
	<b>Hijos</b>	Número de hijos que tiene y viven en el hogar	H
	<b>Jefe de familia</b>	Persona que tiene el papel de jefe de familia en el hogar	JF
	<b>Ingresos del hogar</b>	Personas que aportan o contribuyen con el gasto del hogar	IH
	<b>Convivencia familiar</b>	Convivencia familiar y tipo de actividades que realizan juntos	CVF
	<b>Interacción en la comunidad</b>	Cómo es su convivencia e interacción con miembros de la comunidad, comparten alguna actividad, organizan convivios recreativos	IC



	<b>Fiestas patronales</b>	Fiestas y eventos patronales más importantes de la comunidad y participación en ellos	FP
	<b>Espacios recreativos</b>	Espacios recreativos y posibles puntos de reunión accesibles para la interacción de la comunidad	ER

*Ciudadanía*

CIUDADANÍA O PARTICIPACIÓN POLÍTICA	<b>Voto</b>	Frecuencia y compromiso en la participación en votaciones de su entidad	VOT
	<b>Campañas</b>	Participación y rol durante las campañas electorales de su entidad	CP
	<b>Gobierno anterior</b>	Postura y percepción sobre la administración del gobierno anterior	GA
	<b>Gobierno actual</b>	Postura y percepción sobre la administración del gobierno actual	GHOY
	<b>Participación civil y política</b>	Participación en organizaciones o asociaciones civiles, así como en gubernamentales	PCP
	<b>Postura ante el gobierno</b>	Lo que espera o cree que el gobierno hará en beneficio del país	PP
	<b>Expectativa de gobierno</b>	Lo que le gustaría que el gobierno hiciera en beneficio del país	EG
	<b>Compromiso del gobierno con la comunidad</b>	Cómo es la interacción del gobierno con la comunidad, cómo se acercan a ellas	CGC
	<b>Participación en PROSPERA</b>	De qué manera participa y se involucra en el programa PROSPERA	PPROSP
	<b>Tiempo en el programa</b>	Tiempo que ha pertenecido al programa PROSPERA	TP
<b>Presencia de PROSPERA en su vida</b>	Cómo ha impactado el programa en su vida, su presencia ha sido benéfica o perjudicial y la razón por lo que lo es	PPV	

	<b>Rol que tiene en el programa</b>	Cuál es su participación en el programa, como líder de vocales, como vocal o simplemente cumpliendo sus corresponsabilidades como beneficiaria	RP
	<b>Eventos de PROSPERA</b>	¿Presta ayuda a eventos gubernamentales que pertenecen al programa?	EPROSP
	<b>Postura ante el programa</b>	Lo que espera que el gobierno haga en beneficio de PROSPERA	POSPROSP
	<b>Relación del gobierno con PROSPERA</b>	Cómo es la relación con las beneficiarias del programa PROSPERA, qué tanto interactúan y que servicios les dan que no dan a las demás	RGP

**Técnicas: Protocolo de observación y Guía de entrevista**  
**Instrumentos de investigación**

*Cuadro para propuesta de muestra de mujeres*

<b>Edad</b>	14-20	20-30	30-40	40-50	55 y más
<b>Estado civil</b>	Soltera	Unión libre	Casada	Separada	Viuda
<b>Hijos</b>	1	2	Más de 2	Más de 3	Más de 4
<b>Ocupación</b>	Estudiante	Un empleo	Ama de casa	Dos empleos	Ama de casa
<b>Educación</b>	En curso	Secundaria no terminada	Preparatoria no terminada	Preparatoria terminada	Carrera empezada o terminada
<b>Estrato Socioeconómico</b>	Nivel D+	Nivel D	Nivel C	Nivel C-	Nivel E
<b>Participación civil</b>	Involucrada en alguna asociación o no	Involucrada en alguna asociación o no	Involucrada en alguna asociación o no	Involucrada en alguna asociación o no	Involucrada en alguna asociación o no

Fuente. Cervantes Velázquez, Mónica del Rocío, *TIC y alfabetización digital para el desarrollo de mujeres de sectores vulnerables en Aguascalientes, México*, Tesis inédita, 2019.

*Tabla. Matriz de gramática elemental de la vida cotidiana*

<b>Actores</b>	¿Quiénes son los actores en el escenario de observación?
<b>Actividad</b>	¿Qué actividades realizan los actores que observo y con qué objetos?
<b>Espacio</b>	¿En qué espacio realizo la observación? Si me muevo físicamente dentro de ese espacio, ¿veo algo nuevo?
<b>Tiempo</b>	¿Entre qué horas realicé el ejercicio de observación?

Fuente: Covarrubias (2013).

<b>DATOS GENERALES DE LA COLONIA</b>					
Identificación de la colonia					
Nombre: Delegación / Municipio:					
Tamaño de la población					
a. Total: 3038		<b>b. Mujeres:</b>	<b>15</b>	<b>c. Ho mb res:</b>	<b>1482</b>
Menores de edad	1169				
Adultos	1869				
Adultos mayores de 60 años	172				
Edad no especificada					
<i>*Los intervalos se establecieron con base en información otorgada por la administración de San Cristóbal Texcalucan, Huixquilucan, Edo. de México.</i>					
Asistencia escolar					
Descripción	Sí asiste, (Hab.)	%	No asiste (Hab.)	%	
0 a 5 años					
6 a 11 años					
12 a 14 años					

15 a 17 años				
18 a 24 años				
<b>Alfabetismo</b>				
Descripción		Total (Hab.)		%
Población mayor de quince años analfabeta				
Población mayor de quince años alfabetizada				
<b>Nivel de escolaridad</b>				
Descripción	Con escolaridad (Hab.)	%	Sin escolaridad (Hab.)	%
Mayor de quince años (primaria)				
Mayor de quince años (secundaria)				
Mayor de 18 años (pos-básica)				
<b>Características económicas</b>				
Descripción		Total (Hab.)		%
Económicamente activa		8886		42.18%

Económicamente inactiva	6586	31.26%
Población ocupada	7899	37.49%
Población desocupada	971	4.61%
OBSERVACIONES		

Fuente: Cervantes Velázquez, Mónica del Rocío, *TIC y alfabetización digital para el desarrollo de mujeres de sectores vulnerables en Aguascalientes, México*, Tesis inédita, 2019.

### **Guía de entrevista**

#### ***Proyecto de investigación:***

*“Recepción de Audiencias/Mediaciones ”*

#### ***Fecha:***

#### ***Lugar:***

San Cristóbal Texcalucan, Huixquilucan, Estado de México.

#### ***Hora:***

#### ***Tipo de entrevista:***

Abierta con tópicos de guía.

#### ***Tema:***

Análisis de la recepción televisiva y construcción de ciudadanía; la mediación institucional del programa PROSPERA en mujeres de la localidad San Cristóbal Texcalucan, Huixquilucan, Estado de México.

### ***Entrevista dirigida a beneficiarias de PROSPERA***

#### ***Alcance:***

Exploratorio, visión general, descriptiva e interpretativa.

#### ***Objetivo:***

Análisis de la influencia del programa PROSPERA como mediación institucional, entre otras mediaciones, en la recepción televisiva de mujeres ex -beneficiarias de este programa, con el propósito de comprender el vínculo entre ser audiencias y su construcción de ciudadanía.

#### ***Tópicos o dimensiones de estudio (orientación para el plan de análisis):***

- Recepción de audiencias/Equipamiento de bienes y servicios de comunicación
- Caracterización de mujeres
- Mediación institucional PROSPERA y otras mediaciones
- Ciudadanía y participación política

#### ***Herramientas***

Grabadora, cuaderno de campo, guía.

#### ***Primer acercamiento***

***Presentación personal y de la investigación; explicación de la razón de la entrevista y de por qué esa persona es informante clave para la misma.***

-Informar sobre el tratamiento y usos que se le da a los datos aportados por la persona y aclarar sobre la confidencialidad de la información. Se deberá pedir permiso para grabar cada entrevista. Si no se otorga tal permiso, se hará uso únicamente del cuaderno de campo y se intentará ampliar la información justo al terminar la entrevista, para recordar la mayor cantidad de información posible.

-Tener cuidado con las preguntas que impliquen valoración y juicios.

-Estar atento al lenguaje de gestos, silencios, contradicciones.

-Proponer al entrevistado los puntos a tocar como temas de conversación y avanzar sobre ellos a manera de diálogo.

***Tópicos sugeridos para la guía:***

***Preguntas de entrada o de identificación y caracterización de la entrevistada, así como de su composición e integración familia***

Esto con el propósito de recabar los datos necesarios acerca de la entrevistada en los términos que competen a esta investigación, es decir, los aspectos que enriquezcan su discurso y que se confirmarán en la entrevista. Incluyen preguntas como: nombre, estado civil, edad, escolaridad, situación laboral, ingresos, rol en la familia, composición del hogar, hijos y convivencia familiar. Esta información debe permitir valorar la información que se recogerá en la entrevista.

*-Dígame qué es lo que más le gusta hacer a usted sola y qué es lo que más le gusta hacer en familia. Hablemos un poco sobre su familia: ¿cómo se conforma, quiénes son y qué hacen; cómo es su convivencia con ellos?*

*Cuénteme sobre su vida diaria, en qué trabaja o cómo se ocupa durante el día, qué es lo que suele hacer, describame lo que hace en un día cualquiera. Ahora describame lo que le gusta hacer los fines de semana o un día que lo dedique a hacer algo que le guste mucho.*

*-Hablemos sobre otras (mediaciones) actividades: ¿se involucra usualmente en organizaciones o asociaciones del gobierno, de la escuela, del centro de salud o alguna otra? ¿En qué y cómo lo gusta cooperar? ¿Cuáles son sus actividades y por qué le gusta formar parte de ellas, cuánto tiempo les dedica?*

*-Ahora hablemos sobre religión: ¿qué tan devota se considera y qué tan activa es?, ¿forma parte de alguna organización u orden religiosa?, ¿cuánto tiempo le dedica, en compañía de quiénes?*

***Preguntas sobre sus consumos televisivos, así como usos de plataformas como internet o televisión de paga***

*-¿Qué cosas le gusta ver para informarse o entretenerse, de qué manera lo hace?*

Con esta pregunta se espera obtener detalles sobre el tipo de contenidos televisivos así como la forma en que los consume (plataformas, tiempo de consumo, dónde, con quién, qué consume).

*-Hablemos del tipo de programas que ve con frecuencia y en dónde los ve, qué es lo que le resulta más sencillo de usar y más accesible para su gasto, así como el tipo de plan o planes que tiene para pagarlo.*



*-Hablemos de los programas que ve y cómo se relaciona con ellos, ¿se identifica con los personajes o no?, ¿suele hablar de ellos con la familia o amigos?*

Obtener información sobre sus procesos de recepción, interpretación, negociación, apropiación, rechazo o respuesta de esos mensajes. Este tema de conversación sirve para medir la identificación con la información recibida y la forma en que se materializa a través de la información obtenida de la interacción personal y en comunidad. Se debe buscar entrar en detalle en cada uno de los elementos descritos por la entrevistada.

### ***Preguntas relacionadas con el ocio y entretenimiento***

Indagar sobre las actividades que no involucren a la televisión y que disfruten realizar ya sea solas, con su familia o en comunidad, esto enriquecerá la identidad y caracterización de la entrevistada, y dará información sobre sus preocupaciones o intereses. Es importante saber dónde y cómo las llevan a cabo y si las realizan por su cuenta o con algún apoyo o incentivo del gobierno. Observar si les gusta quedarse en casa, salir cerca o lejos, si les gusta hacer ejercicio.

*-¿Qué tipo de actividades le gusta hacer en su tiempo libre?, ¿cuánto tiempo les dedica y dónde le gusta hacerlo?, ¿con quién acostumbra realizar esas actividades?*

Es importante tomar en cuenta el tipo de convivencia que se da en comunidad, por ejemplo en celebraciones comunes como las fiestas patronales, saber cuáles son éstas, con quiénes asiste, qué tipo de actividades se realizan y cómo es la convivencia en ellas.

### ***Preguntas relacionadas con gobierno y ciudadanía***

*-Hablemos sobre su participación o actividad política: ¿Participa en votaciones o campañas?, ¿le gusta involucrarse en asociaciones gubernamentales de su comunidad?, ¿de qué manera participa y qué tan activa le gusta estar al respecto?*

Se busca que la entrevistada precise el carácter de la participación y actividad que tiene, y el tipo de participación que hay en la comunidad.

Se intenta que la entrevistada señale evidencias empíricas del ejercicio de su actividad y participación en cuestiones de gobierno que conciernen a su construcción como ciudadanas.

### ***Gobierno y programa PROSPERA***

Preguntar a las que no están inscritas en el programa por qué creen que no se les integró o si ellas no quisieron hacerlo.

*-Hablemos sobre su inclusión al programa PROSPERA: ¿Qué tiempo lleva en el padrón?, ¿cómo ha influido en su vida?, ¿de qué manera participa dentro del mismo y qué espera que ocurra a partir de estar dentro de él?*

Se busca que la entrevistada externe cómo ha sido su involucramiento y participación en el programa y la forma en que cree que ha cambiado y puede seguir cambiando su vida.

*-Ahora hablemos sobre el gobierno: ¿Qué opina del gobierno anterior?, ¿y del nuevo?, ¿qué esperaría que ocurra respecto al programa y qué le gustaría que ocurriera?*

Estas preguntas buscan saber cómo se sienten respecto a quienes las gobiernan, así como la forma en que relacionan al programa con el aspecto político y gubernamental, en el cual ellas también se involucran como ciudadanas.

*-Ahora que se eliminó el programa y se hicieron otros, ¿qué opina al respecto?, ¿cómo le afecta, o no, y qué piensa que va a pasar?, ¿qué le gustaría que se hiciera y qué no?*

Esta pregunta intenta indagar sobre su sentir acerca del gobierno del presidente Andrés Manuel López Obrador, y saber si consideran que el gobierno es responsable o no de que se les retire el apoyo.

### ***Cuestionario:***

#### ***Tema:***

Análisis de la recepción televisiva y construcción de ciudadanía; la mediación institucional del programa PROSPERA en mujeres de la localidad San Cristóbal Texcalucan, Huixquilucan, Estado de México.

### ***Cuestionario dirigido a beneficiarias de PROSPERA***

#### ***Alcance:***

Exploración, observación y análisis profundo.

**Objetivo:**

Análisis de la recepción a partir de la apropiación de contenidos televisivos y de la mediación del programa PROSPERA como mediación institucional, entre otras mediaciones, en la construcción de ciudadanía de las mujeres beneficiarias.

**Tópicos de estudio (orientación para el plan de análisis):**

- Recepción de audiencias/Equipamiento de bienes y servicios de comunicación
- Caracterización de mujeres
- Mediación institucional PROSPERA y otras mediaciones
- Ciudadanía y participación política

Informar sobre el tratamiento y usos que se le dará a los datos aportados por la persona y aclarar sobre la confidencialidad de la información. Se deberá pedir permiso para grabar cada entrevista. Si no se otorga tal permiso, se hará uso únicamente del cuaderno de campo y se intentará ampliar la información justo al terminar la entrevista, para recordar la mayor cantidad de información posible.

- Tener cuidado con las preguntas que impliquen valoración y juicios.
- Estar atento al lenguaje de gestos, silencios, contradicciones.

***Preguntas de entrada o de identificación y caracterización de la entrevistada, así como de su composición e integración familiar***

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Cuántos años tiene?
3. ¿En dónde vive?
4. ¿Cuál es su estado civil?
5. ¿Hasta que grado llegó en la escuela?
6. ¿A qué se dedica?
7. ¿Tiene un empleo?

8. ¿Cuáles son sus ingresos?
9. ¿Qué hace en su tiempo libre?
10. ¿Cuál es su rol o papel en su familia?
11. ¿Cómo se conforma su familia?
12. ¿Cuántos hijos tiene?
13. ¿Cómo convive en familia?
14. ¿Cómo convive en su comunidad?
15. ¿Qué tipo de actividades le gusta hacer en familia?
16. ¿Qué tipo de actividades le gusta hacer sola?
17. ¿Qué tipo de actividades les gusta hacer con sus amigas?
18. ¿Puede describirme un día cualquiera de su vida?
19. ¿Puede describirme un día de fin de semana o cuando realice alguna actividad que le guste realizar?
20. ¿Se encuentra involucrada en alguna organización de su comunidad, escuela, padres de familia, medio ambiente, gobierno o de alguna índole?
21. ¿Qué papel desempeña, cuánto tiempo le dedica?
22. ¿Es devota o practicante de alguna religión?
23. ¿Qué papel desempeña, cuánto tiempo le dedica?

***Preguntas sobre la recepción televisiva y gustos de la audiencia , así como usos de plataformas como internet o televisión de paga***

24. ¿Ve televisión?

25. ¿Qué tipo de programas le gusta ver?
26. ¿Por cuánto tiempo ve televisión regularmente?
27. ¿Busca informarse sobre lo que pasa en el mundo y en el país cuándo ve televisión?
28. ¿Le gusta ver televisión para distraerse de su vida diaria?
29. ¿De qué manera lo hace?
30. ¿Qué tipo de plataformas utiliza?
31. ¿Dónde ve esos programas?
32. ¿Con quién los ve?
33. ¿Por qué le gustan esos programas?
34. ¿Qué piensa de esos programas?
35. ¿Cómo se identifica con esos programas, de qué manera le entretienen y por qué le gustan?
36. ¿Se identifica con los personajes?
37. ¿Cuál es su favorito y por qué?
38. ¿Con quién acostumbra ver sus programas favoritos?
39. ¿Con quién le gusta platicar sobre esos programas?
40. ¿Utiliza internet, con qué frecuencia?
41. ¿Le resulta sencillo o difícil de utilizar y por qué?
42. ¿Le resulta económicamente accesible o inaccesible?
43. ¿Le resulta accesible o inaccesible utilizarlo en cuánto al conocimiento que tiene sobre el mismo?

- 44. ¿Qué tipo de páginas suele consultar y por qué?
- 45. ¿Cuáles son las aplicaciones que más utiliza y por qué?
- 46. ¿Qué disfruta más hacer: ver televisión o páginas de internet, por qué?

***Preguntas relacionadas con el ocio y entretenimiento***

- 47. ¿Qué le gusta hacer para distraerse, qué hace para divertirse y con quién le gusta hacer esas actividades?
- 48. ¿Le gusta caminar, correr o hacer ejercicio, por qué?
- 49. ¿Asiste a alguna clase de baile o algo del estilo?, ¿qué le gusta hacer como actividad física?, ¿por qué?
- 50. ¿Cómo se siente viviendo en su colonia, qué tal es su vida con sus vecinos, se llevan bien?
- 51. ¿Suele reunirse para actividades con los vecinos o más bien las lleva a cabo con su familia?
- 52. ¿Qué tipo de actividades suelen hacer, qué tan a menudo lo hacen?
- 53. Cuando sale a pasear, ¿qué tipo de lugares visita, con quiénes suele asistir?
- 54. ¿Tiene algún tipo de incentivo económico por parte del gobierno o alguna otra dependencia?
- 55. ¿Con quiénes asiste a las fiestas patronales, qué suele hacer en ellas?

***Preguntas relacionadas con gobierno y ciudadanía***

- 56. ¿Le gusta la política, le interesa mantenerse informada de lo que sucede en el tema?
- 57. ¿Usted vota en las elecciones que le corresponden, participa en las campañas electorales?

58. ¿Es parte de alguna organización política o gubernamental?
59. ¿Cuál considera que es su labor como ciudadana, qué cree que debe cumplir como tal para tener un mejor gobierno?
60. ¿Considera que se involucra en la vida política de su comunidad?
61. ¿Considera que se involucra en la vida política fuera de su comunidad?
62. ¿Qué tipo de actividades consideraría que una persona deba realizar para ayudar al gobierno a lograr sus objetivos y trabajar en conjunto?
63. Con base en su respuesta anterior, ¿usted considera que cumple con ello?, ¿cree ser una buena ciudadana?
64. ¿Considera que su participación es indispensable para el gobierno y que realmente hace alguna diferencia en la toma de decisiones y la forma de gobernar de los funcionarios?
65. ¿Considera que su opinión es tomada en cuenta y que es importante la haga saber a sus gobernantes?
66. ¿Está involucrada en asociaciones de su comunidad?, ¿qué tipo de asociaciones?
67. Sobre el gobierno anterior: ¿Cómo considera que se desempeñó, le trajo beneficios o perjuicios?
68. Sobre el nuevo gobierno: ¿Cómo considera que se ha desempeñado hasta ahora?, ¿le ha traído beneficios?, ¿le ha causado perjuicios?
69. ¿Considera que será un mejor gobierno?, ¿cómo y por qué?
70. ¿Usted contó con el programa PROSPERA?, en caso de que no, ¿por qué?
71. ¿Cómo cambió su vida el programa PROSPERA, positiva o negativamente, o no afectó de ninguna manera?
72. ¿Cuenta con el nuevo programa de becas del gobierno de AMLO?

73. ¿Qué opina del nuevo programa?
74. ¿Le ha traído beneficios o perjuicios?, ¿por qué?
75. ¿Qué le gustaría que pasará ahora respecto al programa y el nuevo gobierno?
76. ¿Qué espera que pase realmente respecto al programa y el nuevo gobierno?
77. ¿Usted cree que el nuevo gobierno le permite una mayor y mejor participación en sus decisiones?, ¿cree que realmente se le toma en cuenta y, de ser así, considera que su colaboración es importante para el mismo?

*Entrevistas a 5 ex-beneficiarias y 5 mujeres no beneficiarias de PROSPERA*

**Entrevistas señoras EX –PROSPERA y NO PROSPERA**

**Entrevista 1**

**Geovana Ávila Mendoza PROSPERA**

Entrevistador: Karla Melgoza Rodriguez

**En:** ¿Cuál es su nombre?

**Geovana:** Mi nombre es Geovana Ávila Mendoza

**En:** ¿Qué edad tiene?

**Geovana:** Tengo 41 años

**En:** ¿Dónde vive?

**Geovana:** Vivo en San Cristóbal, Texcalucan con c de casa no con q jaja, soy casada y terminé la secundaria.

**En:** ¿A qué se dedica? ¿Tiene empleo?

**Geovana:** Me dedico al hogar y no tengo empleo.

**En:** ¿De dónde obtiene ingresos?

**Geovana:** Los ingresos vienen de mi esposo, el nos mantiene .

**En:** ¿Qué le gusta hacer en su tiempo libre?

**Geovana:** En mi tiempo libre me gusta caminar, venir a zumba, la que nos daba el programa, hacer ejercicio.



**En:** ¿Cuál es su rol en familia?

**Geovana:** Mi rol en la familia es la casa, los quehaceres de la casa, este luego ya después salirme a caminar un rato. limpiar, darles de comer, todo lo que es la casa, el hogar.

**En:** ¿Cómo se conforma su familia? ¿Cuántos hijos tiene?

**Geovana:** Mi familia se conforma de mi esposo, tengo 3 hijos eh, una hija bueno la primera esa si ya está casada, mi otro hijo que está en la preparatoria y el otro ahí en la primaria.

**En:** ¿Cómo es su convivencia en familia?

**Geovana:** Mi convivencia en familia es pues bueno llegamos, nos compartimos el que hacer de la casa, hacer ahora este terminando nos vamos, nos salimos a caminar un ratito o nos ponemos a jugar ahí ahora si mismo en la casa afuera, como es un espacio grande nos ponemos ahí a , a jugar a la pelota o sentarnos ahí un rato en la tarde, si platican en familia.

**En:** ¿Cómo es su convivencia con la comunidad?

**Geovana:** La convivencia con la comunidad es buena, conviven y a eso venimos diario a hacer el zumba y aquí nos conocimos las vecinas, en familia nos gusta platicar, convivir.

**En:** ¿Qué le gusta hacer cuando está sola? ¿Qué le gusta hacer con sus amigas?

**Geovana:** Me gusta salir a caminar cuando estoy sola y cuando estoy con mis amigas me gusta bailar, platicar con ellas de todo un poco, como la violencia que se vive en la comunidad también, platicamos de las noticias, de nuestras enfermedades aha si jaja de cómo vamos. No platicamos de telenovelas ni programas que veamos en la tele.

**En:** Describame por favor un día cualquiera de su vida

**Geovana:** Un día cualquiera en mi vida podría ser que como el día de ayer que anduvimos este, vine con mi hijo, anduvimos en la mañana a cortarle el pelo, hicimos los preparativos para inscripciones de la escuela, llegamos y entre los tres nos repartimos el qué hacer de la casa porque mi hijo se fue a inscribir también, eh hh me ayudaron a hacer la comida osea cada quién se dedicó a hacer algo, mi hijo el grande en lo que nosotros terminábamos de preparar el se puso a barrer, estuvimos platicando de cómo te fue, qué te pidieron, qué horarios tuviste de clase, qué horarios te dieron, y ya este bueno nos dedicamos a a comer ya los tres comimos, eh llegó mi esposo, ya cuando el llega nos estamos sentados los 4 viendo televisión, en ese momento vemos mi esposo y yo la telenovela y mis hijos agarran el celular en lo que termina la comedia, la comedia de vidas cruzadas de canal 13, este terminando de eso les doy de cenar igual este cenamos, cada quién se dedica a sacar uno los platos, otro el agua, otro las cucharas e igual terminamos de cenar, nos bañamos y a dormir.

**En:** Describame por favor un día de sus fin de semana

**Geovana:** En un día de fin de semana le voy a platicar lo que hicimos este domingo, que nos fuimos a la feria de San Jacinto, fuimos a pues si a visitar a unos compadres allá, estuvimos un rato, comimos, ahora si nos tomamos una cervecita, nos salimos a la feria a ver pues si ver qué actividades había, fuimos a ver la danza de arrieros eh estuvimos ahí un buen rato, después siguió una de chileno nos quedamos ahí un buen rato en lo que terminaba mm y ya después fuimos con mi niño a que se subiera a unos juegos llegamos, llegamos este llegamos a la otra casa de otro familiar también, hicimos lo mismo o sea cenamos, convivimos un rato y nos venimos. Los fines de semana si hay veces que salimos para convivir con ellos con nuestros familiares

**En:** ¿Se encuentra involucrada en alguna asociación de sus comunidad , escuela, gobierno, padres de familia o algo del estilo?

**Geovana:** No me encuentro involucrada en ninguna comunidad de la escuela, padres de familia, o de alguna otra índole.

**En:** ¿Es devota de alguna religión, cuánto tiempo le dedica?

**Geovana:** Soy devota de la religión católica y hay veces que le dedico 20 minutos en la casa me pongo a rezar ahí un ratito, no frecuentemente voy a misa pero si, si voy a misa.

**En:** ¿Ve la televisión? ¿Qué le gusta ver?

**Geovana:** Si veo televisión, veo comedias, veo películas de acción, de aventura, a veces caricaturas jaja , no veo el canal 2 ni programas como La Rosa de Guadalupe todas son igual, ahora si que la única comedia que veo es esa de imagen que le comentaba, nada más veo como una hora y media dos horas que dura, también me gusta más el radio que la tele.

**En:** ¿Cómo se informa de lo que acontece en el país?

**Geovana:** Me informo sobre lo que pasa en el país por medio de noticias.

**En:** ¿Qué le gusta ver o hacer para distraerse en su vida diaria?

**Geovana:** Para distraerme de mi vida diaria me gusta ver las caricaturas. La comedia también me gusta como forma de distracción ya en la comedia te quedas picada y ya quieres saber como qué pasó, qué sucedió o ya la van a matar o ya la van a asesinar aha.

**En:** ¿Qué piensa de esos programas que le gusta ver? ¿ Se identifica con ellos o con los personajes?

**Geovana:** Pienso que de esos programas hay unas cosas que si se ven reales y hay unas que si que mucha ficción, pero hay veces que si sucede en la vida real. No me identifico mucho con esos programas pero si me gusta verlos. Tampoco me identifico con los personajes.

**En:** ¿Admira a alguna celebridad o personaje?

**Geovana:** No admiro a ninguna celebridad pero me gusta los grupos musicales como Los Temerarios, Lo Caminantes, su música como que me relaja.

**En:** ¿Con quién le gusta ver sus programas y con quién platica de ellos?

**Geovana:** Me gusta ver eso con mis hijos que es los que están en la casa. Platico con mi esposo sobre esos programas, con mis amigas no casi no platicamos, no platicamos de novelas.

**En:** ¿Utiliza el Internet, qué le gusta buscar, en dónde lo hace, le parece fácil de usar?

**Geovana:** A veces me gusta utilizar internet, este uso facebook en mi celular, más o menos me resulta fácil utilizarlo porque hay veces que no se utilizar un programa o ya le moví que esto no fue o esto que ya se bloqueo, le pico y me reclaman que por qué le puse así si era de otra forma jaja, mamá le vas a meter el virus jaja, me resulta a veces accesible, más que nada porque luego te saca de apuro en tareas y luego no porque luego te saca muchísima información que a veces no es apta para los niños.

**En:** ¿Le parece que es económico de utilizar, qué le gusta usar?

**Geovana:** Económicamente no parece que es inaccesible o caro, me parece que es accesible, se gasta uno más en otras cosas, me gusta usar facebook y tengo whatsapp pero de otra aplicación de ese pues no nada más Facebook.

**En:** ¿Qué prefiere usar Facebook o Internet?

**Geovana:** Disfruto más ver la tele que Internet porque me entretengo más o sea hay programas variados que yo puedo ver y escoger a qué programa quiero ver y en Internet pues como no lo se manejar bien y ya que le aprenda una cosa pues mejor la tele a mover el Internet jajaja. En youtube también hay películas, si prendo la tele y no hay nada pues mejor me pongo una película en Youtube.

**En:** ¿Qué le gusta hacer para divertirse?

**Geovana:** Para divertirme me gusta bailar mucho

**En:** ¿Cómo se lleva con su comunidad, qué tal es la convivencia, hace cosas con ellos o más bien con su familia?

**Geovana:** Mi convivencia en comunidad hasta ahorita es muy buena porque vivimos en una cerradita que es pura familia y hasta ahorita ahí me siento segura, hasta ahorita. Pero realmente no hago cosas con mis vecinos sino más bien con mi familia.

**En:** ¿A dónde le gusta salir a pasear?

**Geovana:** Cuándo salgo a pasear me gusta ir a parques recreativos o a un zoológico o aquí a la marquesa pero igual con la familia. El zoológico y el parque están más o menos cerca, como 2 horas y media el zoológico de aquí y como una hora y media el parque.

**En:** ¿Tiene algún incentivo económico por parte del gobierno o alguna otra dependencia?

**Geovana:** De incentivos económicos, ahorita bueno lo que tenía era Prospera y ahorita eh ahorita ya eh se podría decir que ahorita ya no tenemos ningún apoyo hasta ahorita o sea se volvió a hacer otra vez la revisión de papeles y todo eso, se supone que vamos a recibir pero aún no nos han informado si volvemos a entrar o ya definitivamente ya no para entrar al programa de bienestar este el de becas Benito Juárez.

**En:** ¿Tiene fiestas patronales?

**Geovana:** Tenemos fiestas patronales, la primera es la del señor de la transfiguración que es este la del pueblo, la mayor se puede decir, e igual este semana santa, hay este cuadros, este de semana santa, la fiesta menor se puede decir que de Santiago Apostol y la del señor de los milagros y acostumbro ir con mi familia.

**En:** ¿Qué opina de la política? ¿De qué manera se involucra?

**Geovana:** De política la verdad no me interesa el tema ni me interesa mantenerme informada del tema, o veo las noticias. Sí cumplo con votar en las elecciones pero no me involucro en campañas ni organizaciones, no me involucro más allá.

**En:** ¿Cómo considera usted que alguien es un buen ciudadano?

**Geovana:** Creo que para que hay buenos ciudadanos es necesario también que no haya tanta corrupción, y pues ayudar no se así de que eso no? por ejemplo si veo alguna situación de que alguna gente o algún señor que esté tirando escombros o basura en un parque o en algún lugar limpio que esté el tirando basura, pues a mi no se me hace justo porque de hecho en ese eh bueno en ese aspecto yo si tengo con mi basura allá donde vivo por que es esta mm no sólo pero no hay muchas casas y entonces van y van y avientan sus bolsas de basura, los coches van y avientan las bolsas de basura y pues se ve, se ve muy feo no? lleno de basura en esa parte que todavía esta un poquito de hay buen hay vegetación.

**En:** ¿Cómo ayuda al gobierno a cumplir con lo que le toca o en qué si hacen de lo que pide el gobierno y que no?

**Geovana:** En cuanto a lo que nos pide el gobierno pues algunas cosas si las hacemos pero otras no, no me gusta hacer este que será, mmm algo en lo que no estoy de acuerdo es que cobren mucho sobre lo del agua o sea más que nada para poder poner una toma de agua ahí si es bien caro.

**En:** ¿Considera que se involucra en la vida política de su comunidad?

**Geovana:** Mm pues si se puede decir, eh... pues ahora que viene eso de las elecciones y todo eso osea invitar a la gente a que vote ya sea por un partido en específico, dependiendo de sus ideas y en lo que nos conviene, pues si en lo que nos convenga.

**En:** ¿Cómo se involucra en la vida política fuera de su comunidad?

**Geovana:** No realmente no

**En:** ¿Cómo cree que le podría decir a alguien que es un buen ciudadano en su país, osea qué tipos de cosas consideraría que una persona pueda cumplir para ayudar al gobierno a lograr sus objetivos?

**Geovana:** Pues lo que prometen ellos no? osea supongamos que ellos dicen no se que voy a poner una barda para entrar en la avenida, pues que realmente lo hagan

**En:** ¿Considera que su participación es indispensable para el gobierno y qué realmente hace alguna diferencia en la toma de decisiones y la forma de gobernar de los gobernantes?

**Geovana:** Yo digo que sí, pues si es importante que sepan que hay muchas cosas que no va de acuerdo, pero pues yo digo que no se me toma en cuenta porque así como son hay veces que nomás vienen y te dicen y a la mera hora uy pues eso no, entonces no.

**En:** Sobre el gobierno anterior ¿Considera que se desempeñó bien? ¿Tuvo perjuicios o beneficios? El de Peña Nieto

**Geovana:** El de Peña Nieto pues yo pienso que no fue ahh este que no fue un buen gobernante para mí, porque hubo muchas anomalías osea referente a diferentes este como le diré eh... donde hay mucha vegetación osea hubo mucha tala de árboles y ya ve que ahorita para decían que según que quería hacer para ahorita lo de Toluca, tiró muchísima vegetación, bastante. Y me trajo perjuicios en su gobierno.

**En:** Ok cuénteme ahora sobre el nuevo gobierno ¿Cómo considera que se ha desempeñado hasta ahora y si le ha traído nuevos beneficios o perjuicios que no tenía antes?

**Geovana:** Pues hasta ahorita eh respecto a beneficios para uno se puede decir que sí que es en ayuda para los muchachos que están en la escuela, porque ahorita ellos pues si les dieron la beca sin necesidad de estar haciendo demasiado trámite como antes que se hacía que no que esto se hacía largo.

**En:** ¿Pero no le han dado nada?

**Geovana:** A mi hijo el de la prepa ya a él si ya ahorita, mi otro hijo el chico pues hasta ahorita todavía no, no se sabe hasta que entren a la escuela no se.

Ok, entonces considera qué es mejor este programa porque no le piden tantos trámites como PROSPERA, le pedía muchos trámites?

Pues no osea tampoco era de que trámites tan seguido pues no.

**En:** ¿Considera que será un mejor gobierno el de ahorita? ¿Cómo y Por qué?

**Geovana:** Pues hasta ahorita el nuevo gobierno pues yo digo que es muy poco tiempo no? para ver si realmente va a ser lo que prometió no?

**En:** ¿Contaba con el programa PROSPERA? ¿Cambio su vida positiva o negativamente?

**Geovana:** Sí lo tenía y cambió mi vida positivamente pues porque y el recurso que ellos nos daban ya lo podíamos utilizar en eh para nuestros hijos más que nada en vestir, el calzado, este en comida.

**En:** ¿Cuenta con el nuevo programa de becas de AMLO? ¿Qué opina de el?

**Geovana:** Sí con mi hijo de prepa, y opino que pues hasta ahorita osea a mi me parece bien, digo a ellos si les ayuda en cuanto el pasaje, en cuanto a lo mejor en algún este no se material que le ocupen en la escuela que eso es en lo que lo necesitan o lo ocupa él más bien. Podría ser también en ropa eh osea si en el. Me ha traído beneficios.

**En:** ¿Qué le gustaría que pasara ahora en cuanto al nuevo programa y el nuevo gobierno?

**Geovana:** Mmmm pues que siga ahora si que siga todo como está todo el años y no sea nada más que lo den una temporada y hasta ahí.

**En:** ¿Qué cree realmente que pasará ahora en cuanto al nuevo programa y el nuevo gobierno?

**Geovana:** Pues que se beneficie más a los jóvenes respecto al estudio y sus becas.

**En:** ¿Usted cree que el nuevo gobierno le permite tener una mayor y mejor participación en el mismo, cree que realmente se le toma en cuenta y si si, considera que su colaboración es importante para el gobierno?

**Geovana:** Pues yo siento que pues bueno si nos toman en cuenta pues si sería benéfico tanto para mi como para la comunidad y si siento que si se me está tomando en cuenta en este gobierno porque pues he visto mejora en lo que hay, y pues digo más que nada en esto de la basura que te comentaba, ahorita aparentemente se ve que si han puesto atención porque ya no han estado tirando tanta basura osea como que han puesta atención en sacarla y no tirarla.

Bueno muchas gracias

Gracias a ti

## **Entrevista 2**

**Raquel Valentín Sánchez PROSPERA**

Entrevistador: Karla Melgoza Rodriguez

Entrevistada: Raquel Valentín Sánchez

**En:** ¿Cuál es su nombre?

**Raquel:** Raquel Valentín Sánchez

**En:** ¿Cuántos años tiene?

**Raquel:** 37 años

**En:** ¿Dónde vive?

**Raquel:** En San Cristóbal, Texcalucan y mi calle cerrada Vicente Guerrero

**En:** ¿Cuál es su estado civil?

**Raquel:** Casada

**En:** ¿Hasta qué grado termino en la escuela?

**Raquel:** Preparatoria con carrera técnica

**En:** ¿A qué se dedica?

**Raquel:** Al hogar, soy ama de casa y no tengo ingresos propios, sino que vienen de mi marido y a veces un poco más de unos trabajos de costura que hago .

**En:** ¿Qué le gusta hacer en su tiempo libre?

**Raquel:** Pues eso que le comentaba, es que tengo un tallercito de costura tengo mi maquinita de familia y como favor y así coso y reparo los vestidos con la gente que me conoce y quiera que le de y ayude con mi trabajo.

**En:** ¿Cómo se conforma su familia?

**Raquel:** Se conforma con el papá yo y mis tres hijos y llevamos buena convivencia nos gusta hacer actividades el domingo para estar con mis hijos se va el papá y yo de repente me quedo ahí porque me quedo con el chiquito en la casa.

**En:** ¿Cómo es su convivencia con su comunidad?

**Raquel:** También solíamos hacer más cosas juntos de convivencia hasta cuando los borrachitos que empezaban a saltar y se hizo como comité de seguridad para cuidarnos entonces si nos estamos comunicando entre nosotros hasta por si se te rompe alguna tubería o algo .

**En:** ¿Qué tipo de actividades le gusta hacer sola?

**Raquel:** Me gusta mucho leer y escuchar música y ver películas de acción

**En:** ¿Qué tipo de actividades le gusta hacer con sus amigas?

**Raquel:** Nos juntamos a ver películas de terror pero en el día en la noche me da miedo, y en la noche ya veo la novela con mi familia más que nada.

**En:** Descríbame un día cualquiera en su vida

**Raquel:** Nos levantaos bueno primero levanto al de la primaria y kinder luego al de la secundaria que se lo lleva mi marido ya termino y lo llevo y ya cuando lo dejo luego pasó por el mandado llegó a la casa me pongo a hacer la comida y luego ya me baño me cambió todo y me voy por mis hijos , primero paso por el de la kinder y luego voy por él de primaria ya después llegó les doy de comer como a la media hora llegó el de la secundaria ya les doy de comer, se ponen a jugar mis hijos , recojo otro poco y éste ya después me pongo a hacer la tarea con ellos y luego ya nos ponemos hacer un ratito a ver un ratito la tele y en las tardecitas hay veces que me salgo con mi comadre, ya después ya llega mi marido le doy de cenar, los baño y a dormir para al otro día.

**En:** Ahora describa un día de fin de semana

**Raquel:** Mi día en un fin de semana, Los levantamos bueno levantó el del medio y lo llevó al cafecito y luego ya me regreso y levantó a los a los otros 2 les doy de desayunar, luego ya que almorzamos recogemos todo del desayuno y salimos con mi mamá y ahí estamos casi toda la tarde. Ahí mis hijos están jugando en el parque pero es que como tiene resbaladilla y en todo hay juegos en la calle y están casi todo el día. El que si de repente está en el celular es el grande. Yo me quedo platicando con mi mamá de lo que pasó en la escuela o con mi marido y luego ya nos vamos bajando a las 5 cuando ya me habla mi madre. Me me dice que ya va a llegar ya nos bajamos. No sé no los encontramos aquí nos invita a comer ya comemos y nos vamos a la casa.

Ya en las noches es cuando nos ponemos a ver películas o series o lo que hay en la televisión ya después cuando vemos ya se durmieron los niños.

Los domingos se los lleva al fútbol su papá dependiendo del horario que tenga para el juego.

**En:**¿Se encuentra involucrada en alguna organización de alguna índole?

**Raquel:** Sí de la escuela, suelo desempeñar alguna actividad en la secundaria y lo vemos en la cooperativa cuando no venden muchos productos en el kínder hablamos con las demás vocales y vemos también como si le falta impermeabilizante como las anotaciones o algo y vamos a ver al delegado para ver que apoyó nos puede dar para impermeabilizante.

**En:**¿Es devota o practicante de alguna religión y cuánto tiempo le dedica?

**Raquel:** yo soy católica y bueno de dedicar tiempo pues no mucho más que en cuestión de que te llevo a mis hijos al catecismo para que hagan la comunión la confirmación pero pues así que vaya a misa pues no, los llevé porque pues tengo que cumplir con lo del catecismo pero cuando no iban al catecismo no Nada más iba a misa en navidad o año nuevo.

**En:**¿Ve televisión, qué programas?



**Raquel:** Sí, me gusta ver series, películas de acción, una amiga con la que nos juntamos tiene Netflix y nos deja verla, la serie de televisión y películas de acción todo eso la veo en sky, tengo sky de hecho sí pues porque la renta es de 209 pero por ejemplo si este mes no tengo me lo quitan y hasta que yo te lo pago ya me vuelven a reconectar la señal y no me cobra recargos.

**En:** ¿Cuánto tiempo ve televisión?

**Raquel:** En un día que no sea fin de semana en las mañanas, cuando regresó de dejar a los niños a la escuela me pongo a leer un poquito y en las mañanas lo que vemos en las noticias y así para ver lo que pasa, como 2 o 3 horas al día.

**En:** ¿Ve televisión para distraerse vida diaria?

**Raquel:** Sí y también me gusta escuchar música o ver el programa como para quitar la tensión con el relato de la trama y pienso que esos programas no hay tanta diferencia entre la vida real y la trama o sea como que sí puede pasar realmente.

**En:** ¿Cómo se identifica con ellos?

**Raquel:** Pues me ayudan para que me desaburra y me entretienen en cuestión de que luego se ponen interesante la historia y te interesa mucho hay mucha acción pero yo no me identifico mucho porque no me pasan esas historias a mi.

**En:** ¿Cuál es su personaje favorito o celebridad favorita?

**Raquel:** Chris Evans me gusta porque es muy guapo.

**En:** ¿Con quién le gusta platicar sobre lo que ve?

**Raquel:** Con mis amigas de los programa que vemos juntas.

**En:** ¿Utiliza internet, con que frecuencia?

**Raquel:** Este sí, con frecuencia, creo que es fácil de utilizar y es económicamente accesible, hay cosas más caras, también es accesible de conocimiento. Me gusta utilizar Facebook WhatsApp y el YouTube vídeos en el YouTube así pongo la música y en el Facebook porque tengo dos primos que son de Kansas, viven en Estados Unidos y de esa manera nos comunicamos más a menudo.

**En:** ¿Qué le gusta más usar Internet o la televisión?

**Raquel:** Internet porque ahí me meto a las distintas páginas o veo videos de risa con mis hijos luego mis hijos están viendo unos programas y platicando más de sus gustos que le gusta hacer.

**En:** ¿Qué otras cosas les gusta hacer?

**Raquel:** Pues a mi me gusta hablar mucho pues y también estar viendo las películas con mi hermana y mis hijos. También me gusta hacer ejercicio, sí camino bastante porque me gusta.

**En:** ¿Cómo es la convivencia en su colonia?

**Raquel:** Pues es buena todos nos conocemos y si tenemos realmente un problema o algo nos reunimos para resolverlo. Pero de convivencia si es más con mi familia, a veces los sábados o domingos llega mi hermano y hacemos comida en mi casa o en la casa de mi hermana. Hacemos cosas básicas porque pues a veces con los niños no es fácil por el dinero, ahorita no tenemos incentivos económicos por parte de gobierno ni ninguna dependencia.

**En:** Cuénteme de sus fiestas patronales

**Raquel:** Pues tenemos la del pueblo de la fiesta del Señor de la transfiguración y luego la del Señor Santiago, nada más voy a la del Señor de la transfiguración llevo unos 14 años viviendo aquí y nunca me he preguntado por qué se llama así, solamente sé que es un Cristo pero no sé muy bien por qué.

**En:** ¿Le gusta la política y le interesa mantenerse al tanto informado de lo que sucede en el tema política?

**Raquel:** No la verdad no me interesa mantenerme informada de hecho me da flojera ya con lo que pasa con la policía uno se decepciona, si voté en las elecciones pero no participo en campañas ni nada de eso, no soy parte de ninguna organización gubernamental ni nada del estilo.

**En:** ¿Cuál considera que su labor como ciudadana que cree que debe de hacer para cumplir con lo que le toca para tener un buen gobierno?

**Raquel:** Pues dar mi opinión per nadie nos escucha la verdad.

**En:** ¿Considera que se involucra en la vida política de su comunidad o fuera de ella?

**Raquel:** No no me gusta nada de política

**En:** ¿Cómo cree usted que se le podría decir que es un buen ciudadano en su país o ciudad y qué tipo de cosas consideraría que una persona debe de cumplir para ayudar a su gobierno a lograr objetivos?

**Raquel:** Pues lo que dice pues que lo cumplan no? pero pues en realidad dicen unas cosas que no hacen nunca., nunca cumplen y uno no puede cumplir.

**En:** ¿Considera que su participación es indispensable para el gobierno y que realmente hacer una diferencia en la toma de decisiones de los gobernantes?

**Raquel:** No, porque no cumplen nada y no creo que mi participación sea importante porque nunca nos escuchan y no estoy involucrada en ninguna organización de mi comunidad.

**En:** Sobre el gobierno anterior ¿Cómo considera que fue el gobierno?

**Raquel:** Osea el que paso? pues me dieron el PROSPERA, pues el gobierno fue malo, pero pues si teníamos un poco más de beneficios.

**En:** Y ahora cómo considera que es el nuevo gobierno y cómo se ha desempeñado **Raquel:** hasta ahora sí le ha traído más beneficios o perjuicios?

Menos, no menos beneficios porque el único beneficio que tenía me lo quitaron y ahorita ponen mucho de que se tardan o que no y así nunca dan nada.

**En:** Considera que es el nuevo gobierno será mejor?

**Raquel:** Pues en una parte si esta mejor osea si eh si ha mejorado pero en muchas no como por ejemplo este, ay es que no se , por ejemplo lo de PROSPERA, pues si muchas personas lo tenían y no lo necesitaban y a lo mejor ahorita lo quitaron y están viendo qué hacer los que lo necesitan no? a lo mejor ese era el beneficio pero las que realmente lo necesitábamos pues también no lo quitaron.

**En:**¿Cómo cambio su vida próspera positiva o negativamente?

**Raquel:** Positivamente porque era por ejemplo para ahorita de las inscripciones pues era una ayuda para inscribir, comprar útiles, era una gran ayuda, bueno a mi realmente a mi si me ayudaba en eso en recibir un apoyo osea.

**En:**¿Cuenta con el nuevo programa de amlo?

**Raquel:** No ni lo conozco

**En:**¿Qué opina del nuevo programa?

**Raquel:** Pues es que como no pues no lo conozco la verdad no se que sea bien y me ha traído perjuicios porque no me ha dado nada.

**En:**¿Qué le gustaría que pasara ahora respecto a este nuevo programa y el gobierno?

**Raquel:** Me gustaría que realmente si lo osea que realmente lo dieran a las personas que si lo necesitan, y del gobierno que sigan trabajando más.

**En:**¿Qué espera que pase realmente con el nuevo programa y el nuevo gobierno?

**Raquel:** Ay quién sabe eso si no se la verdad no espero mucho y no siento que realmente nos escuche el nuevo gobierno , no veo ningún resultado ni nada la verdad.

Bueno gracias, gracias a usted.

### **Entrevista 3**

#### **María Rosa Elia Gonzáles Rivera PROSPERA**

Entrevistador: Karla Melgoza Rodriguez

Entrevistado: María Rosa Elia Gonzáles Rivera

**En:** ¿Cuál es su nombre?

**María:** María bueno soy María Rosa Elia González Rivera

**En:** ¿Cuántos años tiene?

**María:** 39 años

**En:** ¿En dónde vive?

**María:** En San Cristóbal, Texcalucan.

**En:** ¿Cuál es su estado civil?

**María:** Casada

**En:** ¿Hasta qué grado llegó en la escuela?

**María:** Terminado nada más la primaria

**En:** ¿A qué se dedica?

**María:** Al hogar, no tengo empleo y los ingresos que tengo son de mi esposo.

**En:** ¿Qué hace en su tiempo libre?

**María:** Pues los que hacer de la casa y luego cuando estoy más libre descansar un rato o ver tele si porque yo soy de tele no soy de teléfono

**En:** ¿Cuál es su rol de la familia?

**María:** Soy ama de casa y somos 5, mi esposo yo y 3 hijos dos niños y una niña

**En:** ¿Cómo es su convivencia familiar?

**María:** Normal , con su familia de mi esposo es mala, con mis hijos pues somos unos amores verdad hijo? pues con mi familia bien pero la de el no.

pareja con sus hijos o con todos no con la familia de mis hijos Somos unos amores

**En:** ¿Cómo es su convivencia en tu comunidad?

**María:** Normal, bueno bien con los vecinos es bueno tranquila no hablo, no me hablan y ya te evitas problemas.

**En:** ¿Qué actividades le gusta hacer sola?

**María:** Pues no hago actividades, bueno de ejercicios zumba, la tele o luego me pongo a leer pues a convivir a ver el como dicen? el face

**En:**¿Qué tipo de actividades le gusta hacer con sus amigas?

**María:** No a la calle no salgo con amigas, bueno tengo muchas ahorita pero son de ahí de la parroquia, pero amigas amigas para sonsacarme no, soy más de la casa que de la calle. Y con mis amigas de la parroquia andamos en alabanzas, tenemos un día exclusivo que andamos en como se dice, hacemos alabanza en casa pues para la gente y así y luego organizamos lo retiros y así, servidoras.

**En:**¿Puede describirme un día cualquiera de su vida?

**María:** Pues cambia cuando van a la escuela, y pues toda la semana van a la escuela, lo que hago es que me levanto a las 20 para las 6 para echar a mi niña de la Prepa. Sí sí ya regresó me apuro con el otro ya lo llevé y regresé ya me pongo a hacer lo que ya para cuando ya vaya por él ya está la comida y el quehacer hecho y así es a diario nada más descansaren sábados y domingos. Cuando regresan los niños de la escuela también ven la tele hasta pelean los niños por verla porque pues el otro pues no estudia, hay que trabajar.

**En:**¿Me puede describir un día de fin de semana?

**María:** Ah pues el día que uno sale en familia o algo así y es el domingo cuando estamos los 5 y vemos películas, estamos ahí no más acostaditos cocinar y luego ya ver tele, porque a la calle le digo que casi no y mi marido trabaja los domingos entonces pues ahí estamos.

**En:**¿Se encuentra involucrada en alguna organización de su comunidad de la escuela de padres de familia, religión o algo?

**María:** Ahí si no no le entro, bueno sólo en la religión soy católica y le dedico tiempo y pues yo digo mucho porque en las mañanas me vengo a misa con los jueves no voy a oración y si hago cuentas yo digo como 2 días o 3 días de 2 a 3 horas por día.

**En:**¿Ve televisión?

**María:** si

**En:**¿Qué tipo de programas le gusta ver?

**María:** Pues más que el canal 2 más la Rosa y el dicho porque telenovelas como que no me gustan y mejor la apago y veo como 3 horas o cuatro, de a 4 horas en todo el día la veo. hasta creo es mucho y veo noticias en la noche la de las que? 10:30 hasta que me vence el sueño y ya la apago.

**En:**¿Busca informarse de lo que pasa en el mundo al ver televisión?

**María:** Sí porque pues hay cosa que uno no sabía y ya la ve y ya sabe y para distraerme de mi vida diaria no veo televisión, la verdad mejor busco reflexiones y alabanzas osea como te digo hay programas que no, me aburre y mejor oigo otras cosas y ya me alegro.

**En:**¿Tiene alguna plataforma utiliza cuando ve la tele?

**María:** No sólo abierta bueno tengo pues la tele bueno el VeTV y así ya encuentro algo bueno

**En:**¿Por qué le gustan los programas que ve y qué piensa de sus programas?

**María:** Pues no más veo la Rosa y el Dicho y pues me gusta la rosa por, por muchas historias no se yo quisiera saber si son, no se si son reales también y uno se da cuenta osea de lo que pasa o puede pasar sino nos alertamos y pues mejor que aprendamos más las niñas de esta edad.

**En:**¿Cómo se identifica con esos programas y de qué manera le entretienen?

**María:** No se ni que pues bien, bueno veo programas me siento tranquila y bien y me identifico porque hay unos que me pasó más o menos en mi vida. Hay unos que digo ay como que ese ya me paso o viví o más o menos.

**En:**¿Se identifica con algún personaje tiene algún personaje o celebridad favorita?

**María:** Mmm no la verdad no yo veo todos me gustan todos pero uno solo no.

**En:**¿Con quién acostumbra a ver los programas?

**María:** Pues sola porque los niños se van a ver sus caricaturas y sólo me gusta platicar con mi hija de esos programas que veo.

**En:**¿Utiliza internet con frecuencia?

**María:** No, pero si lo utilizo muy poco porque me es difícil porque no le se, no se mucho de la tecnologías de teléfonos. Creo que pues ahorita pues yo creo que sale barato porque lo tengo con la tele y es el Internet que del bueno del vetv y bueno yo digo que se me hace barato porque pago 3 cuentas.

Pero en cuanto a conocimiento tecnológico me resulta inaccesible, bueno pues necesito ayuda es difícil.

**En:**¿Qué tipo de páginas puede consultar en internet cuando lo usa?

**María:** Ehh el face nada más para enterarme de cosas que no bueno y sus publicaciones porque no me gusta publicar me gusta nada más revisar.

**En:** ¿Cuáles son las aplicaciones que más usa?

**María:** Ah pues el face y el whasapp whasapp el whats ya lo demás pues no nada más porque ahí manda mensajes sino ni me meto ahí la verdad.

**En:** ¿Qué le gusta más usar la televisión o Internet?

**María:** Este pues tele, tele porque luego de repente ya no más veo cosa y así ya si no pues no más escucho música mejor.

**En:** ¿Qué le gusta hacer para distraerse o para divertirse y con quién le gusta hacer esas cosas?

**María:** Mmm qué me gusta no pues nada ya cuando estoy aburrida ya me pongo a escuchar las alabanzas y nada más o ahí estoy con mi hija o platicar con ella.

**En:** ¿Le gusta hacer ejercicio, caminar correr o algo?

**María:** Caminar, yo soy de puro caminar nada de combis no me gustan, mejor camino y ya no asisto a clases de baile ni nada, sólo caminar.

**En:** ¿Cómo se siente viviendo en su Colonia?

**María:** Pues segura, segura buena con los vecinos

**En:** ¿Suele reunirse para hacer cosas con tus vecinos o más bien con su familia?

**María:** No, no más con la familia pero cuando en fiestas de esas de fin de año o como de Navidad

**En:** ¿Cuándo sale a pasear qué tipo de lugares visita y con quién?

**María:** Con mi familia y pues pues a Tacubaya que es lo único que puedes salir hasta por allá a pasear ahí pues hay feria.

**En:** ¿Tiene algún tipo de incentivo económico?

**María:** No ahorita no, tenía PROSPERA pero ahorita ya nada.

**En:** Cuénteme de sus fiestas patronales

**María:** Si esta la del señor de la transfiguración y esas pero no voy casi no le digo que se nos olvida que hay fiestas, casi no voy.

**En:** ¿Le gusta la política y se mantiene informada?

**María:** No, n me gusta pero pues hay que informarnos no?, si voto nada más en las elecciones pero no participo en campañas ni participo en ninguna organización política.

**En:** ¿Cuál considera que su labor como ciudadana y que cree que debe de hacer para cumplir con lo que le toca como para tener un mejor gobierno?

**María:** Pues yo digo que hablar no? pero que nos escuchen con lo que se debe de hacer sino no se hace nada.

**En:** ¿Se involucra en la vida política de su comunidad?

**María:** No me involucro en la vida de mi país ni ciudad la verdad

**En:** ¿Cómo considera usted que alguien es un buen ciudadano, qué tipo de cosas debería de cumplir para apoyar al gobierno?

**María:** Yo digo que de ciudadano pues no hacer daño no? osea respetar las reglas que hay y todo y creo que yo si cumplo con eso, creo que si soy buena ciudadana.

**En:** ¿Considera que es indispensable su opinión para el gobierno y que realmente hace alguna diferencia en su toma de decisiones en la forma de gobernar?

**María:** Pues si no? yo creo que sí pero creo que no, que no nos toman en cuenta, que no nos escuchan la verdad y no me involucro en asociaciones ni nada.

**En:** Sobre el gobierno anterior ¿Cómo considera que se desempeñó de se le trajo algún beneficio o perjuicio?

**María:** Este si, si estaba bien el que estaba osea de que nos trajo pues si nos dio beneficios con PROSPERA.

**En:** ¿El nuevo gobierno cómo se ha desempeñado, le ha traído beneficios o perjuicios?

**María:** Pues perjuicios, porque ahora ya de que entró ya nos quitaron todo, que dicen que está pero quién sabe pues hasta cuando , hasta ahorita nada.

**En:** Considera que el nuevo gobierno será mejor, por qué?

**María:** Pues yo veo que no la verdad no ha dado nada.

**En:** ¿Contó con PROSPERA, cómo cambió su vida?

**María:** Sí si lo tuve, pues la verdad la cambió mucho, traía mucha ayuda para como decía la compañera para las inscripciones y útiles y todo y ahorita cómo le vamos a hacer verdad

**En:** ¿Cuenta con el nuevo programa de AMLO de becas, qué opina de ese programa?

**María:** Pues no lo tengo no lo conozco la verdad. y pues ni me ha traído beneficios ni perjuicios o más bien perjuicios porque ni lo tengo.

**En:** ¿Qué le gustaría que pasara ahora respecto este nuevo programa y el nuevo gobierno, qué cree que pase?

**María:** Pues no me tocó, pero muchas cosas como que den la ayuda que luego dan, que ayuden más verdad? y pues no se que vaya a pasar la verdad, no se.



**En:** ¿Usted cree que el gobierno le permite tener una mayor y mejor participación en el mismo y cree que realmente se le toma en cuenta para mejorar?

**María:** Pues yo digo que no, no nos toman en cuenta, no nos escuchan

Okay muchas gracias

Gracias a usted.

#### **Entrevista 4**

**Brenda Romero López**

*Entrevistador: Karla Melgoza*

*Entrevistado: Brenda Romero López*

**EN:** ¿Cuál es tu nombre?

**Brenda:** Brenda Romero López.

**EN:** ¿Qué edad tienes?

**Brenda:** 32.

**EN:** ¿En dónde vives?

**Brenda:** San Cristóbal, Texcalucan

**EN:** ¿Cuál es tu estado civil?

**Brenda:** Soltera.

**EN:** ¿Hasta qué grado llegaste en la escuela?

**Brenda:** Bachillerato.

**EN:** ¿A qué te dedicas?

**Brenda:** Empleada del hogar.

**EN:** ¿De qué es tu empleo?

**Brenda:** Publicidad por proyecto.

**EN:** ¿Tus ingresos?

**Brenda:** \$2,600.

**EN:** ¿Qué haces en tu tiempo libre?

**Brenda:** Estar en la casa haciendo pendientes.

**EN:** ¿Cuál es tu rol?

**Brenda:** Jefa de familia.

**EN:** ¿Cómo se conforma tu familia?

**Brenda:** Dos hijas y yo.

**EN:** ¿Cómo es tu convivencia en familia?

**Brenda:** Regular, platico con mis hijas.

**EN:** ¿Cómo es la convivencia con los vecinos?

**Brenda:** Muy poca, casi no los veo.

**EN:** ¿Que clases de actividad te gusta hacer sola?

**Brenda:** Bailar.

**EN:** ¿Qué tipo de actividades te gusta hacer con tus amigas?

**Brenda:** Casi no tengo, solo tengo una y la veo una vez al año.

**EN:** ¿Puedes describirme tu día?

**Brenda:** Me baño, tratar la ropa que pueda, los trastes, recoger los juguetes, acomodar libros, ver lo de la comida, darles de desayunar a mis hijas, trabajo, doy de cenar y a dormir.

**EN:** ¿Quién los lleva a la escuela?

**Brenda:** Mi mamá.

**EN:** ¿Puede describirme su fin de semana?

**Brenda:** Jugar memorama o basta.

**EN:** ¿Se encuentra en alguna organización de comunidad?

**Brenda:** No.

**EN:** ¿Es devoto practicante de alguna religión?

**Brenda:** Creyente de la religión católica; casi no la practico.

**EN:** ¿Ve televisión y cuánto tiempo?

**Brenda:** Sí, como dos horas.

**EN:** ¿Qué tipo de programas?

**Brenda:** Películas de Disney o de acción.

**EN:** ¿No ve novelas?

**Brenda:** *Almas perdidas.*

**EN:** ¿Busca informarse con lo que pasa en su país?

**Brenda:** El noticiero.

**EN:** ¿Qué tipo de plataformas tiene?

**Brenda:** Cable, televisión abierta, tengo Mega Cable.

**EN:** ¿Usted no ve algo con sus hijos?

**Brenda:** Con mis hijas con mi mamá.

**EN:** ¿Qué piensa de los programas que ven sus hijos?

**Brenda:** Me distraen la vida cotidiana.

**EN:** ¿Qué piensas de esos programas?

**Brenda:** Más cercana a la realidad.

**EN:** ¿Cómo te identifican y por qué te gustan?

**Brenda:** Porque me llegaron a pasar o pasaron a alguien que conozco.

**EN:** ¿Te identificas con los personajes?

**Brenda:** No.

**EN:** ¿Tiene algún personaje o celebridad favorita?

**Brenda:** Pedro Infante.

**EN:** ¿Por qué?

**Brenda:** Por sus películas.

**EN:** ¿Con quién acostumbra ver sus programas favoritos?

**Brenda:** Con mi mamá.

**EN:** ¿Con alguien platica esos programas?

**Brenda:** Con mi hija, mis hermanos y sobrinos.

**EN:** ¿Utiliza internet? ¿Y con qué frecuencia?

**Brenda:** Sí, mucho.

**EN:** ¿Le resulta sencillo?

**Brenda:** Sencillo.

**EN:** ¿Es accesible o no económicamente?

**Brenda:** Accesible porque lo compartimos.

**EN:** ¿Y en cuanto a conocimiento, es accesible o inaccesible?

**Brenda:** Accesible.

**EN:** ¿Qué tipo de páginas usa?

**Brenda:** YouTube para manualidades, Facebook, Google.

**EN:** ¿Qué le gusta más, la televisión o el internet?

**Brenda:** Internet.

**EN:** ¿Por qué?

**Brenda:** Más abierto los temas que puedes ver.

**EN:** ¿Qué le gusta hacer para distraerse?

**Brenda:** Bailar con alguien de mi familia.

**EN:** ¿Le gusta caminar correr o hacer ejercicio?

**Brenda:** Caminar.

**EN:** ¿Cómo se siente en su colonia con sus vecinos?

**Brenda:** Ya se perdió que se juntan muchachos a drogarse y es mucha desconfianza.

**EN:** ¿Suele reunirse para hacer cosas con sus vecinos?

**Brenda:** No, solo con mi familia.

**EN:** ¿Qué tipo de cosas le gusta hacer y qué tan a menudo?

**Brenda:** Los fines de semana nos juntamos a comer cada 15 días.

**EN:** ¿Cuándo sale a pasear que visitar y con quién?

**Brenda:** Visitas no, parques.

**EN:** ¿Tiene algún tipo de incentivo de gobierno?

**Brenda:** Prospera, y estaba en trámite lo del salario rosa; no sé todavía.

**EN:** ¿Asiste a sus fiestas patronales?

**Brenda:** De mi comunidad, sí.

**EN:** ¿Le gusta la política y estar informada del tema?

**Brenda:** Poco más interés de más adentro.

**EN:** ¿Usted vota en las elecciones o se une a campañas electorales?

**EN:** ¿Es parte de una organización política?

**Brenda:** Alguna vez del PRI.

**EN:** ¿Cuál considera que es su labor como ciudadana y qué se necesita para tener un mejor gobierno?

**Brenda:** Respetar las leyes y denunciar.

**EN:** ¿Consideras que te involucras en la vida política en tu comunidad y fuera de ella?

**Brenda:** Poco.

**EN:** ¿Cómo se podría decir a alguien que es un buen ciudadano en su ciudad y qué consideras que debería hacer para lograr sus objetivos?

**Brenda:** A las personas más vulnerables, y cumplir las normas.

**EN:** ¿Crees que cumples con las normas?

**Brenda:** Tengo la intención, pero mi posición no me lo permite, pero cumplo con lo que me toca.

**EN:** ¿Crees que tu participación hace diferencia en la toma de decisiones?

**Brenda:** No, porque hacemos denuncias y no hacen nada.

**EN:** ¿Tu opinión es tomada en cuenta en toma de decisiones del gobierno?

**Brenda:** Es importante pero no se toma en cuenta.

**EN:** Cuéntame sobre el gobierno anterior... ¿Se desempeñó bien o mal? ¿Trajo prejuicios o beneficios?

**Brenda:** Aumentaron el combustible y eso incrementa el costo de todo.

**EN:** En cuanto al nuevo gobierno, ¿qué piensa hasta ahora ha traído prejuicios?

**Brenda:** Iba a bajar el precio del combustible y lo siguen aumentando; y nos quitaron el apoyo.

**EN:** ¿Consideras que será un buen gobierno? ¿Cómo y por qué?

**Brenda:** No veo, pero con el tiempo espero que sí.

**EN:** ¿Contaste con Prospera?

**Brenda:** Sí.

**EN:** ¿Cómo cambió tu vida positiva o negativamente?

**Brenda:** Positivamente, para gastos de mis hijas.

**EN:** ¿Cuentas con el nuevo programa de becas de AMLO? ¿Qué opinas?

**Brenda:** No, estaría bien, pero que incluyera realmente a todos los que lo necesitan.

**EN:** ¿Te ha traído beneficios o prejuicios?

**Brenda:** Prejuicios.

**EN:** ¿Qué te gustaría que pasara respecto al nuevo gobierno y al nuevo programa?

**Brenda:** Que nos tomaran en cuenta. Que volvieran a hacer el estudio para que las personas que lo necesitamos pudiéramos estar dentro de él.

**EN:** ¿Qué quisieras que realmente pase con el programa?

**Brenda:** Que nos incluya.

**EN:** ¿Crees que el nuevo gobierno te permita tener una mayor participación y se te tome en cuenta para colaborar?

**Brenda:** No, no he visto ningún cambio.

Gracias

## **Entrevista 5**

**Yolanda Rodríguez Cruz**

*Entrevistador: Karla Melgoza*

*Entrevistado: Yolanda Rodríguez Cruz*

**En:** ¿Cuál es tu nombre?

**Yolanda:** Yolanda Rodríguez Cruz.

**En:** ¿Qué edad tienes?

**Yolanda:** 47.

**En:** ¿En dónde vives?

**Yolanda:** San Cristóbal, Texcalucan

**En:** ¿Cuál es tu estado civil?

**Yolanda:** Casada.

**En:** ¿Hasta qué grado llegaste en la escuela?

**Yolanda:** Primaria.

**En:** ¿A qué te dedicas?

**Yolanda:** Hogar.

**En:** ¿De qué es tu empleo?

**Yolanda:** Puesto.

**En:** ¿Tus ingresos?

**Yolanda:** Entre mi esposo y yo.

**En:** ¿Qué haces en tu tiempo libre?

**Yolanda:** Cuidar a mis nietos.

**En:** ¿Cuál es tu rol?

**Yolanda:** Ama de casa.

**En:** ¿Cómo se conforma tu familia?

**Yolanda:** Esposo y yo, hija soltera y nieto, y dos hijos.

**En:** ¿Cómo es tu convivencia en familia?

**Yolanda:** Bien, platicamos.

**En:** ¿Cómo es la convivencia con los vecinos?

**Yolanda:** Catecismo los domingos y con la parroquia.

**En:** ¿Qué clases de actividad te gusta hacer sola?

**Yolanda:** Ver televisión leer un poco.

**En:** ¿Qué le gusta leer?

**Yolanda:** La biblia, superación.

**En:** ¿Qué tipo de actividades te gusta hacer con tus amigas?

**Yolanda:** Platicar.

**En:** ¿De qué platican?

**Yolanda:** De la parroquia, trabajo para ayudar a los niños.

**En:** ¿Puedes describirme tu día?

**Yolanda:** Me levanto, me baño, la oración, desayuno, ir a trabajar, regreso a casa.

**En:** ¿Puede describirme su fin de semana?

**Yolanda:** Me voy a traer a mi nieto del catecismo, me voy a comprar con mi nieto.

**En:** ¿Se encuentra en alguna organización de comunidad?

**Yolanda:** Sí, *Instituto de información al servicio al pastor*, catequista.

**En:** ¿Es devoto practicante de alguna religión?

**Yolanda:** Católica.

**En:** ¿Dedicas mucho tiempo?

**Yolanda:** 2 Horas al día.

**En:** ¿Ve televisión y cuánto tiempo?

**Yolanda:** Sí, 3 o 4 horas.

**En:** ¿Qué tipo de programas?

**Yolanda:** *Jazmín de meteoros*.

**En:** ¿Busca informarse con lo que pasa en su país?

**Yolanda:** Sí.

**En:** ¿A través de qué?

**Yolanda:** La radio.

**En:** ¿Le gusta ver televisión para distraerse?

**Yolanda:** Sí.

**En:** ¿Qué tipo de plataformas tiene?

**Yolanda:** Netflix.

**En:** ¿Con quién te gusta ver la tele?

**Yolanda:** Con mi hija.

**En:** ¿Qué piensas de esos programas?

**Yolanda:** Por sus valores.

**En:** ¿Te identificas con los personajes?



**Yolanda:** Con uno que siempre está ayudando.

**En:** ¿Tiene algún personaje o celebridad favorita?

**Yolanda:** Lake, por sus valores.

**En:** ¿Con alguien platica sobre esos programas?

**Yolanda:** Esposo.

**En:** ¿Utiliza internet? ¿Con qué frecuencia?

**Yolanda:** Diario.

**En:** ¿Le resulta sencillo?

**Yolanda:** Sencillo.

**En:** ¿Es accesible o no económicamente?

**Yolanda:** Accesible.

**En:** Y en cuanto a conocimiento, ¿es accesible o inaccesible?

**Yolanda:** Accesible.

**En:** ¿Qué tipo de páginas usa?

**Yolanda:** YouTube música, Facebook, WhatsApp.

**En:** ¿Que le gusta más la televisión o internet? ¿Por qué?

**Yolanda:** Ambos, en los dos tengo variedad.

**En:** ¿Qué le gusta hacer para distraerse?

**Yolanda:** Con los niños, siempre estoy con ellos, me distraigo.

**En:** ¿Que actividades le gusta hacer con ellos?

**Yolanda:** Ver la tele, jugar la pelota.

**En:** ¿Le gusta caminar correr o hacer ejercicio?

**Yolanda:** No, ninguno.

**En:** ¿Cómo se siente en su colonia con sus vecinos?

**Yolanda:** Segura y me llevo bien, muy tranquilo.

**En:** ¿Suele reunirse para hacer cosas con sus vecinos?

**Yolanda:** Con mi familia.

**En:** ¿Qué tipo de cosas le gusta hacer y q tan a menudo?

**Yolanda:** En la parroquia con mi esposo, si no, a comer con mi familia o ir a comprar algo.

**En:** Cuando sale a pasear, ¿qué visita?

**Yolanda:** El mercado.

**En:** ¿Tiene algún tipo de incentivo de gobierno?

**Yolanda:** Tarjeta azul.

**En:** ¿Asiste a sus fiestas patronales?

**Yolanda:** Sí.

**En:** ¿A cuáles?

**Yolanda:** A fiestas grandes como la del Señor, fiesta chica de Santiago apóstol.

**En:** ¿Le gusta la política y estar informada del tema?

**Yolanda:** Sí.

**En:** ¿Usted vota en las elecciones o se une a campañas electorales?

**Yolanda:** Sí, al partido del PAN y en las casillas.

**En:** ¿Es parte de una organización política?

**Yolanda:** Vocal.

**En:** ¿Cuál considera que es su labor como ciudadana y que se necesita para tener un mejor gobierno?

**Yolanda:** Responsabilidad.

**En:** ¿Consideras que te involucras en la vida política en tu comunidad y fuera de ella?

**Yolanda:** Sí, en ayudar a alguien.

**En:** ¿Cómo se podría decir a alguien que es un buen ciudadano en su ciudad y que consideras que debería hacer para lograr sus objetivos?

**Yolanda:** Honestidad y responsabilidad.

**En:** ¿Tu crees que eres una buena ciudadana?

**Yolanda:** Sí.

**En:** ¿Crees que tu participación hace diferencia en la toma de decisiones?

**Yolanda:** Sí.

**En:** ¿Por qué?

**Yolanda:** Tienes que estar al tanto.

**En:** ¿Tu opinión es tomada en cuenta en toma de decisiones del gobierno?

**Yolanda:** Sí.

**En:** Cuéntame sobre el gobierno anterior. ¿Se desempeñó bien o mal? ¿Trajo prejuicios o beneficios?

**Yolanda:** Beneficios.

**En:** En cuanto al nuevo gobierno, ¿hasta ahora ha traído prejuicios?

**Yolanda:** Pues ahí vamos, prejuicios.

**En:** ¿Consideras que será un buen gobierno? ¿Cómo y por qué?

**Yolanda:** No tiene claro sus resultados, no puede contestar.

**En:** ¿Cómo cambió tu vida positiva o negativamente?

**Yolanda:** Positiva, para ayudarnos.

**En:** ¿Contaste con Prospera?

**Yolanda:** Sí.

**En:** ¿Cuentas con el nuevo programa de becas de AMLO? ¿Qué opinas?

**Yolanda:** Se ve que está bien, escuché que darían un parejo.

**En:** ¿Que te gustaría que pasara respecto al nuevo gobierno y al nuevo programa?

**Yolanda:** Que se cumpla lo que dijo, lo que se prometió en campaña

**En:** En cuánto al gobierno, ¿que quisieras que pasara?

**Yolanda:** Que se mejore, que se den más apoyos

**En:** ¿Qué crees realmente que pase en el gobierno y el programa?

**Yolanda:** No, creo que el nuevo gobierno nos escuche ni nos permita tener una mayor participación o nos tome en cuenta

**En:** ¿Por qué?

**Yolanda:** Debe ser tratado, no me gusta la manera en que se están haciendo las cosas ni los nuevos cambios.

Garcias

### **Entrevista 6**

#### **Sarah Jimenez NO PROSPERA**

Entrevistador: Karla Melgoza Rodríguez

Entrevistada: Sarah Jimenez

**En:** ¿Cuál es el nombre?

**Sarah:** Sara Jiménez Vázquez

**En:** ¿Cuántos años tiene?

**Sarah:** 49 años

**En:** ¿En dónde vives?

**Sarah:** San Cristóbal Huixquilucan

**En:** ¿Cuál es tu estado civil?

**Sarah:** Casada

**En:** ¿Hasta qué grado llegaste en la escuela?

**Sarah:** Tercero de secundaria

**En:** ¿A qué te dedicas?

**Sarah:** Hago limpieza en una casa, soy empleada doméstica

**En:** ¿Tus ingresos vienen sólo de ti o de ti tu esposo?

**Sarah:** Pues ahorita nada más de mi

**En:** ¿Qué te gusta hacer en tu tiempo libre?

**Sarah:** Ver películas y leer

**En:** ¿Cuál es tu rol o papel en tu familia?

**Sarah:** Ama de casa y jefa de familia

**En:** ¿Cómo se conforma tu familia?

**Sarah:** Somos cuatro, yo, mi esposo y dos hijos

**En:**¿Cómo es tu convivencia en familia?

**Sarah:** Muy bonita, buena muy buena

**En:**¿Cómo es u convivencia en tu comunidad?

**Sarah:** Muy buena también, osea cada quien por su lado pero cualquier cosa si se nos juntamos

**En:**¿Qué tipo de actividades te gusta hacer sola?

**Sarah:** Leer, puede ser? aha leer

**En:**¿Qué tipo de actividades te gusta hacer con amigas?

**Sarah:** Mmm reunirnos y platicar de lo que pasa en lo que pasa dentro de la familia problemas cosas así, de programas y todo eso.

**En:**¿Puedes describirme un día cualquiera de tu vida entre semana?

**Sarah:** Me levanto le doy de desayunar a mis dos hijos porque uno se va a trabajar y el otro la escuela y me voy a trabajar ya regresó como a las 4:05 comemos juntos cenamos juntos y se van a hacer sus cosas, ver la tele casi no y a dormir.

**En:** Describe un día de fin de semana

**Sarah:** Me levanto este desayunamos mis hijos y yo luego si se puede podemos salir a comer y luego en la tarde , ver películas y salir a caminar, las películas que vemos son compradas.

**En:**¿Te encuentras involucrada en alguna asociación de tu comunidad?

**Sarah:** No

**En:**¿Eres devota de alguna religión?

**Sarah:** Sí, católica per casi no le dedico tiempo.

**En:**¿Ves televisión?

**Sarah:** Mmm por ratitos si

**En:**¿Qué tipo de programas te gusta ver?

**Sarah:** Nada más películas, no me gusta ver la tele como tal

**En:**¿Cómo por cuánto tiempo ves la tele?

**Sarah:** Una hora más o menos, una hora o dos horas

**En:** ¿Te gusta informarte de lo que pasa en el país y en el mundo? ¿Cómo te informas?

**Sarah:** En la mañana pongo las noticias sólo en la mañana y pongo las del 7

**En:** ¿Ves televisión para informarte o distraerte o ambas?

**Sarah:** Ambas, para las dos cosas.

**En:** ¿Qué tipo de plataformas utilizas cuando ves televisión?

**Sarah:** Sólo TV Abierta

**En:** ¿Con quién sueles ver los programas que ves?

**Sarah:** Con mis dos hijos

**En:** ¿Por qué les gustan esos programas?

**Sarah:** Pues para estar informado de lo que está pasando en sí en las noticias, pienso que son buenas para saber lo que está pasando en tu país para estar este, más que nada cómo se dice? seguro de uno, cuando sales a la calle y así.

**En:** ¿Cómo te identificas con esos programas y de qué manera te entretienen o qué o por qué te gusta?

**Sarah:** Pues nos gustan más las noticias por este más o menos para saber lo que está pasando y así

**En:** ¿Tienes alguna celebridad favorita?

**Sarah:** Luis Miguel, me gusta mucho como canta

**En:** ¿Con quién ves y te gusta platicar de los programas que ves?

**Sarah:** Con mis hijos los veo y me gusta platicar con mi hijo el más chico porque cuando sale algo que esta pasando y él empieza a este a sacar conclusiones y así a platicar es muy este, saca mucho análisis.

**En:** ¿Utilizas internet, con qué frecuencia?

**Sarah:** Ya en las tardes cuando regresamos del trabajo y de la escuela mi hijo

**En:** ¿Te resultará sencillo o difícil de utilizar y porque?

**Sarah:** Pues lo básico para mí se me hace sencillo

**En:** ¿Te resulta que es accesible o inaccesible económicamente utilizarlo?

**Sarah:** Mmm pues no es tan caro ahorita

**En:** ¿Te resulta accesible o inaccesible en cuanto a conocimiento tecnológico del mismo para utilizarlo?

**Sarah:** Pues me resulta accesible, no es tan difícil de usar.

**En:** ¿Qué tipo de páginas web le gusta consultar y por qué?

**Sarah:** Nada más consultó el mmm, bueno pues es que yo casi no lo uso sino más bien mis hijos, cuando yo lo uso veo whatsapp e informaciones de recetas de cocina, tutoriales en youtube, entonces las aplicaciones que uso son whatsapp y you tube.

**En:** ¿Qué disfrutas más hacer ver la tele o usar internet?

**Sarah:** Mmm a veces usar Internet, creo que las dos cosas porque los dos te dan información pero mmm porque hay más variedad en Internet y la tele por las noticias es como más cercana a la realidad

**En:** ¿Qué te gusta hacer para distraerte y para divertirte y con quién te gusta hacer esas actividades?

**Sarah:** Con mis dos hijos salimos los fines de semana, los sábados cuando regreso de trabajar salimos a pasear con los perritos y en el parque y así.

**En:** ¿Te gusta caminar correr o hacer ejercicio?

**Sarah:** Sí caminar para distraerse un ratito

**En:** ¿Asistes alguna clase de baile o algo por el estilo?

**Sarah:** No

**En:** ¿Cómo te sientes viviendo en tu colonia y qué tal esta vida con tus vecinos?

**Sarah:** Muy bonita, es muy bonita la convivencia con los vecinos hasta ahorita aunque ahorita seguridad ahorita no, está muy complicada la seguridad.

**En:** ¿Sueles reunirte para hacer cosas con tus vecinos o más bien con la familia?

**Sarah:** Con la familia, nos gusta platicar solemos sentarnos a platicar cada mes.

**En:** ¿Cuándo sales a pasear qué tipo de lugares les gusta visitar?

**Sarah:** El cine y el parque

**En:** ¿Tienes algún tipo de incentivo económico por parte del gobierno o de alguna dependencia?

**Sarah:** No ninguno

**En:** ¿Tiene alguna fiesta patronal en tu comunidad y con quién te gusta asistir?

**Sarah:** Pues el 2 de febrero día de la candelaria voy con mis hijos

**En:**¿Te gusta la política y te interesa mantenerte al tanto informado de lo que sucede en el tema?

**Sarah:** Pues ahorita si antes no me interesaba, ahorita estoy interesada porque te digo que mi hijo está más involucrado, muy metido en eso.

**En:**¿Votas en las elecciones y participación alguna campaña electoral?

**Sarah:** Nada más las votaciones

**En:**¿Pertenece a alguna organización política gubernamental?

**Sarah:** No

**En:**¿Cuál consideras que es tu labor como ciudadana y qué crees que debes de hacer para cumplir con lo que te toca como tal?

**Sarah:** Este pues respetar a los demás, este y ayudar este ahorita por ejemplo como está la delincuencia peor, pues ayudar este por ejemplo si están asaltando a una persona, bueno yo soy de esas personas que creo que se debe ayudarle y no quedarte callada sino denunciar.

**En:**¿Consideras que te involucra en la vida política de tu comunidad o fuera de tu comunidad?

**Sarah:** Sí fuera de comunidad, platicando con la familia sobre los problemas y política.

**En:**¿Cómo crees que podrías llamar a alguien que es un buen ciudadano en su país en su en tu ciudad y cómo consideras que cumple para que el gobierno pueda lograr sus objetivos?

**Sarah:** Más que nada que cumplan con, con lo que se prometió y éste y como te digo ayudar a la gente que lo necesita, y bueno por ejemplo un buen ciudadano sería por ejemplo el jefe de calle se puede decir, que estoy cumpliendo con lo que le pide el gobierno

**En:**¿En base a tu respuesta anterior tú crees que cumples con eso y por lo tanto eres una buena ciudadana?

**Sarah:** Pues yo sí me considero una buena ciudadana

**En:**¿Consideras que tu participación es indispensable para el gobierno y que realmente hace alguna diferencia en la toma de decisiones y en la forma de que gobiernan los gobernantes?

**Sarah:** Pues si, creo que si

**En:**¿Consideras que tu opinión es tomada en cuenta y qué es importante para que se le haga saber a sus gobernantes?



**Sarah:** Pues yo digo que sí tenemos un problema y si no lo resuelven es que si no están tomando en cuenta, si no pues no más nos están dejando por voto. Pero ahorita si nos toman en cuenta y si es importante que nos escuchen.

**En:**¿Estás involucrado en algún asociación de tu comunidad?

**Sarah:** No

**En:** Sobre el gobierno anterior ¿Cómo consideras que fue su desempeño y si te trajo algún beneficio o perjuicio?

**Sarah:** Pues no esté, pues es que todos han sido malos, pero bueno lo que pasa en el anterior, siento que ahorita hay más, se soltó más la delincuencia que antes, antes todavía estábamos hace un poquito más, osea podía salir a la calle o cosas y ahora ya es más difícil salir. Y no me trajo ningún beneficio, fue un gobierno regular.

**En:** Sobre el nuevo gobierno, ¿Cómo consideras que se ha desempeñado hasta ahora y si te ha traído algún nuevo beneficio o más bien perjuicios que no había antes?

**Sarah:** No está muy mal ahorita el gobierno que tenemos porque éste ha quitado muchas ayudas y éste y hay muchísima delincuencia, demasiada.

**En:**¿Consideras que puede ser buen gobierno?

**Sarah:** Pues yo creo que si, si él ve este los problemas que tiene la comunidad puede ser buen gobierno pero si lo dejan nada más así, pues no.

**En:** ¿Tú contaste con el programa PROSPERA y en caso de que no, porque no?

**Sarah:** No, no conté con él porque, no porque es este era muy este cómo se llama? Osea llevamos papeles y era muy difícil tener el programa.

**En:**¿Cuentas con el nuevo programa de becas de AMLO?

**Sarah:** Si, nada más mi hijo de la prepa pero ya no se la están dando porque entro a la Universidad y ahí no hay programa de ayuda. Pero si tuvo dos veces el otro.

**En:**¿Qué opinas de este nuevo programa?

**Sarah:** Pues yo siento que este , que está bien que les den una ayuda a los estudiantes porque antes era muy difícil que les dieron este su beca y es una buena ayuda para ellos para sus cosas que les piden en la escuela. y pues me ha traído beneficios en lo único que hemos tenido de él que es la beca y ayudaba a comprar sus útiles y sus cosa que él necesitaba.

**En:**¿Qué te gustaría que pasara ahora respecto al nuevo programa y al nuevo gobierno?

**Sarah:** El gobierno que éste, que se dedicaran más a que no hubiera tanta delincuencia y el nuevo programa de becas que le siga ayudando a los estudiantes más que nada.

**En:** ¿Qué crees que realmente pase respecto a el nuevo programa y al nuevo gobierno?

**Sarah:** Mmmm la verdad no sé qué vaya a pasar con nuestro gobierno.

**En:** ¿Crees que el nuevo gobierno te permite tener una mayor y mejor participación en el mismo y que realmente se te toma en cuenta?

**Sarah:** Pues estamos igual que en el anterior entonces no creo mucho que se tome en cuenta tampoco. No tengo muchas expectativas del nuevo gobierno, pienso que estamos peor que antes porque ha quitado muchas, cómo se llama? muchas ayudas a los deportistas a los enfermos de cáncer, y les agarra y da a los que no se merecen por ejemplo los niños que no trabajan que no estudian, yo siento que está muy mal ahí, no está enfocado en lo que debería de estar.

Muchas gracias

Gracias

## **Entrevista 7**

### **Luz María Jiménez González NO PROSPERA**

Entrevistador: Karla Melgoza Rodríguez

Entrevistada: Luz María Jiménez González

**En:** ¿Cual es tu nombre?

**Luz:** Luz María Jiménez González

**En:** ¿Cuántos años tienes?

**Luz:** 51

**En:** ¿En dónde vives?

**Luz:** En San Cristóbal Huixquilucan

**En:** ¿Cuál es tu estado civil?

**Luz:** Divorciada

**En:** ¿Hasta qué grado llega la escuela?

**Luz:** Secundaria

**En:** ¿ A qué te dedicas?

**Luz:** Trabajo doméstico, este empleada doméstica

**En:**¿De dónde vienen sus ingresos?

**Luz:** De mi , nada más de mi, mi esposo no me apoya, nada más yo

**En:**¿Qué te gusta hacer en tu tiempo libre?

**Luz:** Leer, cantar y caminar

**En:**¿Cuál es tu rol o papel en tu familia?

**Luz:** Ama de casa y trato de ser amiga de mis hijos

**En:**¿Cómo se conforma tu familia?

**Luz:** Mis dos hijos y yo, tengo 2 hijos

**En:**¿Cómo es la convivencia en familia?

**Luz:** Pues cómo trabajan ellos y estudian el ratito que tenemos si son 15 minutos platicamos , pero si es buena

**En:**¿Qué tipo de actividades te gusta hacer sola?

**Luz:** Mmmm descansar

**En:**¿Qué tipo de actividades te gusta hacer con amigas?

**Luz:** Cantar bailar y tomarnos unos tequilitas

**En:** Puedes describirme un día cualquiera de tu vida

**Luz:** Pues me levanto, hago el desayuno de mis hijos, lavó mis trastes de la verdad yo, me vengo al trabajo camino media hora de camino para llegar a mi trabajo, empiezo con mi rutina de mi trabajo siempre y luego salgo, camino otra a media hora, llego a mi casa, descanso un ratito, me pongo a hacer su comida de mis hijos para otro día y medio le doy una recogidita, me baño y a dormir, bueno antes espero a mis hijos que uno llega a las 9:30 y el otro llega a las 10:00 cenamos pero cenan ellos ya después pero yo les gano ya platicamos un rato y me acuesto a las 11:30 cuarto para las doce.

**En:** Ahora puedes escribirme un día de fin de semana

**Luz:** El sábado salgo del trabajo bueno lo mismo, me levanto mi hora de levantarme es 5:15, tiendo mi ropa porque ya desde un día antes lavé, preparó su desayuno, me preparo para venirme a trabajar y la misma rutina de caminar llego, hago mi trabajo salgo, pero ya ese es un día especial porque es cuando convivo más con mis dos hijos, comemos los tres juntos, ya nos quedamos de vernos y vamos a algún lugar a comer y después vamos al cine, ya esté en la noche igual regresamos y platicamos un ratito, nos bañamos y a acostarnos

**En:** ¿Te encuentras involucrada en alguna organización de tu comunidad o de escuela de padres de familia o algo del estilo?

**Luz:** No

**En:** ¿Eres devota de alguna religión?

**Luz:** No devota ni practicante, pero si creyente, católica pero no le dedico casi tiempo.

**En:** ¿Ves televisión?

**Luz:** No nada, por lo regular veo mis películas de Netflix pero en televisión no nada

**En:** ¿Por cuánto por cuanto tiempo ves televisión?

**Luz:** No veo

**En:** ¿Buscas informarte sobre lo que pasa en el mundo y en el país?

**Luz:** Sí, me informo por el celular, el Google

**En:** ¿Usas televisión para distraerte de tu vida diaria?

**Luz:** No

**En:** ¿Qué tipo de plataformas utilizas?

**Luz:** Netflix nada más

**En:** ¿Con quién sueles ver lo que te gusta ver?

**Luz:** Con mis hijos

**En:** ¿Por qué te gustan esos programas?

**Luz:** Pues como que le veo más interés no veo tantos anuncios que no vienen al caso me gusta ver una película, si es una película pues de corrido

**En:** ¿Cómo te identificas con esos programas que te gusta ver de qué manera te entretienen?

**Luz:** Pues no osea me gusta nada más verlos, me gustan mucho las películas de caricaturas yo creo que a pesar de la edad que tengo no he dejado de interesarme, no me gusta ver películas de terror y eso no, porque soy muy miedosa pero me encanta ver estas princesas, me encanta las caricaturas de antes me encantan las de caricaturas de niños

**En:** ¿Te identificas con alguno de los personajes o tienes algún favorito?

**Luz:** Mmmm si me gusta la de Toy Story cómo que esa película me da ternura y esta esa sí les deja mucho de esto a los niños a los jóvenes de ver que no deben de maltratar a sus juguetitos

**En:**¿Con quién con quién te gusta platicar esos programas?

**Luz:** Con ellos con mis hijos

**En:**¿Utilizas internet?

**Luz:** Sí, todos los días, todo el tiempo

**En:**¿Te resulta difícil o fácil de utilizar?

**Luz:** Uy sencillo ya nos solucionaron la vida

**En:**¿Te resilta accesible o inaccesible económicamente utilizarlo?

**Luz:** Pues no se me hace caro porque tengo mi teléfono y tengo el internet y el teléfono en si ya no lo utilizamos para que tenemos celulares pero lo dejó por alguna emergencia

**En:**¿Te resulta accesible o inaccesible en cuanto a conocimiento de tecnológico?

**Luz:** Pues accesible

**En:**¿Qué tipo de páginas sueles consultar y por qué?

**Luz:** Pues me gusta consultar las recetas, me gusta estar al día de las nuevas recetas recetas, me gusta ver este, este reflexiones me encanta verla reflexiones me han ayudado como quien dice a salir del duelo, me gusta este chatear en WhatsApp o en Facebook cuando me suben alguna foto o alguna anécdota me gusta estar compartiendo, me gusta pues veo muchas páginas en el Facebook pero más me encanta me gusta la de cocina

**En:**¿Qué aplicaciones usas?

**Luz:** Facebook, WhatsApp el Google, You Tube

**En:**¿Qué te gusta más ver televisión o utiliza Internet?

**Luz:** Pues ver televisión no me gusta porque pues ya tengo todo en el Internet osea que ya la televisión pasó a segundo grado entonces internet es más fácil y más accesible.

**En:**¿Qué te gusta hacer para distraerte o para divertirte y con quién te gusta hacer esas actividades?

**Luz:** Que me gusta hacer para mmm pues compartir un fin de semana agradable con mis hijos salimos un rato, un heladito y vamos a comer y luego al cine de repente y luego me gusta convivir con mis amigas, con mis hermanos platicar un ratito

**En:**¿Te gusta caminar correr o hacer ejercicio?

**Luz:** Mmm no, bueno después caminamos mucho y si me gusta porque ya nos acostumbramos y aunque no viniera a trabajar caminaba 10 15 minutos pero ahora me gusta más caminar porque como que te relaja se te quita el estrés

**En:** ¿Asistes alguna clase de baile o algo por el estilo?

**Luz:** No

**En:** ¿Cómo te sientes viviendo en tu colonia y qué tal es la vida con tus vecinos?

**Luz:** Pues tranquilo, tranquilo me llevo bien con los vecinos no me gusta tener problemas con nadie y si me siento segura viviendo ahí

**En:** ¿Sueles reunirte para hacer cosas con tus vecinos o más bien las haces con tu familia?

**Luz:** No con los vecinos no, no esté no nos reunimos para hacer algo así en especial y si tenemos algo planeado pues sí con mi familia

**En:** ¿Qué tipo de cosas te gusta hacer y qué tan a menudo las hacen?

**Luz:** Mmm me encanta pues regar las plantas de mi mamá, limpiárselas para que se vea bonito y con mis hijos pues platicamos paseamos a la perrita la bañamos

**En:** ¿Cuando salen a pasear, qué tipo de lugares visitan?

**Luz:** Pues con mis dos hijos cuando se puede que tienen oportunidad en su trabajo y pues por lo regular vamos al cine es donde podemos ir nada más

**En:** ¿Tienes algún tipo de incentivo económico por parte del gobierno o de alguna dependencia?

**Luz:** No

**En:** ¿Tienes alguna fiesta patronal y a la que asistas?

**Luz:** No

**En:** ¿Te gusta la política y te interesa mantenerte informado de lo que sucede en el tema?

**Luz:** No, no me gusta, si voto pero no participo en nada

**En:** ¿Eres parte de alguna organización política o de gobierno?

**Luz:** No

**En:** ¿Cuál consideras que es tu labor como ciudadana y qué crees que debes de hacer para cumplir con lo que te toca como tal para tener un mejor gobierno?

**Luz:** Pues voto por qué tenemos que dar el voto pero en sí pues no estoy de acuerdo en muchas cosas pero como por lo regular pues no se nos toma en cuenta, mi labor como ciudadana es emitir mi voto

**En:** ¿Consideras que te involucras en la vida política de tu comunidad o fuera de ella? **Luz:** Realmente no estoy involucrado en eso

**En:** ¿Cómo crees o cómo le llamarías tú alguien que consideras es un buen ciudadano?

**Luz:** Pues una persona debe ser honesta escuchar a la gente y más que nada este ayudar pero a quien lo merece no hay quien no lo merece, y sobre todo que sea honesto

**En:** ¿En base a tu respuesta anterior tú consideras que cumples con eso y por lo tanto eres una buena ciudadana?

**Luz:** No bueno que siento que, que en nosotros está hacer el cambio pero no nos dejan, pero yo si creo que soy buena ciudadana y cumplo con lo que me toca que es pues emitir mi voto e involucrarnos más en los problemas de nuestra comunidad y no dejar igual todo al presidente el gobernador a todos pero es como te digo no nos dejan

**En:** ¿Consideras que tu participación es indispensable para el gobierno y que realmente hace alguna diferencia en la toma de decisiones y la forma de gobernar?

**Luz:** No, porque pues a nosotros nada más lo que utilizan en nuestro voto pero no escuchan

**En:** ¿Consideras que tu opinión es tomada en cuenta y qué es importante que se le haga saber a los gobernantes?

**Luz:** Debería, pero no se nos toma en cuenta

**En:** ¿Estás involucrada en alguna asociación política o de gobierno?

**Luz:** No

**En:** Cuéntame sobre el gobierno anterior ¿Cómo consideras que se desempeñó?

**Luz:** Pues x, como dicen los chavos jaja, nada más éste como te digo damos nuestra voto te vas a tu casa y ya no volvemos a saber qué es lo que hace que es lo que no hace nos enteramos porque llegan a salir alguna noticia de que hizo eso, pero en sí ayudar al país no, y considero que fue un gobierno regular no me trajo ningún beneficio o perjuicio

**En:** Ahora sobre el nuevo gobierno ¿Cómo consideras que se ha desempeñado hasta ahora y si te ha traído algún beneficio o más bien perjuicios que no tenías antes?

**Luz:** Pues creo que es, es fatal no estoy eh, no no sea no no estoy a favor ni en contra pero pues supuestamente iba a haber un cambio para todos pero hay más delincuencia, hay más robos, hay más hambres, no nos está ayudando en nada nos está perjudicando muchísimo

**En:** ¿Consideras que puede ser un mejor gobierno cómo y por qué?

**Luz:** Pues debería de serlo porque él esperaba esta oportunidad y ya que se la dieron está echando en saco roto todas las promesas que no hizo

**En:** ¿Tú contaste con el programa próspera, en caso de que no, por qué no?

**Luz:** No nunca porque supuestamente se los dan a las personas este más necesitadas pero es pues como siempre yo he visto lo de próspera se las dan a las personas que son allegadas a las que están en trabajando en Palacio en gobierno o sea solamente familiares y a nosotros nunca nos dieron ninguna ayuda

**En:** ¿Cuentas con el nuevo programa de becas de amlo?

**Luz:** No tampoco, tampoco ninguna ayuda, si aplicamos pero no no la dieron

**En:** ¿Qué opinas de ese nuevo programa?

**Luz:** Pues eso es bueno y es malo porque les quita las intenciones a los muchachos de estudiar porque saben que ya tienen ese dinero seguro pero ahh también está ayuda a los que no les gusta estudiar, les facilitó la vida a esa becas es más que nada para los ninis los hizo más ninis y a mi no me dio ningún beneficio

**En:** ¿Qué te gustaría que pasara ahora respecto a ese programa o los nuevos programas y al nuevo gobierno?

**Luz:** Que se los de los chavos que de verdad se lo merezcan y que, que él vea a los chavos que están necesitados pero con buen promedio son los que se lo merecen, pero no a todos

**En:** ¿Qué esperas que pase realmente respecto al nuevo gobierno y a los nuevos programas?

**Luz:** Creo que nos está defraudando y no quiero que pase lo que Venezuela, que pues yo creo que sí puede pasar, así como vamos yo creo que si, simplemente estamos viendo el caso de los niños con cáncer les quitó sus medicamentos y eso no, no se vale

**En:** ¿Tú crees que el nuevo gobierno te permite tener una mayor y mejor participación en el mismo y que realmente se te toma en cuenta para que colabores con él?

**Luz:** No no nos toman en cuenta no veo ningún cambio.

Pues muchas gracias

## **Entrevista 8**

### **Araceli Patiño Juárez NO PROSPERA**

*Entrevistador: Karla Melgoza*

*Entrevistado: Araceli Patiño Juárez.*

**E:** ¿Cuál es tu nombre?

**Araceli:** Araceli Patiño Juárez



**E:** ¿Qué edad tienes?

**Araceli:** 37

**E:** ¿En dónde vives?

**Araceli:** San Cristóbal, Texcalucan

**E:** ¿Cuál es tu estado civil?

**Araceli:** Casada.

**E:** ¿Hasta qué grado llegaste en la escuela?

**Araceli:** Preparatoria.

**E:** ¿A qué te dedicas?

**Araceli:** Al hogar.

**E:** ¿No tienes empleo?

**Araceli:** No, por el momento no.

**E:** ¿Tus ingresos vienen de parte de tu esposo?

**Araceli:** Así es.

**E:** ¿Qué haces en tu tiempo libre?

**Araceli:** Clases de zumba.

**E:** ¿Cuál es tu rol?

**Araceli:** Ama de casa.

**E:** ¿Cómo se conforma tu familia?

**Araceli:** Mi esposo y mis dos hijos.

**E:** ¿Cómo es tu convivencia en familia?

**Araceli:** Soy casi más yo y mis hijos lo llevo a clase de computación.

**E:** ¿Cómo es la convivencia con los vecinos?

**Araceli:** Muy cordial sin problema alguno.

**E:** ¿Que clases de actividad te gusta hacer sola?

**Araceli:** Leer libros, escuchar música.

**E:** ¿Qué tipo de actividades te gusta hacer con tus amigas?

**Araceli:** Salir con los hijos al parque.

**E:** ¿Puedes describirme tu día?

**Araceli:** Me levanto a las 6:00 a.m. a hacer de desayunar, si me toca clase de zumba me traigo a mi hija; regreso a hacer de comer para mis hijos, antes paso por mi hijo, comemos juntos; procuro que se duerma mi hija para hacer tarea con mi hijo; en la tarde los baño.

**E:** ¿Ven la tele los hijos?

**Araceli:** Si, los dejo ver dos o tres programas y yo no tengo tiempo.

**E:** ¿Puede describirme su fin de semana?

**Araceli:** sábado es ir al catecismo y hago mis actividades, limpieza general de la casa, el domingo ir a misa por el sello, hacer la despensa.

**E:** ¿Se encuentra en alguna organización de comunidad?

**Araceli:** No, no tengo tiempo.

**E:** ¿Es devoto practicante de alguna religión?

**Araceli:** Católica.

**E:** ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana?

**Araceli:** Los fines de semana sábado una hora y el domingo una hora la de misa.

**E:** ¿No ve televisión?

**Araceli:** Muy esporádicamente, poca.

**E:** ¿Qué tipo de programas?

**Araceli:** *Master chef*, de retos como *Exatlón*, muy esporádicamente.

**E:** ¿No ve novelas, como la *Rosa de Guadalupe*?

**Araceli:** Pocas veces, como cuando plancho.

**E:** ¿Busca informarse con lo que pasa en su país?

**Araceli:** Sí, por ejemplo, las mañanas, escucho en la radio.

**E:** En el radio, pero no en la tele.

**Araceli:** Sí.

**E:** ¿Qué tipo de plataformas tiene?

**Araceli:** Cable.

**E:** ¿Usted no ve algo con sus hijos?

**Araceli:** A veces vemos alguna película como la de *Mascotas*.

**E:** ¿Qué piensa de los programas que ven sus hijos?

**Araceli:** Pues, por ejemplo, algunos están muy afuera de la realidad, cosas muy absurdas.

**E:** ¿Cómo se identifica con los programas que ve?

**Araceli:** *Parejas inesperadas* me llamo la atención porque había mucha dinámica en pareja y eran como preguntas que me haría con mi propia pareja.

**E:** ¿Tiene algún personaje o celebridad favorita?

**Araceli:** No.

**E:** ¿Con quién acostumbra a ver sus programas favoritos?

**Araceli:** Nadie.

**E:** ¿Con alguien platica esos programas?

**Araceli:** Con mi niño o mi esposo dependiendo el programa.

**E:** ¿Utiliza internet?

**Araceli:** Sí.

**E:** ¿Con mucha frecuencia?

**Araceli:** Sí.

**E:** ¿Le resulta sencillo?

**Araceli:** Sí.

**E:** ¿Es accesible o no?

**Araceli:** Accesible.

**E:** ¿Y en cuanto a conocimiento es accesible o inaccesible?

**Araceli:** Accesible.

**E:** ¿Qué tipo de páginas usa?

**Araceli:** YouTube para manualidades, Facebook.

**E:** ¿Que le gusta más la televisión o internet?

**Araceli:** Internet.

**E:** ¿Por qué?

**Araceli:** Es más variado y como dice mi hijo los comerciales.

**E:** ¿Que le gusta hacer para distraerse?

**Araceli:** Una amiga y yo nos vamos al parque o en la casa o la invito a tomar un café en la casa.

**E:** ¿Le gusta caminar correr o hacer ejercicio?

**Araceli:** Por ejemplo, hacer el ejercicio de zumba.

**E:** ¿Cómo se siente en su colonia con sus vecinos?

**Araceli:** Muy tranquilo y problemas de inseguridad alrededor, se ha convocado juntas, planeaciones de que hacer en caso de problemas de inseguridad.

**E:** ¿Suele reunirse para hacer cosas con sus vecinos?

**Araceli:** No.

**E:** ¿Qué tipo de cosas le gusta hacer y que tan a menudo?

**Araceli:** Reuniones familiares, cumpleaños.

**E:** ¿Cuándo sale a pasear que visitar y con quién?

**Araceli:** Parque La Mexicana, Chapultepec con mis hijos.

**E:** ¿Tiene algún tipo de incentivo de gobierno?

**Araceli:** No.

**E:** ¿Asiste a sus fiestas patronales?

**Araceli:** Sí, una que acaba de pasar en julio una feria para los niños.

**E:** ¿Le gusta la política y estar informada del tema?

**Araceli:** Sí, a cierto punto.

**E:** ¿Usted vota en las elecciones o se une a campañas electorales?

**Araceli:** Solo ejerzo mi voto.

**E:** ¿Es parte de una organización política?

**Araceli:** No.

**E:** ¿Cuál considera que es su labor como ciudadana y que se necesita para tener un mejor gobierno?

**Araceli:** Más que nada, en el caso de la inseguridad, levantar la denuncia.

**E:** ¿Consideras que te involucras en la vida política en tu comunidad y fuera de ella?

**Araceli:** No.

**E:** ¿Cómo se podría decir a alguien que es un buen ciudadano en su ciudad y que consideras que debería hacer para lograr sus objetivos?

**Araceli:** No ser conflictivo, empezando con tus vecinos para empezar; podría uno, por ejemplo, en el caso de salud contando con más doctores, mejor apoyo a salud.

**E:** ¿Tú crees que eres una buena ciudadana?

**Araceli:** Creo que sí.

**E:** ¿Crees que tu participación hace diferencia en la toma de decisiones?

**Araceli:** Sí.

**E:** ¿Tu opinión es tomada en cuenta en toma de decisiones del gobierno?

**Araceli:** No.

**E:** Cuéntame sobre el gobierno anterior desempeño bien o mal y si trajo prejuicios.

**Araceli:** No, no hubo ningún avance por lo que uno escucha en las noticias, muchas estafas y fraudes.

**E:** En cuanto al nuevo gobierno, ¿qué piensa hasta ahora? ¿ha traído prejuicios?

**Araceli:** Siento que apenas está empezando, sí ha habido muchos cambios, pero no sé si para mejorar o empeorar como lo de las guarderías está bastante mal.

**E:** ¿Consideras que será un buen gobierno? ¿Cómo y por qué?

**Araceli:** No, no creo, súper bien no.

**E:** ¿Contaste con Prospera? ¿Por qué?

**Araceli:** No, muy cerrado y solo les avisan a ciertas personas, un núcleo muy cerrado, le dicen al conocido al compadre.

**E:** ¿Cuentas con el nuevo programa de becas de AMLO? ¿Qué opinas?

**Araceli:** No, ni lo conozco. Sí lo he escuchado en la radio.

**E:** ¿Que te gustaría que pasara respecto al nuevo gobierno y al nuevo programa?

**Araceli:** Lo de las becas, que, si no fuera limitada, más apoyo en este caso en el distrito si tienen para uniformes y calzado y en el estado no tenemos eso, los útiles si nos dan.

**E:** En cuanto al gobierno, ¿qué quisieras que pasara?

**Araceli:** Que se acabe los fraudes y la corrupción.

**E:** ¿Qué crees realmente pase tanto el gobierno y el programa?

**Araceli:** No sé, igual siento será muy lento el cambio escucho comentario que los adultos mayores, hicieron todo el proceso y no les dan su pago.

**E:** ¿Crees que el nuevo gobierno te permita tener una mayor participación y se te tome en cuenta?

**Araceli:** Puede ser.

**E:** ¿Por qué?

**Araceli:** Escuché que estaban haciendo en la escuela como becas para los chicos que están estudiando en Prospera.

Gracias

## **Entrevista 9**

### **Julieta Álvarez NO PROSPERA**

*Entrevistador: Karla Melgoza*

*Entrevistado: Julieta Álvarez*

**En:** ¿Cuál es tu nombre?

**Julieta:** Julieta Álvarez.

**En:** ¿Qué edad tienes?

**Julieta:** 25.

**En:** ¿En dónde vives?

**Julieta:** San Cristóbal.

**En:** ¿Cuál es tu estado civil?

**Julieta:** Divorciada.

**En:** ¿Hasta qué grado llegaste en la escuela?

**Julieta:** Preparatoria.

**En:** ¿A qué te dedicas?

**Julieta:** Ama de casa.

**En:** ¿De qué es tu empleo?

**Julieta:** No.

**En:** ¿Tus ingresos?

**Julieta:** Mis papás me ayudan.

**En:** ¿Qué haces en tu tiempo libre?

**Julieta:** Atender mi casa.

**En:** ¿Cuál es tu rol?

**Julieta:** Jefa de familia.

**En:** ¿Cómo se conforma tu familia?

**Julieta:** Papás, mis dos hijos y yo.

**En:** ¿Cómo es tu convivencia en familia?

**Julieta:** Buena, con actividades.

**En:** ¿Cómo es la convivencia con los vecinos?

**Julieta:** Buena.

**En:** ¿Qué clases de actividad te gusta hacer sola?

**Julieta:** Leer, escuchar música, ver la tele.

**En:** ¿Qué tipo de actividades te gusta hacer con tus amigas?

**Julieta:** Platicar.

**En:** ¿De qué platican?

**Julieta:** Sobre la familia, noticias en la ciudad.

**En:** ¿Puedes describirme tu día?

**Julieta:** Me levanto, les hago de desayuno, los llevo a la escuela, hago la comida, voy por los niños a la escuela, ver la televisión un rato, dar de cenar y acostar a los niños.

**En:** ¿Puede describirme su fin de semana?

**Julieta:** Salir a dar una vuelta con mis hijos al parque, de repente vamos a comer, estar en familia.

**En:** ¿Se encuentra en alguna organización de comunidad?

**Julieta:** No.

**En:** ¿Es devoto o practicante de alguna religión?

**Julieta:** No.

**En:** ¿Ve televisión y cuánto tiempo?

**Julieta:** Sí, 2 horas.

**En:** ¿Qué tipo de programas?

**Julieta:** Noticias o creativos, series, canal 2, como la serie de *Políticos y corrupción*.

**En:** ¿Busca informarse con lo q pasa en su país?

**Julieta:** Sí.

**En:** ¿Qué tipo de plataformas tiene?

**Julieta:** Izzi.

**En:** ¿Con quién te gusta ver la tele?

**Julieta:** Con mis papás e hijos.

**En:** ¿Qué piensas de esos programas?

**Julieta:** Cosas que están pasando, como tenemos que prevenirnos: son informativos.

**En:** ¿Cómo te identificas?

**Julieta:** Sirve para darte cuenta para saber quien maneja tu país y qué te esconden.

**En:** ¿Te identificas con los personajes?

**Julieta:** No.

**En:** ¿Tiene algún personaje o celebridad favorita?

**Julieta:** Arjona.

**En:** ¿Por qué?

**Julieta:** Su música me gusta mucho.

**En:** ¿Con quién acostumbra a ver sus programas favoritos?

**Julieta:** Papás e hijos.

**En:** ¿Con alguien platica esos programas?



**Julieta:** Papás.

**En:** ¿Utiliza internet? ¿Y con qué frecuencia?

**Julieta:** Sí, casi todo el día.

**En:** ¿Le resulta sencillo?

**Julieta:** Sencillo.

**En:** ¿Por qué?

**Julieta:** Internet te va guiando.

**En:** ¿Es accesible o no económicamente?

**Julieta:** Inaccesible.

**En:** Y en cuanto a conocimiento, ¿es accesible o inaccesible?

**Julieta:** Accesible.

**En:** ¿Qué tipo de páginas usa?

**Julieta:** Google busca de información, YouTube para música, y redes para estar en contacto uso Facebook, WhatsApp, Instagram.

**En:** ¿Qué le gusta más, la televisión o internet?

**Julieta:** Internet.

**En:** ¿Por qué?

**Julieta:** Encuentras más cosas.

**En:** ¿Qué le gusta hacer para distraerse?

**Julieta:** Salir y platicar con mis amigas.

**En:** ¿Le gusta caminar correr o hacer ejercicio?

**Julieta:** Caminar y hago natación.

**En:** ¿Cómo se siente en su colonia con sus vecinos?

**Julieta:** Me llevo bien con los vecinos y es segura.

**En:** ¿Suele reunirse para hacer cosas con sus vecinos?

**Julieta:** Con mi familia.

**En:** ¿Qué tipo de cosas le gusta hacer y que tan a menudo?

**Julieta:** Salir y a comer y visitar lugares 2 veces al mes.

**En:** Cuando sale a pasear, ¿qué visita y con quién?

**Julieta:** Lugares coloniales.

**En:** ¿Tiene algún tipo de incentivo de gobierno?

**Julieta:** No.

**En:** ¿Asiste a sus fiestas patronales?

**Julieta:** No.

**En:** ¿Le gusta la política y estar informada del tema?

**Julieta:** Sí, me gusta mantenerme informada.

**En:** ¿Usted vota en las elecciones o se une a campañas electorales?

**Julieta:** Sí, solo voto.

**En:** ¿Es parte de una organización política?

**Julieta:** No.

**En:** ¿Cuál considera que es su labor como ciudadana y que se necesita para tener un mejor gobierno?

**Julieta:** No caer en la corrupción como ellos.

**En:** ¿Consideras que te involucras en la vida política en tu comunidad y fuera de ella?

**Julieta:** No.

**En:** ¿Cómo se podría decir a alguien que es un buen ciudadano en su ciudad y que consideras que debería hacer para lograr sus objetivos?

**Julieta:** No romper la ley.

**En:** ¿Tu cree que eres una buena ciudadana?

**Julieta:** Sí.

**En:** ¿Crees q tu participación hace diferencia en la toma de decisiones?

**Julieta:** Sí.

**En:** ¿Por qué?

**Julieta:** Cuando son las votaciones, te toman en cuenta.

**En:** ¿Tu opinión es tomada en cuenta en toma de decisiones del gobierno?

**Julieta:** Sí, para saber que mi colonia está mal.

**En:** Cuéntame sobre el gobierno anterior, ¿se desempeñó bien o mal? ¿Trajo prejuicios o beneficios?

**Julieta:** No trajo ningún beneficio, no se desempeñó como bien, mucho desempleo, mucha falta de economía.

**En:** En cuanto al nuevo gobierno, ¿piensa que hasta ahora ha traído prejuicios?

**Julieta:** Ningún beneficio y no se ha desarrollado bien porque en lugar de ayudar, nos perjudica.

**En:** ¿Consideras que será un buen gobierno? ¿Cómo y por qué?

**Julieta:** Sí, si hubiera más fuentes de trabajo y bajarían los robos y la delincuencia

**En:** ¿Contaste con Prospera? ¿Por qué?

**Julieta:** No, porque nunca se dio mi aplicación.

**En:** ¿Cuentas con el nuevo programa de becas de AMLO? ¿Qué opinas?

**Julieta:** No, no lo tengo. No puedo decir mucho prejuicio porque no lo conozco.

**En:** ¿Qué te gustaría que pasara respecto al nuevo gobierno y al nuevo programa?

**Julieta:** Que tenga palabra.

**En:** En cuánto al gobierno, ¿qué quisieras que pasara?

**En:** ¿Qué crees que realmente pase tanto en el gobierno y el programa?

**Julieta:** Que lo tengamos todos los ciudadanos.

**En:** ¿Crees que el nuevo gobierno te permita tener una mayor participación y se te tome en cuenta?

**Julieta:** No.

**En:** ¿Por qué?

**Julieta:** Porque no he visto ningún resultado.

Gracias.

## **Entrevista 10**

### **Guadalupe Carmona NO PROSPERA**

*Entrevistador: Karla Melgoza*

*Entrevistado: Guadalupe Carmona*

**En:** ¿Cuál es tu nombre?

**Guadalupe:** Guadalupe Carmona.

**En:** ¿Qué edad tienes?

**Guadalupe:** 28.

**En:** ¿En dónde vives?

San Cristóbal

**En:** ¿Cuál es tu estado civil?

**Guadalupe:** Unión libre.

**En:** ¿Hasta qué grado llegaste en la escuela?

**Guadalupe:** Preparatoria.

**En:** ¿A qué te dedicas?

**Guadalupe:** Por el momento, a nada.

**En:** ¿De qué es tu empleo?

**Guadalupe:** Sin empleo.

**En:** ¿Tus ingresos?

**Guadalupe:** Ingresos de mi pareja y de un negocio que tengo.

**En:** ¿De qué es tu negocio?

**Guadalupe:** Vendo comida, dulces.

**En:** ¿Qué haces en tu tiempo libre?

**Guadalupe:** Dedicarlo a mis hijas.

**En:** ¿Cuál es tu rol?

**Guadalupe:** Ama de casa.

**En:** ¿Cómo se conforma tu familia?

**Guadalupe:** Mi esposo, mis tres hijos y yo.

**En:** ¿Cómo es tu convivencia en familia?

**Guadalupe:** Sano y bueno, platicamos y jugamos.

**En:** ¿Cómo es la convivencia con los vecinos?

**Guadalupe:** Buena.

**En:** ¿Qué clases de actividad te gusta hacer sola?

**Guadalupe:** Cantar y un poco el baile.

**En:** ¿Qué tipo de actividades te gusta hacer con tus amigas?

**Guadalupe:** Ir a tomar café, ir a ver una película.

**En:** ¿Puedes describirme tu día?

**Guadalupe:** Me levanto, checar que todo está bien correcto, hago mis labores, veo a mis hijas, hago de desayunar, las meto a bañar, veo mis cosas de mi venta, ayudo a hacer el aseo, luego de nuevo con mis hijas.

**En:** ¿Ven tele?

**Guadalupe:** Casi no veo tele.

**En:** ¿Puede describirme su fin de semana?

**Guadalupe:** Veo a mi esposo, comemos algo diferente a la semana, nos dormimos más tarde.

**En:** ¿Se encuentra en alguna organización de comunidad?

**Guadalupe:** No.

**En:** ¿Es devoto o practicante de alguna religión?

**Guadalupe:** Sí, católica.

**En:** ¿Dedicas mucho tiempo?

**Guadalupe:** No mucho, dos veces a la semana, dos o tres horas.

**En:** ¿Ve televisión y cuánto tiempo?

**Guadalupe:** Poco, máximo 1 hora.

**En:** ¿Qué tipo de programas?

**Guadalupe:** Infantiles.

**En:** ¿Busca informarse con lo que pasa en su país?

**Guadalupe:** Sí.

**En:** ¿De qué manera te informas?

**Guadalupe:** Internet, buscando.

**En:** ¿Qué tipo de plataformas tiene?

**Guadalupe:** Sky, internet.

**En:** ¿Qué tipo de programas en Sky?

**Guadalupe:** Caricaturas, con mis hijos.

**En:** ¿Usted no ve algo con sus hijos?

**Guadalupe:** Caricaturas.

**En:** ¿Qué piensas de esos programas?

**Guadalupe:** No sirven para nada y otros que tienen enseñanza.

**En:** ¿Cómo te identifican y por qué te gustan?

**En:** ¿Te identificas con los personajes? ¿Tiene algún personaje o celebridad favorita?

**Guadalupe:** Minnie.

**En:** ¿Con alguien platica esos programas?

**Guadalupe:** Con mis hijos.

**En:** ¿Utiliza internet? ¿Y con qué frecuencia?

**Guadalupe:** 2 horas al día.

**En:** ¿Le resulta sencillo?

**Guadalupe:** Sí.

**En:** ¿Por qué?

**Guadalupe:** Lo que busco lo encuentro y fácil.

**En:** ¿Es accesible o no económicamente?

**Guadalupe:** Accesible.

**En:** ¿Y en cuanto a conocimiento, es accesible o inaccesible?

**Guadalupe:** Accesible.

**En:** ¿Qué tipo de páginas usa?

**Guadalupe:** Facebook y YouTube, música.

**En:** ¿Qué le gusta más la televisión o internet?

**Guadalupe:** Internet.

**En:** ¿Por qué?

**Guadalupe:** Escucho más música.

**En:** ¿Qué le gusta hacer para distraerse?

**Guadalupe:** Con mis hijas me gusta jugar, vemos pelis.

**En:** ¿Le gusta caminar correr o hacer ejercicio?

**Guadalupe:** Caminar mucho.

**En:** ¿Cómo se siente en su colonia con sus vecinos?

**Guadalupe:** Más tranquilo donde vivía y no tengo una convivencia con mis vecinos, ni bien ni mal.

**En:** ¿Suele reunirse para hacer cosas con sus vecinos?

**Guadalupe:** Con mi familia.

**En:** ¿Qué tipo de cosas le gusta hacer y q tan a menudo?

**Guadalupe:** Con un familiar nos reunimos cada fin de semana y hacemos comida.

**En:** ¿Cuándo sale a pasear que visitar y con quién?

**Guadalupe:** Parques o a plazas, con mi esposo y mis hijos.

**En:** ¿Tiene algún tipo de incentivo de gobierno?

**Guadalupe:** No.

**En:** ¿Asiste a sus fiestas patronales?

**Guadalupe:** No.

**En:** ¿Le gusta la política y estar informada del tema?

**Guadalupe:** No.

**En:** ¿Usted vota en las elecciones o se une a campañas electorales?

**Guadalupe:** Sí.

**En:** ¿Es parte de una organización política?

**Guadalupe:** No.

**En:** ¿Cuál considera que es su labor como ciudadana y que se necesita para tener un mejor gobierno?

**Guadalupe:** Respetar los reglamentos estar informado.

**En:** ¿Consideras que te involucras en la vida política en tu comunidad y fuera de ella?

**Guadalupe:** No.

**En:** ¿Cómo se podría decir a alguien que es un buen ciudadano en su ciudad y que consideras que debería hacer para lograr sus objetivos?

**Guadalupe:** Una persona recta.

**En:** ¿Tú crees que eres una buena ciudadana?

**Guadalupe:** No al 100%, pero trato de cumplir mi parte.

**En:** ¿Crees que tu participación hace diferencia en la toma de decisiones?

**Guadalupe:** Una sola persona no puede hacer cambios.

**En:** ¿Tu opinión es tomada en cuenta en toma de decisiones del gobierno?

**Guadalupe:** No, las personas no tenemos el poder para que nos escuchen.

**En:** Cuéntame sobre el gobierno anterior, se desempeñó bien o mal y si trajo prejuicios o beneficios.

**Guadalupe:** Ningún buen trabajo, ni trajo algo positivo.

**En:** En cuanto al nuevo gobierno, ¿que piensa hasta ahora, ha traído prejuicios?

**Guadalupe:** Tampoco está haciendo un buen trabajo, no me ha dejado nada bueno ni nada malo.

**En:** ¿Consideras que será un buen gobierno? ¿Cómo y por qué?

**Guadalupe:** No creo que sea un mejor gobierno porque no creo que lo que esté haciendo sea correcto.

**En:** ¿Contaste con Prospera? ¿Por qué?

**Guadalupe:** No.

**En:** ¿Cuentas con el nuevo programa de becas de AMLO? ¿Qué opinas?

**Guadalupe:** Está bien mientras ayuden a la juventud, que sean personas que lo merezcan.

**En:** ¿Que te gustaría que pasara respecto al nuevo gobierno y al nuevo programa?

**Guadalupe:** Que el gobierno hiciera un cambio erradique la corrupción y mal funcionamiento de la policía y de los gobernantes; que no se tomaran en cuenta que volvieran a hacer el estudio.



**En:** ¿Crees que el nuevo gobierno te permita tener una mayor participación y se te tome en cuenta?

**Guadalupe:** No creo.

**En:** ¿Por qué?

**Guadalupe:** Porque nuestra opinión no se toma en cuenta.

Gracias