

2007

Análisis del impacto cultural e ideológico de la serie Grey's Anatomy: Estudio de caso en el área metropolitana de Monterrey

Luz María Leal

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey

Paula Bongiovanni

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey

Samira G. González

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey

Violeta Morales

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey

Karla Saucedo

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey

Follow this and additional works at: <https://rio.tamiau.edu/gmj>

Recommended Citation

María Leal, Luz; Bongiovanni, Paula; G. González, Samira; Morales, Violeta; and Saucedo, Karla (2007) "Análisis del impacto cultural e ideológico de la serie Grey's Anatomy: Estudio de caso en el área metropolitana de Monterrey," *Global Media Journal México*: Vol. 4 : No. 8 , Article 7. Available at: <https://rio.tamiau.edu/gmj/vol4/iss8/7>

This Article is brought to you for free and open access by Research Information Online. It has been accepted for inclusion in Global Media Journal México by an authorized editor of Research Information Online. For more information, please contact benjamin.rawlins@tamiau.edu, eva.hernandez@tamiau.edu, jhatcher@tamiau.edu, rhinojosa@tamiau.edu.

ANÁLISIS DEL IMPACTO CULTURAL E IDEOLÓGICO DE LA SERIE *GREY'S*
***ANATOMY*: ESTUDIO DE CASO EN EL ÁREA METROPOLITANA DE**
MONTERREY

Autores:

Paula Bongiovanni

Samira G. González

Violeta Morales

[Luz María Leal](#)

Karla Saucedo

[Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Monterrey](#)

Cátedra en Medios Audiovisuales y Globalización en América del Norte (Centro de Investigación en Comunicación e Información del campus Monterrey, CINCO). Línea de investigación de identidades culturales y procesos de consumo y apropiación de mensajes comunicativos en América del Norte.

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es identificar las apropiaciones culturales e ideológicas que posiblemente han hecho algunas telespectadoras mexicanas que habitan en la zona metropolitana de Monterrey, tras haber visto la serie televisiva norteamericana *Grey's Anatomy* (temporadas 1 y 2). Se trata de una exploración cuyo diseño metodológico es cualitativo, específicamente a través de estudios de caso y entrevistas a profundidad de cinco mujeres, divididas en dos rangos de edad (22-25 y 33-37 años).

Se encontró que las entrevistadas, lejos de interiorizar directamente lo producido por la televisión, ven y buscan información que consideran confiable, o lo comparan con las situaciones que ya les ha tocado vivir y construyen su propio cuadro de la realidad. También se identificó que las televidentes consumen la serie *Grey's Anatomy* con fines de entretenimiento, descartando que exista algún proceso de aprendizaje; asimismo se encontró que existe un estado de alerta que incita a las espectadoras a seguir el hilo de la serie sin perder rastro de ningún capítulo. Otro hallazgo realizado concierne a la posible identificación de las entrevistadas con algún personaje de la serie; en este sentido, sus identidades no se han definido por el consumo de *Grey's Anatomy*; contrariamente, son las vivencias previas las que van determinando el valor que le otorgan a cada uno de los personajes, es decir, lejos de definirse a través de la serie, reafirman sus identidades propias.

Palabras clave: Series televisivas, identidad, apropiación, ideología

ABSTRACT

The main purpose of this research is to identify the cultural and ideological adoptions that have probably been made by some female television viewers who live within the Metropolitan area of Monterrey, Mexico, after being exposed to the medical television show Grey's Anatomy (Seasons 1 and 2). This is an explorative study which's methodological design is qualitative, specifically through case studies and deep interviews that were made to five women, who were divided into two age ranges: 22 to 25 and 33 to 37 years old.

It was found that the interviewees, instead of interiorizing directly what was shown by the television, they tend to search information that they qualify as trustable and also evoke past experiences to put side by side them later with what they have watched; this way, they build their own structure of reality. It was also identified that this five television viewers consume Grey's Anatomy because it entertains them, pointing out that there's no learning process taking place while they are watching it.

On the other hand, this study established that these women were immersed in an attentive/alert state while they were enjoying the program, which provokes them to anxiously wait until the next chapter is released. Finally, another finding refers to the possible construction of the interviewees identities based on their possible identification with any of the characters appearing in Grey's Anatomy; it was revealed that there isn't such a relationship between what they watch in the program and the construction of their identities; in fact, the interviewees affirm that their identities are constructed based on their personal experiences, not because of something they adopt from the television.

ÍNDICE

	Pág.
Introducción	1
CAPÍTULO 1. Planteamiento del problema	2
CAPÍTULO 2. Marco teórico	4
CAPÍTULO 3. Descripción metodológica	14
CAPÍTULO 4. Resultados	17
CAPÍTULO 5. Interpretación de resultados	36
Conclusiones	44
Referencias bibliográficas	47
Anexos	
Anexo 1. Instrumento de investigación	49
Anexo 2. Entrevistas	52
Anexo 3. Tabla: síntesis de datos de las entrevistadas	104

INTRODUCCIÓN

Durante la última década, la expansión de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías de información, han generado que el público mexicano entre en contacto con los medios y contenidos extranjeros, en especial los norteamericanos. Desde la década de los ochenta, los programas de entretenimiento y series de naturaleza cómica y dramática provenientes de Estados Unidos han ocupado importantes lugares en la programación de la televisión mexicana y poco a poco han ido influyendo a la cultura de esta nación.

Programas de ficción basados en la vida de los médicos, enfermeras y pacientes de corte dramático han sido, desde la década de los setenta, motivo de éxito televisivo. El mostrar el estrés y los conflictos propios de hospitales ha atraído a los televidentes de diversas edades gracias a su realismo, por lo que series como *Quincy* y *E.R. (Emergency Room)*, han ocupado lugares estelares de la televisión americana y ha traspasado fronteras.

Este trabajo es producto de una investigación derivada de la Cátedra en Medios Audiovisuales y Globalización en América del Norte, en el Centro de Investigación en Comunicación e Información del campus Monterrey (CINCO), dentro de la línea de investigación de identidades culturales y procesos de consumo y apropiación de mensajes comunicativos en América del Norte.

El estudio se divide en varias secciones. Primero, se plantea la situación y el contexto en que se va a observar el problema. Enseguida, se encuentra establecido un marco teórico que ayudará a comprender el problema observado. Luego, se describe el diseño metodológico seguido que acerca al lector con el estudio del problema, para después presentar los resultados obtenidos y su análisis estructurado en categorías que se establecieron a partir del marco teórico y de la información recabada.

CAPÍTULO 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El propósito que se persigue con esta investigación, es explorar el impacto cultural e ideológico que la serie televisiva norteamericana *Grey's Anatomy* (temporadas 1 y 2) ha tenido en algunas telespectadoras mexicanas que habitan en la zona metropolitana de Monterrey. Además, se desea establecer cuáles son las lecturas que realizan las consumidoras de esta serie y descifrar si existen niveles de apropiación del contenido o de los personajes. Para esto, es necesario ejecutar primero un análisis general del contenido de la serie y la estructura de la misma, en la que se identifiquen los estereotipos presentes en cada personaje, así como de la audiencia particular a la que se dirige.

La serie televisiva *Grey's Anatomy* surge en marzo de 2005, concebida inicialmente para durar sólo una temporada en la cadena ABC; sin embargo, dado su éxito, los directivos deciden continuar con la serie e integrarla a la programación de *Sony Entertainment*. La serie *Grey's Anatomy* es una comedia con tintes dramáticos que se desarrolla en el reconocido Hospital *Seattle Grace* y que narra las vidas de cinco jóvenes recién licenciados en medicina que comienzan un exigente periodo de pruebas en el Hospital, mismo que tiene uno de los entrenamientos más duro del país. Con una mezcla de intrigas amorosas entre los personajes y los casos médicos del día a día, transcurre el primer año como médicos residentes de los personajes principales: Meredith Grey (Ellen Pompeo), Cristina Yang (Sandra Oh), Izzie Stevens (Catherine Heigl), George O'Malley (T.R. Knight) y Alex Karev (Justin Chambers).

En la zona metropolitana de Monterrey, la serie *Grey's Anatomy* ha tenido un impacto en términos de *rating* en los sistemas de paga. Sus dos temporadas demuestran una presencia constante en el plano televisivo, pero es una incógnita el impacto que tiene en los consumidores regiomontanos en términos ideológicos y culturales. Ignoramos, por ejemplo, qué percepción se tiene respecto a la serie, qué influencia cultural deja la serie a la audiencia mexicana, cuál es el proceso de apropiación de los elementos culturales que se da en la audiencia respecto a la serie.

Sería un error creer que las series televisivas funcionan como una simple opción de entretenimiento. Éstas están diseñadas para entretener, cierto, pero también

continuamente están construidas para transmitir “mensajes” a la audiencia a la que están dirigidas. Los productores de las series admiten los elementos del contenido persuasivo que existe dentro del entretenimiento que proveen. Estos productores formulan y presentan intencionalmente ciertos valores o atributos sociales como más deseables que otros. En este sentido, ciertos personajes y desarrollo de tramas o historias están diseñados para presentar y/o reforzar algunos valores, atributos sociales y juicios de valor específicos y no otros (e.g., Blandford, 1989; Efron, 1974; Miller, 1990; Newcomb & Alley, 1983; O'Connor, 1984; O'Connor, 1988).

En su libro “Interpretación de las Culturas”, Clifford Geertz (1988) plantea que el concepto de cultura es esencialmente semiótico, es decir, el hombre es un ser inserto en tramas de significación que él mismo ha ido tejiendo. El análisis de la cultura debe ser de forma interpretativa y en busca de significaciones. Es aquí donde surge la necesidad de conocer los efectos que la serie *Grey's Anatomy* ha tenido en la audiencia televisiva. Ha sido galardonada en numerosas oportunidades, obteniendo -entre otros- un Globo de Oro por ser considerada la mejor serie televisiva en el género dramático. Esto desemboca en una inquietud que siente este equipo por intentar descifrar en qué radica dicho éxito, cuáles serán las razones que motivan a los telespectadores a ver la serie y lo más importante, qué lectura ideológica y cultural hace el televidente de este tipo de programas televisivos.

Estudios de esta naturaleza nos acercan al conocimiento empírico de los procesos mediante los cuales las audiencias regiomontanas discuten o se apropian de los contenidos culturales de algunas series.

Por lo anterior, las preguntas que se pretenden responder con esta investigación son: ¿Cómo influye la serie *Grey's Anatomy* en el desarrollo de la cultura o la identidad? ¿Existe algún proceso de apropiación de mensajes? Y de ser así, ¿En qué consiste el proceso de apropiación de los mensajes por parte de los receptores de la serie *Grey's Anatomy*? ¿Esta serie de televisión influye en las creencias y opiniones de su audiencia sobre la percepción de la realidad?

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

La televisión ocupa un espacio importante en las sociedades contemporáneas. En diversas partes del mundo es uno de los factores que contribuye a una tendencia de querer permanecer en casa. Agobiadas por la inseguridad, impotentes ante la inflación, las familias han preferido consumir la creciente oferta programática (Lull, 1988). En México, 90 por ciento de los hogares tienen por lo menos una televisión (Expansión, 1997) y más de 80 por ciento de personas reportan verla diariamente (Séptima entrega de consumo cultural, 2001). El habitante mexicano promedio es un fuerte consumidor de televisión (*heavy viewer*), pues ve más de tres horas diarias (El Norte, 2001), el promedio internacional considerado como alto (Huerta, 2004).

a. El concepto de Identidad

Existen numerosas teorías relacionadas con la identidad social y la influencia de la televisión (Harwood, 1999). De hecho “el carácter abierto de la identidad moderna, es que el individuo se encuentre atormentado por una crisis de identidad permanente, condición que involucra una ansiedad constante” (Chihu, 2002, p.23). La migración de identidades respecto al consumo televisivo que se da hoy en día es un fenómeno que bien vale la pena seguir de cerca.

Afirma Giménez (2002) que para explicar las interacciones sociales son necesarios enunciados explícitos o implícitos acerca de las identidades de los actores en ella implicados (p.37). Por lo tanto, se necesita delimitar y conceptualizar las identidades de la serie televisiva que los consumidores han de interiorizar. “El concepto significativo de la cultura y la identidad, articula la personalidad, la interacción y la estructura social. Se trata de una relación sistémica donde la interdependencia mínima entre las partes significa la estabilidad o disrupción del proceso social” (Montesinos, 2002, p.162).

En efecto, nuestra identidad sólo puede consistir en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en nuestro entorno social, en nuestro

grupo o en nuestra sociedad. Lo cual resulta más claro todavía si se considera que la primera función de la identidad es marcar fronteras entre un nosotros y los “otros”, y no se ve de qué otra manera podríamos diferenciarnos de los demás si no es a través de una constelación de rasgos culturales distintivos. Por la identidad no es más que el lado subjetivo (o, mejor, intersubjetivo) de la cultura, la cultura interiorizada en forma específica, distintiva y contrastiva por los actores sociales en relación con otros actores (Giménez, 2002).

Por otro lado, se debe considerar también la cuestión de la identidad y el género, “es precisamente la identidad genérica de los individuos la que les permite: primero, comprender su papel, y segundo, adoptar una forma de comportamiento con los otros” (Montesinos, 2002, p.163). Es así como las identidades de la vida real y las televisivas se forman unas a través de otras. Los hombres se definen por medio de las mujeres y viceversa, en consecuencia ambos interactúan de determinadas formas.

Asimismo, es importante reconsiderar las nuevas significaciones de las identidades, por ejemplo, la inserción de la mujer en el espacio laboral y por consecuencia la transformación de la familia nuclear. Esto lo podemos ver reflejado en diferentes series televisivas como *Desperate Housewives*, *The new adventures of old Cristine*, *CSI*, pero sobretodo en la serie de análisis de este trabajo: *Grey's Anatomy*. En ella existe una fuerte presencia femenina que rompe con los clásicos estereotipos sociales mexicanos.

b. Conociendo las audiencias

Es común hablar de las audiencias; sin embargo, se sabe poco al respecto. Aunque se ha desarrollado mucha investigación acerca de las audiencias de los medios, éstas siguen siendo un interrogante empírico. La preocupación sobre las audiencias se ha manifestado de diversas maneras y continúa sin ser satisfecha (Orozco, 1997).

Las empresas comerciales de medios ven a las audiencias como números que reflejan los gustos de la sociedad con respecto a lo que deciden ver y su inclinación por algún

medio específico (Orozco, 1997). No obstante, Guillermo Orozco (1997) explica a las audiencias tomando como referencia una perspectiva de comunicación:

“(...) las audiencias son sujetos comunicantes, capaces de realizar escuchas, lecturas y (tele y cine) videncias inteligentes, críticas y productivas, aunque también- como sugiere Kaplún (1996, citado en Orozco, 1997)- capaces de “enchufarse al televisor para desenchufarse del mundo” y de “colgarse al walkman para aislarse del entorno y entrar en una especie de autismo”.

Kubey (1991) afirma que la principal recompensa para los *heavy viewers* es la relajación, pero dicho estado de pasivismo mental y físico asociado con el hecho de ver televisión dificulta que muchos individuos apaguen el equipo. Este efecto sugiere que los telespectadores pueden estar experimentando una pasividad producida por el televisor, al menos en un corto plazo. Las personas se encuentran ante una situación que les dificulta cada vez más apagar la televisión a medida que la ven por más tiempo. Aunado a esto, las compañías productoras hacen promoción constante de los programas subsecuentes que actualmente están siendo transmitidos, con el fin de “enganchar” al telespectador y así cautivando a las audiencias.

La televisión relaja a las personas rápidamente. En breves instantes, un telespectador se sienta y presiona el botón de encendido e inmediatamente se sentirá más relajado. Pasar tiempo frente al televisor pareciera ser especialmente efectivo en la reducción de estrés. Esto se debe a que se trata de una actividad extraordinariamente simple de hacer porque el reto intelectual ha sido reducido en la mayoría de los programas precisamente porque las audiencias utilizan la televisión para escapar y relajarse.

Las audiencias también son sujetos culturales y son capaces de significar su producción material y simbólica, pero también de reproducir sin cuestionar las significaciones ofrecidas en los medios (Orozco, 1997). Las audiencias se van moldeando de distintas formas, aunque predominan las características que los medios propician: audiencias pasivas, no críticas, simplemente *espectadoras* (Orozco, 1996b; citado en

Orozco, 1997). De acuerdo con Orozco, las audiencias presentan variantes en la interacción que se establece con los medios, estas variaciones implican desde la selección del medio, pasando por los géneros programáticos, hasta llegar a las diferentes prácticas y hábitos socioculturales.

Por otro lado, hay diferentes criterios de segmentación de las audiencias: la edad, el género, el lugar de residencia, el estrato socioeconómico, las preferencias programáticas y las situaciones concretas de recepción son todos criterios posibles, lo que indica la existencia de distintos tipos de recepción.

c. Una negociación activa

De acuerdo con Orozco (1991) si lo que se realiza es una negociación de significados entre la TV y el teleauditorio el proceso no puede ser pasivo (no obstante que la pasividad sea un indicador procurado en la programación comercial de la TV y que en muchos estudios ha sido denominado como pasivo).

George Gerbner (citado por Lozano, 1997; p. 104), principal exponente de la Teoría del Cultivo desarrollada en 1977, sostiene que el mundo simbólico de los medios –y principalmente la televisión-, modela o “cultiva” las construcciones del público acerca de la realidad. Gerbner sostiene que el efecto principal de la sustitución progresiva de valores y conceptos puede apreciarse en las emociones del individuo, quien evidencia miedo o ansiedad ante la realidad, pues llega a creer que puede ser como las ficciones televisivas. La televisión nos enseña muchas de las normas de nuestra cultura, y se ha convertido en el medio a través del cual muchos individuos aprenden cuál es el comportamiento que esperan las personas de su entorno. “El televisor ha llegado a ser un miembro clave de la familia; el que dice la mayor parte de las historias la mayor parte del tiempo” (Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli, 1980, P. 14; Severin y Tankard, 1997, P. 299).

Sin embargo, al poseer este carácter de mayor contador de historias, los medios tienen

gran influencia y es que “la exposición a la intensa repetición de definiciones erróneas sobre la realidad en los medios masivos conlleva a la percepción de esa realidad como normal. El resultado es la legitimación de una realidad mal enfocada, que afecta el comportamiento” (Gerbner, 1937; Gerbner et. Al. 1980).

Los defensores del modelo del cultivo sugieren que las diferencias en las percepciones acerca de la realidad social, surgen como resultado de variar los grados de la exposición a la televisión, tanto que los “*heavy viewers*” creen en una realidad coherente con que encontraron en la televisión (Mastro y Robinson, 2000, p.386).

Por su parte, el modelo de estudios culturales, el cual entiende que la audiencia televisiva, no deja a un lado su posición activa en la producción cultural cotidiana. Lo que difiere, en todo caso, es el referente de esa producción. En otras palabras, a mayor consumo de TV, se obtendrán más probabilidades de que los referentes de la producción cultural sean aquellos percibidos en la programación (Charles y Orozco 1990, citado en Orozco, 1991). Hoy, la hipótesis del cultivo difícilmente puede sostenerse. El grado de teleadicción es un elemento importante, pero no parece ser un factor fundamental en el encuentro de la TV con la audiencia. Durante la interacción, lo básico es la mediación que se pone en juego entre la significación preferente de la TV y audiencias específicas (Orozco 1987b; citado en Orozco, 1991). En consecuencia, se torna importante la manera en que se ve la TV y la forma en que se entabla una "negociación" entre sus significados y los de la audiencia.

Esta visión culturalista se basa en varios supuestos. Primero, supone que la interacción no se da en el vacío y que las audiencias no se enfrentan a la TV con la mente en blanco (es decir, llegan con un bagaje de información previo a su interacción con el medio). Segundo, supone que no existe una sola audiencia televisiva, -ni una independiente del proceso de negociación-, sino muchas audiencias, o una audiencia segmentada, y que su definición depende precisamente del tipo de negociación que sean capaces de sostener con los significados de la TV y de los tipos de significaciones propias que puedan producir a partir de su encuentro con la programación televisiva. Y, tercero,

supone que los condicionamientos y las mediaciones de que son objeto las audiencias influyen definitivamente su negociación y posterior producción conjunta de significados. En este sentido es posible proponer que las audiencias no nacen, se hacen, pero se hacen de distinta manera (Orozco, 1990c; citado en Orozco, 1991).

Sin embargo, existen diferentes posturas acerca de lo que la televisión puede lograr en los espectadores. Lejos de creer que la audiencia interioriza intactamente lo reproducido por la televisión, Morgan (1993) menciona que la audiencia no es pasiva y que lo que ve en ésta puede tener diferentes lecturas (negociadas, opuestas, dominantes). Siguiendo la misma línea, Budd, Entman y Steinman (1990) consideran que no hay que preocuparse de que la gente vea muchas horas de televisión al día, consumiendo imágenes, comerciales y valores, ya que las personas son críticas, ven y escuchan activamente, no son culturalmente manipulados por los medios.

Por su parte, Orozco (1991) considera que al entrar en contacto con la TV el televidente realiza varios esfuerzos cognoscitivos: atención y percepción; comprensión y asimilación y, finalmente, de apropiación y significación. En ocasiones, la TV capta en gran parte la atención del televidente; en otras, los otros televidentes que lo acompañan la monopolizan. Por esto, para los productores es muy importante que sus discursos televisivos atraigan el interés del televidente. Si esto no se logra, la secuencia no prosigue y hay todavía menos posibilidad de que se produzca conjuntamente el significado preferente.

Ahora bien, Ang (citado por Morley, 2003), menciona que el problema de que las audiencias sean activas (utilizando e interpretando a los medios) es creer que se pueden igualar los conceptos de “activo” con “poderoso”. Es decir, la audiencia activa no forzosamente es poderosa y capaz de rechazar de manera consciente los mensajes. Por otro lado, cabe señalar que los mensajes fluyen y gracias a las diferencias locales los mensajes no son vistos ni entendidos de forma homogénea: “Se articulan los procesos globales del imperialismo cultural con los procesos locales del consumo situacional, los significados locales son muchas de las veces hechos dentro y contra los recursos

simbólicos que se proveyeron por los medios globales” (Morley, p. 17). Entendiéndose que los mensajes reciben diferentes significados dependiendo el contexto. Más que creer o no creer lo que la televisión presenta como real, lo interesante es la capacidad del individuo para contrastar lo presentado por la televisión con su vida diaria, y aquí es dónde el concepto de “realidad” adquiere otro significado.

Morley (citado por Lozano, 1996; p.167), señala que no hay mensajes inocentes, es decir, libres de manipulación ideológica o de contenidos que reflejen ciertos valores y visiones del mundo y omitan otros. Ningún tipo de programa de televisión, ninguna película, serie, canción, historieta, etcétera, puede afirmar que sólo proporciona entretenimiento, que no emite significados sobre la sociedad. Aún cuando el contenido explícito de un programa parezca ser de naturaleza trivial, puede ocurrir que se encuentren insertos en la textura del programa un buen número de mensajes muy importantes sobre las actitudes sociales y los valores.

La cuestión, como explica Fiske (citado por Lozano, 1996; p.167), es que no hay forma de representar la realidad de una manera objetiva. Cada uno de nosotros percibe la realidad de acuerdo a nuestro contexto cultural. Puede que haya una realidad objetiva, empírica frente a nosotros, pero no hay una manera universal y objetiva de percibirla y dotarla de sentido. Lo que pasa por realidad en cualquier cultura es el producto de los códigos de esa cultura; la realidad siempre se encuentra codificada, nunca se muestra cruda.

d. Las mediaciones en el proceso de apropiación de mensajes

Orozco (citado por Lozano, 1996; p. 209) es el principal exponente del modelo de las multimediaciones. Este enfoque identifica y discute a fondo las mediaciones que complican la experiencia televisiva. Así pues, se tienen las siguientes:

1. La mediación cognoscitiva. Es aquélla que incide en el proceso del conocimiento (lo afectivo, lo racional y lo valorativo). La cantidad y calidad

de información, conocimientos y valoraciones que un sujeto receptor traiga a la pantalla del televisor median su recepción del mensaje en tanto que influyen en aquellos aspectos que son percibidos en general, en aquellos otros que son percibidos como relevantes, y en las asociaciones posibles que resulten de lo percibido con lo anteriormente asimilado en la mente del sujeto.

2. La mediación cultural. A su vez, el proceso cognoscitivo está influido por la cultura. La relevancia de las preguntas que guían la curiosidad cognoscitiva del sujeto y del sujeto como televidente, así como el sentido de sus respuestas, en buena medida son condicionadas por la cultura o la subcultura concreta a la que pertenece.
3. La mediación situacional o de referencia. Las diversas identidades del sujeto receptor: cultural, sexual, étnica, socioeconómica y hasta su procedencia geográfica, constituyen mediaciones en el proceso de ver televisión, en tanto que inciden diferencialmente en la interacción que el sujeto televidente entabla con el mensaje televisivo.
4. Mediaciones institucionales. Por lo general, el televidente es miembro de una familia, participa en un vecindario o es parte de un grupo de trabajo. En todas estas instituciones sociales el sujeto interactúa, intercambia y produce sentidos y significados; se comunica. Los mensajes de cada institución social son interrelacionados por el sujeto debido a su simultánea pertenencia a varias instituciones.
5. Mediaciones videotecnológicas. Se trata de una naturalización de la significación de la realidad: a) la creación de noticias, en el sentido de ser producidas con fórmulas profesionales y mediante un proceso industrializado; b) la presencia del receptor (hacer al televidente testigo presencial de los acontecimientos que se ofrecen en la pantalla, sin que éste se percate de que se halla frente a una representación de la realidad; c) la construcción de verosimilitud (la alta fidelidad de la TV en la reproducción y transmisión de signos y significados); y d) la apelación emotiva (facilidad para incidir en lo

afectivo y lo emocional a través de elementos efectistas como el suspenso, la música, los tonos de voz, la violencia, la fantasía, etc.).

Para Orozco, la apropiación de los mensajes televisivos se da antes, durante y después de la exposición a ellos, debido al complejo funcionamiento de esas mediaciones en cada individuo. Cuando una persona se sienta a ver televisión, no se enfrenta a la pantalla con la mente en blanco sino que trae a ella una serie de actitudes, ideas y valores o repertorio cultural que pone en juego con los repertorios preferentes propuestos en los mensajes televisivos (Lozano, 1996; p. 210).

e. Motivos que impulsan a la audiencia hacia el consumo de la televisión

Denis McQuail (1987) ofrece la siguiente tipología de las razones más comunes que tienen los telespectadores para hacer uso del medio:

Obtención de información

- Saber qué está ocurriendo a partir de eventos relevantes en su entorno, sociedad y el mundo
- Obtener consejos sobre cuestiones prácticas u opiniones y decisiones a tomar
- Satisfacer curiosidades y dudas generales
- Aprendizaje, auto-educación
- Adquirir un sentido de seguridad a través del conocimiento.

Identidad personal

- Encontrar una reafirmación de los valores personales
- Encontrar modelos de comportamiento
- Identificarse con otros valores
- Ganar capacidad de comprenderse a uno mismo.

Integración e interacción social

- Ganar capacidad de comprensión respecto a las circunstancias de otros; empatía

social

- Identificarse con otros y ganar un sentido de pertenencia
- Encontrar una base para conversar e interactuar socialmente
- Tener un sustituto para la compañía en la vida real

Entretenimiento

- Escapar de los problemas
- Relajarse
- Pasatiempo
- Descarga emocional.

CAPÍTULO 3. DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA

La metodología cualitativa recoge datos descriptivos (tales como palabras o comportamientos) de los sujetos involucrados en la investigación (Taylor y Bogdan; 1987). Ofrece flexibilidad, misma que permite describir y comprender un fenómeno social; tal es el caso del consumo y apropiación de mensajes televisivos. Además, al tener una visión holística, percibe e interpreta al objeto de estudio a partir de su contexto, y permite reconstruir esa realidad con base en las propias participaciones de sus protagonistas (Torres y Gutiérrez; 2005).

Metodología para estudiar el Consumo de Mensajes Televisivos

Los métodos que se utilizan en la investigación cualitativa son el estudio de caso y el biográfico-narrativo. El primero estudia “la particularidad y la complejidad de un caso específico para comprender su actividad en circunstancias importantes” (Torres y Gutiérrez; 2005, p.13). En cambio, el método biográfico-narrativo recupera las experiencias para construir significados a partir de las vivencias, y de este modo comprender la situación estudiada.

El método de estudio de caso puede ser utilizado con dos finalidades o enfoques distintos: Haciendo un estudio de caso intrínseco, se puede entender un caso en particular; por otro lado, la aplicación de un estudio instrumental permite profundizar y comprender un fenómeno mediante técnicas cualitativas (entrevista a profundidad, observación).

Existen algunas implicaciones importantes a considerar cuando se recurre al método de estudio de caso. Aunque es un método flexible, se estudia un caso a la vez, y se concluye cuando se consideran agotados todos los elementos. Su flexibilidad radica principalmente en que permite al investigador “variar el sentido del trabajo planeado inicialmente con base en los resultados logrados en sus primeras interpretaciones” (Torres y Gutiérrez; 2005, p.14). En suma, el método de estudio de caso tiene como objetivo

buscar la comprensión de “las complejas relaciones entre todo lo que existe” (Torres y Gutiérrez; 2005, p.14) a través de la reconstrucción de un contexto y de las interacciones que se dan en su entorno.

Por otro lado, el método biográfico-narrativo presenta una perspectiva interpretativa en la que el significado de los actores es el punto más relevante. De este modo, la dimensión temporal y biográfica toma gran importancia a partir de la narración de los sujetos, pues la narrativa es una forma de construir la realidad que, a través de un “juego de subjetividades” (Torres y Gutiérrez; 2005, p.18), permite construir conocimiento. En consecuencia, el objetivo primordial de la narrativa biográfica es todo el acontecer humano y da cabida a las preocupaciones que la ciencia comúnmente ignora.

Diseño del Estudio

El estudio que aquí se presenta fue diseñado basándose en una metodología de corte cualitativo. Lo anterior debido a que se trató de un estudio de caso, en el que se pretendió describir situaciones y eventos que ocurren en el interior de cada uno de los sujetos que conforman la muestra y que tienen una tendencia al consumo de mensajes televisivos, específicamente de la serie *Grey's Anatomy*, importada de Estados Unidos a México.

Los informantes

Los métodos cualitativos son muy flexibles en el diseño de la investigación; por lo tanto, el número de informantes y las características de los mismos se establecen conforme la evolución del proyecto se va llevando a cabo (Taylor y Bogdan; 1987). Siguiendo con Taylor y Bogdan (1987), y aunque no hay necesidad de fijar el número de casos a estudiarse, es importante revisar la relevancia de cada uno de los casos para que el investigador tenga la capacidad de desarrollar comprensiones teóricas acerca del área que se pretende profundizar.

Entonces, para el análisis del impacto cultural e ideológico de la serie *Grey's*

Anatomy en los telespectadores mexicanos, se decidió tomar como informantes a cinco mujeres, de las cuales tres se ubican en un rango de edad entre los 33 y los 37 años, y dos entre los 22 y los 25 años, todas ellas habitantes de la Zona Metropolitana de Monterrey. Además, las informantes son asiduas consumidoras de la serie, tomando como base para su participación el haber visto al menos una temporada de la serie *Grey's Anatomy* completa. Por último, se pidió a las participantes de este estudio proporcionar al menos una hora de su tiempo a la semana, dependiendo de la profundidad con que se iban tocando los indicadores propuestos en la investigación (ver Anexo 1); estos son detallados más adelante en el presente documento.

El estudio de caso

De acuerdo con Torres y Gutiérrez (2007), el estudio de caso es el análisis de la “particularidad y de la complejidad de un caso específico para llegar a comprender su actividad en circunstancias importantes”. A través de un estudio instrumental de casos, se buscó la manera de comprender el impacto que tiene el consumo de la serie *Grey's Anatomy*, recopilando la información por medio de entrevistas a profundidad para interpretar los datos.

El instrumento de investigación (ver Anexo 1) se diseñó tomando como base los objetivos generales de investigación, que se sistematizaron en cuatro categorías:

- Frecuencia con la que se sintoniza la serie,
- Motivación de consumo,
- Identificación con un personaje específico,
- Valoración de la medicina como profesión.

A partir de estos indicadores surgieron múltiples preguntas específicas que conformaron una guía utilizada en las entrevistas (ver Anexo 2).

CAPÍTULO 4. RESULTADOS

CASO: CAROLINA CHELIUS SÁNCHEZ

(CONDUCIDO POR PAULA BONGIOVANNI)

Carolina Chelius Sánchez tiene 23 años de edad, es originaria de Orizaba Veracruz, pero reside en Monterrey desde hace 6 años. Trabaja en HEB, en la tienda ubicada en Escobedo, y el puesto que desempeña se sitúa en el área de Servicio a Socios, que equivaldría a Recursos Humanos en otras empresas. Su horario laboral es de 8am a 6pm de lunes a viernes, y dos sábados al mes. Carolina especifica las funciones de su departamento:

“Se encarga de reclutar, seleccionar al personal de toda la tienda, este...el proceso de las nóminas, las incidencias, este... la seguridad de los trabajadores, este... la inducción, todo lo que tiene que ver con el proceso de recursos humanos de una tienda, todo eso”.

Actualmente está buscando otro trabajo porque ahora no se siente satisfecha en las labores que desempeña. Físicamente, Carolina es de estatura media (1.65cm aproximadamente), compleción promedio, de tez blanca, cabello color castaño claro, textura rizada, cuyo largo llega a la altura de los hombros. Sus ojos son pequeños y marrones, sus cejas escasas; en general, los rasgos de su cara son armoniosos. Utiliza escaso maquillaje y generalmente viste de forma casual, incluso para ir a trabajar, días en los que debe atenerse a un uniforme informal.

Su familia está constituida por padre, madre y un hermano mayor llamado Víctor. Son originarios de Orizaba, Veracruz, y en este momento solamente sus padres radican en este lugar porque tanto Carolina como su hermano salieron de casa al iniciar estudios universitarios. Su mamá estudió Odontología, pero ejerció muy poco tiempo y en este momento tiene un local dedicado a la confección y venta de uniformes para escuelas, enfermería y empresas. Su papá es Doctor jubilado; imparte varias clases en la

Universidad de Veracruz, todas ellas relacionadas a la medicina. La dinámica en la familia de Carolina no es de agenda estricta, prefieren la espontaneidad:

“Nunca hemos sido así de “vamos a hacer esto siempre cada día de la semana juntos a fuerza”, no. Lo que salga, pero sí tratamos de hacer algo juntos de vez en cuando”.

En su casa de Orizaba hay 4 televisiones en total, considerando que cada quien tiene una en su cuarto y otra ubicada en la estancia. Esto último sucede también en Monterrey, salvo que hay una recámara menos y por ello suman en total 3 televisiones. Esta última interviene poco en la vida de la mamá de Carolina; sin embargo, relata que:

“Mi mamá por ejemplo sí veía la de E.R. porque yo creo que soñaba que su hijo estaba ahí (risas). No sabía ni cómo se llamaba cada uno, pero sí, de repente”.

Sucede que tanto Víctor como su papá estudiaron medicina, y por ello la madre los evoca con la serie E.R. La televisión desempeña un rol más importante en la vida del padre y el hermano de Carolina:

“Mi papá sí ve mucho más la tele. Mi papá sí ve que el Discovery Channel, el Nacional Geographic, el otro del Discovery de la salud. Pero por ejemplo, también ama las películas, se la vive viendo películas de todo tipo o, también le gustan Los Simpson”

“Mi hermano también. Claro que cuando estudiaba medicina, pues no tienes tanto tiempo de ver la tele, pero sí ve por ejemplo Smallville, este... qué otra cosa. Sí, de repente sí ve series (...) de repente sí ve la de Grey’s Anatomy y es cuando me dice “no, ni al caso” y así”.

Carolina afirma que antes veía mucho más la televisión, pero ahora que trabaja, su oportunidad de hacerlo ha quedado reducida. A pesar de ello, dedica un espacio en su

rutina diaria para ver algunos programas, especialmente series; no ha dejado de ver los capítulos de Grey's Anatomy en sus tres temporadas. Lo hace por entretenimiento meramente, y no comulga con la idea de que se desprenda de esta serie algún aprendizaje. Lo que cautiva a Carolina es el lado humano de los doctores porque se deja ver más allá de la actitud fría que comúnmente se les atribuye; sin embargo, afirma que algunas historias son irreales:

“Bueno, para empezar porque mi papá es médico, y mi hermano está estudiando igual medicina. Entonces obviamente toda mi vida he crecido con médicos y o sea, sé exactamente cómo se vive la experiencia. O sea, y los personajes principales son internos, y mi hermano acaba de pasar por su año de internado y es, o sea, completamente diferente. O sea, tú ves que están dizque sufriendo en el internado y, o sea, es una mínima parte de lo que realmente sufren los internistas”.

Asimismo, hace referencia a la distinción que existe entre la medicina en México y en Estados Unidos:

“En México a lo mejor no en todos los hospitales cuentan con los recursos que tiene un hospital en Estados Unidos, entonces en urgencias de repente o sea, se las tienen que arreglar como, como puedan, y los hospitales del Seguro Social posiblemente no tienen este... de repente el material y eso, entonces obviamente se la ven muchísimo más complicado para trabajar, este... cuando no tienes completamente todos los recursos es pues difícil, o sea, cómo curas a un paciente que te llega en la madrugada y no tienes con qué”.

Puede apreciarse que Carolina tiene una opinión sólida con respecto a la realidad de la medicina y la que se plantea en Grey's Anatomy. Está de acuerdo en que los lazos sentimentales entre internos y residentes son inevitables por la gran cantidad de tiempo que pasan juntos, y también coincide en que los casos de enfermedades que se exhiben no son ficticios. Por otro lado, discrepa en considerar reales las atractivas características

físicas de todos los personajes, ya que prácticamente todos se consideran llamativos y en la cotidianidad esto no es así.

Respecto a la identificación que la entrevistada tiene con algún personaje, ella comenta que se relacionaría con Cristina porque:

“Es que yo soy así de que me cuesta demasiado expresar sentimientos y en ese sentido me parezco mucho a ella, puede ser”.

Carolina se considera moderna más que tradicional en lo que a valores respecta. Por ello está de acuerdo con las relaciones prematrimoniales y el aborto en casos justificados. Sin embargo, no justifica la infidelidad bajo ningún pretexto y afirma que el modelo transmitido de familia es disfuncional. Por otra parte, asevera que en la serie se promueven la constancia, la responsabilidad y el trabajo en equipo.

Pasando a otro aspecto, Carolina prefiere ver la serie en su cuarto o en la sala, de preferencia acompañada para hacer comentarios de lo que va ocurriendo; dedica su tiempo exclusivamente a ver Grey’s Anatomy y opta por un entorno silencioso.

CASO: MÓNICA ILEANA MONTEMAYOR

(CONDUCIDO POR LUCY LEAL)

Mónica es una mujer de aproximadamente 1.65mts de estatura; pesa alrededor de 64kg, su tez es blanca, su cabello castaño oscuro. Tiene los ojos también oscuros, su dentadura está alienada y es blanca. Posee frente amplia y un rostro de rasgos finos.

Tiene 36 años de edad, está casada y de su matrimonio surgieron 3 hijos. Es la menor de 4 hermanos. Su madre es originaria de Monterrey, y su padre era de Zuazua, Nuevo León. Cambiaron su residencia de Monterrey a Chihuahua cuando sus dos hermanos mayores habían nacido. Los padres de Mónica trabajaban en actividades relacionadas con la

química:

“Mis papás se conocieron aquí, mi papá es ingeniero químico y mi mamá es química farmacobióloga entonces andaban en la misma onda, y ya se conocieron, se casaron aquí en Monterrey y mis dos hermanos mayores nacieron aquí, y luego ya se fueron a vivir a Chihuahua porque mi papá abrió un negocio allá, y luego nacimos mi hermana y yo, yo soy la menor”

Tuvo una familia tradicional, su padre trabajaba y su madre era ama de casa. Existía diferencia de edades entre los dos hermanos mayores y las dos menores, lo cual fue motivo para que tuviera un contacto más cercano con Lety, su hermana próxima mayor. Su situación económica siempre fue holgada (todos estudiaron en el Tec, lo que se traduce en US\$6,000 aproximadamente de colegiatura semestral) y su madre siempre administró el dinero:

“Yo me llevaba mejor con la que seguía, porque mi otra hermana se fue fuera desde la prepa, bueno la prepa la hizo en Chihuahua en el Tec, y luego se fue a estudiar fuera a Estados Unidos un año y luego se vino acá a Monterrey al Tec...”

Con su padre no tuvo un contacto tan directo, ya que el trabajaba todo el día, y no era tan paciente para estar con ellos mucho tiempo. Con sus hermanos no había peleas. Y su madre siempre ha sido una mujer dura que no muestra sus sentimientos y además, debido a que estaba con ellos, siempre tendía a ser la que los regañaba:

“Mi papá como que la verdad no nos tenía tanta paciencia... con mis hermanos no había pleitos eh, mi mamá si era muy enojona, pero ya se le ha quitado (risas) pero mhh, es que mi mamá es muy dura y no expresa sentimientos eso a mí no me gustaba, pero en si nosotros qué esperanza que nos peleáramos. Yo con mis hermanas no me peleaba, no me peleaba, al contrario nos echábamos mucho la mano”.

Siempre fue aplicada en la escuela y nunca dio motivo de regaños por malas calificaciones. Su niñez transcurrió entre la escuela, las actividades extra curriculares, las amigas y la televisión. La televisión le gustaba desde pequeña y debido a que tenía muchas actividades, nunca se le prohibió, solamente las novelas le fueron restringidas:

“Lo que pasa es que yo tenía clases en la tarde, tenía que: danza folclórica, inglés, solfeo, piano, siempre estaba en clases, entonces el rato que llegaba a mi casa, a mí mi mamá siempre me dejó ver tele. Mi mamá me controlaba que no viera novelas, no me dejaba, porque a ella no le gustaban”.

Estudió la secundaria, preparatoria y universidad en el Tec, campus Chihuahua. Dos años después de graduarse de Derecho y de haber trabajado en el Congreso del Estado fiscalizando oficinas municipales, se casó con Juan Carlos, a quien conoció en la universidad y fue su único novio formal y duraron 6 años de novios. Seis meses después de casada, le ofrecieron a Juan Carlos un mejor puesto en Tijuana y se mudaron. Ahí es cuando Mónica claramente se engancha a la televisión estadounidense:

“Las empecé a ver (las series) por estar en Tijuana, antes no las veía tanto, las veía cuando llegaban al canal 5 porque yo no tenía ni cable, y luego cuando ya teníamos antena parabólica veía películas, no veía series, pero las empecé a ver por estar allá, porque veía NBC, veía CBS, ABC, con esos tres canales tuve ¡pa´ver todas las series!”.

En Tijuana vivieron 9 años, y se regresaron a Monterrey por cuestiones de trabajo de su esposo. En ese entonces, Mónica estaba embarazada de su tercera hija -quien ahora tiene 2 años-. Actualmente, los fines de semana la rutina familiar consiste en salir a en familia a comer o hacer alguna actividad juntos.

“Les encanta irse al parque, este... andar en bici.... a veces nos vamos al Palacio de Hierro al área de comidas... y a veces rentamos películas, o se van ellos o a

veces me voy yo, te digo... depende de la niña cómo ande, o cómo esté el clima”.

En su casa hay 4 televisiones en total, pero una no la cuenta porque está en el cuarto de la muchacha. Tiene una en la cocina -que no tiene cable-, una en la estancia para los niños y otra en su cuarto, estas últimas con cable.

Mónica es la responsable del hogar y cuenta con un estilo de vida holgado. La rutina diaria (a grandes rasgos) es: mandar a los niños a la escuela, preparar la comida, recoger a los niños, llevarlos a las clases extracurriculares y por la noche, ya que están bañados y listos para dormirse, Mónica ve la televisión en su cuarto junto a su marido. Lo que ven son series principalmente como *Desperate Housewives* y *Grey’s Anatomy*:

“La comida yo la hago, la muchacha recoge, yo hago y ya. Por la tarde me voy de que el partido, que el entrenamiento; llegamos a la casa y los niños para las 8 ya están cenados y ando correteándolos que se metan a bañar, a las 8.30 se van acostar, y leen algo y ya se duermen”.

En la noches, después de que los niños ya están acostados, Mónica aprovecha para ver la tele en su cuarto con su marido o sola (en caso de que él no haya llegado). Los programas que le gustan son principalmente las series que pasan por los canales estadounidenses, a los cuales tiene acceso diario gracias al cable.

“Me voy a ver la tele a mi cuarto (por la noche), el programa que esté. Me gustan todos los de Sony, me gusta Médium, me gusta Grey’s Anatomy. Ése me chocó que lo pasaran a las 10, Desperate Housewives y Grey’s Anatomy a las 10 a mí se me hace tarde, a veces me quedo dormida y me da mucho coraje porque me gustan. A las 9 es la hora perfecta, yo no sé por qué los ponen tan tarde”.

Los principales motivos por los cuales Mónica afirmó ver la televisión son: para escuchar ruido mientras realiza alguna actividad (preparar la comida primordialmente), para no sentirse sola y por entretenimiento, ya que le agrada que las historias logren dejarla

“picada”.

“Acá (Greys Anatomy) a veces hay comedia, de repente hay drama, como que hay todo, está como que más variado, y eso es lo que me tiene en la historia. En éstas son amantes de meterte cosas, de revivirte muertitos... Más bien es como que lo que va pasando y te quedas con la duda de que ¿qué va a pasar?”

“Me choca estar en silencio en la casa, no me gusta estar, y yo necesito o música o ruido de tele, no me gusta estar en silencio; menos en la noche”.

Respecto al nivel de identificación con los personajes, Mónica dice no identificarse con ninguno; sin embargo, menciona que el Doctor Shepherd es muy guapo y que le gusta su personalidad. En general, comentó que los personajes avanzan y se dejan conocer; los que al principio no se consideraban queridos, después se comprenden y justifican. Mencionó el caso de la esposa del doctor:

“Y luego la siguiente temporada te cae gorda ella (la esposa del Dr. Shepherd), por toda la historia de que ella fue la que le puso el cuerno, fue la que se porta bien sangrona, pero esta temporada, por ejemplo, el programa pasado, de que va y le dice que la haga feliz y todo eso ¡ay pobrecita! No es tan mala”.

Al personaje que sí valora y nota sus actos buenos y nobles es el de Izzie, de la cual resalta las cualidades que tiene -además de las físicas-:

“La que me encanta también es la bien bonita, la que era modelo... Izzie, ella me encanta, como que estaba más ubicada en lo que quería hacer, en las cosas que hacía y más que me caía bien que ella se pagó su carrera, estaba más enfocada en lo que quería”.

A la que rechaza tajantemente es a Crhistina, ya que considera que las actitudes que asume no son buenas y las acciones que realiza con tal de sobresalir del resto tampoco

son positivas. Además, choca con las actitudes tradicionales y conservadoras de Mónica:

“De repente te cae gorda porque es como que muy clavada, o sea, ella sí está muy clavada en lo que quiere, pero abusa. O sea, deja a un lado lo demás por eso y tampoco. Por ejemplo, eso del aborto yo no lo veo justificable, aunque así sea su papel, porque a ella en su papel claro que le estorbaba”.

En cuestión de valores, menciona que no hay ningún valor destacable en la serie; por el contrario, enfatiza el anti-valor de la competencia desleal:

“¡Ninguno! ¿Cuál? ¡Nada! todo mundo se mete con todo mundo, a la mejor por eso la pasaron a las 10”

“La china... ves cómo nada más le importa su carrera y cómo avanza, cómo ella le quiere esconder que el cirujano no puede operar bien con tal de que siga, porque a ella le conviene”.

Otra mala acción que ella resalta es la infidelidad; no la justifica, pero da una explicación de por qué en ese medio se dan ese tipo de situaciones:

“Yo creo que porque conviven demasiado con ellas ¿no? Porque es un trato de estar con ellas las 24 horas del día juntos, a lo mejor”.

Sin embargo, si ella pudiera cambiar algún aspecto de la serie, sería cuando Meredith decide andar con los dos galanes:

“De que ella decide andar con los dos, me chocó, o sea porque para qué le hacía perder el tiempo al otro”.

CASO: ADRIANA BERUMEN JURADO

(CONDUCCION POR KARLA SAUCEDO)

Adriana Berumen es una joven de 22 años, estudiante de 9º semestre de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en el Tecnológico de Monterrey, campus Monterrey. Disfruta su carrera, pero algunas veces se siente sobrepasada por la carga de trabajo. Tiene dos hermanos; la hermana mayor estudia medicina, la segunda se llama Adriana, y el más pequeño estudia la preparatoria. Ella es la única que vive fuera del entorno familiar, los demás, es decir, los hermanos y sus padres, viven en Chihuahua, por lo que la dinámica familiar se limita a las vacaciones en las que viaja de Monterrey a su ciudad natal.

Trabaja como asistente en el laboratorio de diseño por las mañanas y recibe clases en las tardes, así que por las noches lo que desea es relajarse y descansar. Una actividad de distensión es ver la televisión, así lo dice ella:

“Ver la tele es una de mis pasiones, sobretudoo las series, me encantan las series, es lo que más veo...”.

Es televidente de los canales Warner, Sony y Fox, además de seguir puntualmente varias series en todos los canales. Grey’s Anatomy es una de las que procura no perderse ningún capítulo. Es más, asegura que la empezó a ver desde que inició su transmisión. El gusto que tiene por las series lo manifiesta de la siguiente manera:

“Mmm, pues la verdad a mí me gustan las series en general. Un día llegué a mi casa, prendí la tele y empecé a verla y me piqué y pues ya ahora la veo casi siempre aunque la cambien de horario y toda la cosa. Y si me la pierdo los lunes, veo la repetición los domingos con mi amiga Moni”.

Tiene hábitos de consumo muy precisos respecto a la televisión, pero sobre todo refiriéndose a la serie, incluso sabe los horarios de repeticiones. Algo a remarcar es que le gusta verla acompañada y compartir ese momento con sus amigas:

“Pues como ya te había dicho, la veo los lunes a las 10pm por Sony, (risas) el

super comercial, o la repetición los domingos a las 11 de la noche y si ya de plano no se pudo, el martes a las 2 pasan otra repetición. Antes, cuando era los jueves a las 9 nos juntábamos varias amigas en mi casa para verla juntas, hacíamos cenita y toda la cosa. Sí me gusta verla acompañada para poder comentar, criticar; el chisme pues (risas)”.

A pesar de ser una consumidora constante y apasionada de la serie, opta verla a través de la televisión, prefiriendo dejar de lado la compra o renta de DVD. Piensa que el suspenso de no saber qué pasará en cada capítulo es parte del proceso del disfrute de una serie, en especial Grey's Anatomy.

Tiene dominio de los personajes y de las situaciones que ocurren en la trama, e incluso una apropiación de las acciones y pensamientos:

“Cristina me cae bien, pero esa vez me cayó mal, porque sólo le dijo “ya regresé las llaves” y ya con eso cree que arregló todo, creo que el Dr. Burke debió estar enojado más tiempo. Casi nunca le dice sus verdades a Meredith, casi siempre le da por su lado y yo siendo Cristina y con el carácter que tiene le da mucho por su lado (risas)”.

También hace un listado completo de los personajes y sus marcas sintácticas, así como sus de preferencias personales, señalando si le gusta o no el comportamiento de estos. Respecto a la identificación con algún protagonista, Adriana comentó lo siguiente:

“Con ninguno, pero si me tengo que identificar pues... con la Dra. Bailey, sí, creo que con ella (risas) (...) por feminazi (risas)”.

Su percepción hacia la vida de los doctores y su entorno se ha formado principalmente a través de la opinión de su hermana, que estudia medicina. De ella obtiene la visión de la “realidad” y la compara con lo que ve en el programa:

“Pues yo le creo a mi hermana, sí creo que pasen, pero no tan seguido y no creo que se resuelvan tan rápidamente, la temporalidad si debe ser diferente, en este caso es por la duración de los capítulos”.

Igualmente, su entorno inmediato le ofrece la posibilidad de experimentar la misma clase de presiones a las que su hermana es sometida en cada fase de su carrera.

Respecto a la interacción humana y las relaciones amorosas de los personajes dentro de la serie, Adriana considera que en el aspecto emocional, los doctores son reales; sin embargo, a nivel físico son ligeramente irreales, es decir:

“Pues no precisamente por que la mayoría esta bien guapo y eso no sucede en la vida real además anda bien arregladitos, y si pasan tanto tiempo con tanto estrés lo más normal sería que no anduvieran así. Aparte la mayoría, como que las edades de algunos no corresponden con al realidad, como Meredith que se le ven las arrugotas como quiera Cristina disimula la edad”

Al mismo tiempo condena la infidelidad, pero esto es parte de la idiosincrasia. Adriana debe tener un pasado de sólidas bases morales al no estar de acuerdo con esta práctica poligámica; sin embargo, evita hacer un juicio directo:

“Me gusta que no la trivializan como en otras series, le dan peso a las consecuencias que tienen los actos de infidelidad, no es visto de forma normal y aceptada, sino como un error que afecta a muchos y que pasa en personas reales y que pues eso no las hace malas personas sino personas con errores”

Adriana respecta a la familia. Considera que Grey's Anatomy no la utiliza como argumento central de su trama y afirma que se plantea la posibilidad de que los compañeros de trabajo se conviertan en los seres más allegados, así como también el que las familias disfuncionales y el modelo de familia clásica quedan totalmente fuera de la serie. Además, la entrevistada manifiesta que discute cada tema tratado en la serie con su

hermana o con sus amigas, quienes también son consumidoras de Grey's Anatomy.

Por otro lado, existe la convicción de que esta serie le proporciona simplemente diversión y muy remotamente un poco de información:

“Diversión, la verdad creo lo único (risas) y me ayuda a conocer sobre casos médicos que yo no sabía que era posible que pasaran.

La televisión representa para Adriana un relajamiento, además de defender el formato de series en contraste con las telenovelas. Finalmente, reconoce el mérito de las series que tratan de abordar la realidad desde un punto de vista “objetivo”, o al menos con conocimiento de causa:

“Me parece bien que lo que se diga en las series sea verdad, que tengan buena asesoría, además bien hechas, buenas tomas, muy bien cuidadas”.

CASO: LUISA FERNANDA GARCÍA
(CONDUCIDO POR VIOLETA MORALES)

Luisa es una joven de 19 años de edad. Sus ojos grandes transmiten vivacidad y mucha energía, su rostro es poco común, de rasgos marcados y un poco toscos, pero armónicos entre sí. Es la mayor de tres hermanos (un varón de 15 y una adolescente de 13), vive con sus padres.

“De mi familia, bueno, soy la mayor de tres hermanos, mi hermano tiene 15 años y mi hermana tiene 13, este... vivo con mis papás”.

Actualmente estudia el 2° semestre de Diseño Industrial en una de las instituciones privadas más reconocidas de México. Se percibe como una joven de familia que creció dentro de una dinámica familiar tradicional en la cual la madre se queda a cargo de casa,

el padre es el proveedor (tiene su propia empresa) y el domingo es el día familiar por excelencia.

“Entre semana todos están de que super ocupados, o sea, que mi hermano con sus entrenamientos, mi hermanita también, mi papá con su trabajo. Pero los domingos, este... sí es estrictamente familiar, y tenemos así como que una cosa de que a cada quien le toca escoger qué hacer un domingo. Por ejemplo, a mí me tocó el domingo pasado y fuimos a comer y a rentar películas, y bueno mi mamá es super deportista, pues que nos tiene andando en bici en Fundadora, cada quien tiene que decir qué hacer un domingo”.

Aunque plantea que la comunicación es abierta con ambos padres, hay una mayor identificación con su papá, posiblemente debido a que comparten intereses comunes como es el gusto por las series televisivas.

“Mi mamá es totalmente diferente a mí, es super ordenada, super... las cosas tienen que ser o sea super precisas, super puntual, o sea ella, si le dices que esté a las diez, ella llega cinco a las diez, es muy meticulosa, muy estructurada, y no es nada paciente (...)mi papá es totalmente diferente, es más parecido a mí, mi papá y yo tenemos exactamente el mismo carácter, o sea mi papá has de cuenta que es de las personas más pacientes que conozco, es super de que todo lo racional, todo lo...no es espontáneo, no se enoja, no es impulsivo, nada impulsivo”.

Luisa es una persona acostumbrada a tener una rutina diaria llena de actividades, ya que además de las responsabilidades de cualquier estudiante universitario, dedica mucho de su tiempo libre al baile, su pasatiempo favorito, el cual la mantiene delgada y con una figura atlética.

“Vengo a la escuela, siempre ando a las carreras, porque bueno, estoy en Raíces (un espectáculo de baile y música), monto quince años, monto talent shows,

este... bailo, ahorita salgo de aquí, llego a mi casa y como, después tengo un ensayo de 3:30 a 5:30, tengo un ensayo de 6 a 7, otro de 7 a 8:30 y luego me toca venir aquí, al Tec, ensayar... hasta la noche”.

Debido a sus actividades cotidianas, Luisa es una persona muy ocupada, por lo que sus hábitos en el consumo de medios (en particular de la televisión), se han tenido que ajustar a su rutina. Ella plantea que ni las telenovelas, ni los programas comunes le llaman la atención; lo que más le gusta son las series americanas, mismas cuales puede comprar o pedir prestadas y verlas de manera completa y continua.

“No, no tengo mucho tiempo para verla, de hecho yo la tele casi no la veo (...) De repente me pongo a hacer tarea y prendo la tele, pero ni la estoy viendo, ni le estoy poniendo atención, pero sí soy mucho de comprar series, o sea, y haz de cuenta que, fatal, si me prestas una serie y sí me pico, dejo todo, me desvelo hasta las cuatro de la mañana, pero me la acabo, (...) no soy mucho de prender la tele a ver, siempre soy de que tipo, compro temporadas y las estoy viendo (...) ni novelas, ni programas, no me llaman para nada la atención”.

Para Luisa, el ver la televisión es una forma de descansar y liberarse de sus presiones cotidianas.

“Yo cuando veo la tele casi siempre después de las 11:00 (...) prendo la tele como un escape, me sirve como que, por ejemplo, fin de semana que estoy bien cansada que no quiero hacer nada, me pongo a ver la tele y como que descanso, estás entretenida y no estás de que pensando que en la escuela y cosas así.

CASO: CATALINA SADA
(CONDUCIDO POR SAMIRA GONZÁLEZ)

Catalina Sada es una mujer que nació en Monterrey, Nuevo León, tiene 35 años de edad.

Está casada desde hace doce años y tiene un hijo varón de 10 años de edad. Estudió la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en el Instituto Tecnológico y de Estudios de Monterrey (ITESM), de la cual egresó en 1992. Actualmente, estudia una maestría en comunicación organizacional, también en el ITESM, misma institución donde trabaja, además de cumplir con las labores de su hogar. Su esposo (Oscar) es Ingeniero Químico Administrador con Maestría en Ingeniería Ambiental, quien está en una consultoría ambiental a pequeñas y medianas empresas.

Es una mujer de baja estatura, tez blanca, con sobrepeso debido a un problema de la glándula de la tiroides, cabello chino y corto (hasta la barbilla) de color claro.

Cathy, junto con su esposo e hijo, viven en la colonia Del Valle, donde ella creció y sus familiares también habitan. De acuerdo con lo relatado por Cathy, ella y su familia practican la religión católica. A su esposo e hijo les agradan las actividades al aire libre, principalmente:

“A ellos les gusta mucho todo lo que es “outdoors”, pesca, camping; entonces, aunque a mí no me gusta mucho ese tipo de actividades, también me disfruto de lo que a ellos les gusta y ellos también, de repente, me llevan a lo que me gusta; por ejemplo: “shopping” u otro tipo de viaje, otro tipo de actividades. A mi esposo también le gusta lo cultural”.

Cathy comenta tener una buena relación con su esposo e hijo, es decir, una relación basada en la comunicación:

“Mi marido y yo tenemos una relación muy bonita, porque tenemos una relación abierta, nos apoyamos mutuamente. En familia, cuando hay algo que no nos gusta lo comentamos, esto también influye en que si a mi hijo hay algún regaño que no le gusta o se siente triste pues nos lo dice: “no me gustó por esto por l’otro”.

Cathy ve la televisión en familia, o en ocasiones ella sola para disfrutar de los programas que le gustan:

“Con mi hijo, siempre intentamos ver programas que tengan mensajes bonitos, porque todavía es un niño. En la noche siempre cenamos, platicamos y después nos vamos a ver la tele todos juntos, como CSI, como Smallville. Pero hay otras series que la verdad a mí me gustan mucho y las veo sola, como Grey’s Anatomy (...) Yo me siento a ver la tele a disfrutar”.

En este caso, las razones por las que Cathy ve la serie se determinan más por la trama que lleva el programa y las situaciones que se desarrollan:

“Me gustó por la relación que llevan los internos, hay unos alumnos, son cinco. Son muy diferentes y a como va pasando, pues la primera temporada, cada vez se procuran más. Al principio era cada quien por su lado con características muy muy diferentes (...) Pero lo que más me gusta del programa: la acción, o sea rápido. Los problemas que se dan y cómo los solucionan”.

En esta parte se pretende explicar la relación que encuentra el informante entre las situaciones que la serie y las situaciones que se desarrollan en su contexto. Es decir, si los casos que se presentan en cada capítulo de la serie son similares a la “realidad” cotidiana del sujeto.

De acuerdo con lo anterior, Cathy mencionó tener dos cuñados médicos, quienes le han confirmado algunos de los casos médicos que se presentan en la serie:

“(...) Los casos que ponen, generalmente son enfermedades que sí existen, y sí se me hace interesante porque, aunque obviamente es algo noveleado, sí son cosas que suceden y entonces, aprendes un poquito. Digo, divirtiéndote aprendes sobre ciertas enfermedades porque los datos que dan, generalmente son ciertos. Te lo digo porque, por ejemplo mi cuñada también la ve, y sí o sea, sí pasa y sí es cierto

que cuando están operando están echándose el “chal”, porque para los médicos muchas veces es algo del día a día...”.

No obstante, las similitudes que la informante de este caso encuentra, subrayan la parte ficticia de la serie:

“(...) Obviamente está noveleado ¿verdad? Obviamente está noveleada la serie y le ponen así mucha salsa. Pero las enfermedades que presentan sí existen”.

Cathy menciona que Cristina es el personaje que más le llama la atención. Hace referencia a este personaje, debido a los cambios que ha tenido a lo largo de la trama en la serie. En particular, el lado humano que desarrolla durante su estancia en el hospital es un aspecto que salta mucho a su atención:

“(...) Cuando empieza la serie, es una persona que lo único que le importa es ella misma, y no le importa apachurrar a los demás, y quiere crecer y de hecho hay un programa que, más o menos me acuerdo, en el que ella hace “mil” por hacer una operación, porque ella quiere estar en esa operación. Y llega más temprano, no le dice a los compañeros y, a la hora de la hora sale una operación mejor, más interesante, digamos más peligrosa donde puede aprender más, y le da mucho coraje, y me daba mucha risa (...) Entonces yo siento que ha sido el personaje que más cambio ha tenido, no es el personaje central, pero es el personaje que a mi gusto ha tenido más cambios. Una transformación más grande”.

La infidelidad es un acto que Cathy rechaza debido a su formación:

“La verdad yo estoy muy chapada a la antigua, cada quien con su pareja y ya. La verdad soy muy chapada a la antigua, en ese aspecto. Entonces, obviamente no es algo que esté bien, pero es parte de la serie, pero no es un punto que a mi me interese”.

Por otra parte, cuestiona la honestidad como un valor que se presenta contradictoriamente en la serie, al igual que otros valores, de acuerdo con su relato:

“Pienso que a veces transmiten bien valores positivos, como el de la honestidad o la ética; pero, también hay momentos en los que esos valores los están poniendo en mala forma, como lo de Cristina con Burke, no es ético. Y la honestidad, ¿qué es ser honesto? Para mí no es honesto que se pongan los cuernos, porque no estás siendo honesto con tu pareja”.

CAPÍTULO 5. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En este apartado se procede a profundizar en las cuatro categorías sustraídas de las respuestas que articularon las entrevistadas. Se realiza un contraste de los hallazgos con la revisión literaria y las bases teóricas del presente estudio para sustentar las deducciones que se han extraído.

REALIDAD VS. FICCIÓN

Uno de los temas que más preocupa a los teóricos, es dilucidar si lo visto en la televisión afecta lo que las personas creen sobre la realidad social en la que viven. Debido a que Grey's Anatomy abarca la vida de los internos dentro de un hospital, lo preguntado en las entrevistas se enfocó en torno a esta gran incógnita.

Tres de las entrevistadas dijeron tener referencia directa con algún doctor dentro de la familia, con lo cual tienen la posibilidad de corroborar lo que sucede en la serie con la vida real (en caso de que les interesase). Las respuestas de estas interrogadas sugieren que lo observado en la serie tiene un matiz verídico, pero que a su vez goza de tintes novelescos que la hacen más interesante.

Catalina: “Yo tengo dos cuñados médicos, entonces haz de cuenta que me quedé con la duda y les pregunté y me dijeron “sí, sí existe”. Entonces, los casos que ponen, generalmente son enfermedades que sí existen, y sí se me hace interesante porque, aunque obviamente es algo noveleado, sí son cosas que suceden y entonces, aprendes un poquito. Digo, divirtiéndote aprendes sobre ciertas enfermedades porque los datos que dan, generalmente son ciertos”.

Se infiere de su respuesta, que lo visto en la serie es motivo de investigación; lo que no parece real es corroborado con alguien que sí sabe del tema. Como lo afirma Gerbner (citado por Lozano, 1997) con la Teoría del Cultivo respecto a lo presentado en la televisión: cuanto más se parezca a la realidad social del individuo, resulta más interiorizado como real. Sin embargo, se corroboró que existe un proceso individual de búsqueda y aclaración de una duda para saber si en efecto lo transmitido en la serie

ocurre realmente en los hospitales.

Por su parte, Adriana hace lo mismo que Catalina al comprobar lo visto en la serie con su hermana, quien es estudiante de medicina.

Adriana: “Mi hermana que estudia medicina dice que sí, que así es como te tratan los doctores y creo que lo único que no concuerda es que los casos no son tan interesantes todos los días, hay veces que se aburren con casos comunes”.

Otro de los casos el de Carolina, quien menciona que su hermano está estudiando medicina, por lo tanto, también conoce sobre las prácticas que se realizan. Sin embargo, ella menciona algo significativo referente a la Realidad vs. Ficción del programa y es sobre el espacio geográfico en el cual la serie es realizada. Esto se relaciona con lo señalado por Morley (2003) quien afirma que “se articulan los procesos globales del imperialismo cultural con los procesos locales del consumo situacional, los significados locales son muchas de las veces hechos dentro y contra los recursos simbólicos que se proveyeron por los medios globales”. Es decir, lo global (la serie) se contrapone con lo local (las vivencias) y se llega a un acuerdo entre ambas posturas tal y como lo indica Carolina.

Carolina: “Toda mi vida he crecido con médicos y o sea, sé exactamente cómo se vive la experiencia. O sea, y los personajes principales son internos, y mi hermano acaba de pasar por su año de internado y es, o sea, completamente diferente, tú ves que están dizque sufriendo en el internado y es una mínima parte de lo que realmente sufren los internistas, además de que el internado de allá (EUA) es muy diferente al de aquí (México)”.

En estos casos y en esta categoría específica de “Realidad vs. Ficción” se deduce que las entrevistadas, lejos de interiorizar directamente lo producido por la televisión, ven y buscan información que consideran confiable, o simplemente lo comparan con las situaciones que ya les ha tocado vivir y construyen su propio cuadro de la realidad.

IDENTIFICACIÓN CON PERSONAJES

De acuerdo con algunas teorías de identidad (Giménez, 2002), al interactuar con otros o con los medios se van moldeando ciertos comportamientos, valores y actitudes que determinarán la manera en cómo nos vemos y cómo los otros nos ven; es decir, se va construyendo la identidad.

En el caso de las entrevistadas, se ha revisado hasta ahora cómo apropian los mensajes de la serie *Grey's Anatomy* para diferenciar lo real de lo ficticio que de ahí consumen. En seguida, se analiza la identificación que las entrevistadas mostraron con ciertos personajes de la serie.

Para comenzar, es notable que las cinco entrevistadas expusieron simpatía por personajes femeninos. Lo anterior, se relaciona con lo revelado por Montesinos (2002) con relación a la identidad genérica, pues dice que el género es una vía para entender el rol propio y después entender los roles de los otros:

Luisa: “Yo creo, que si yo fuera... tipo si yo fuera uno de ellos, sería como Izzie, que es como más este... no sé, no es tan neurótica como los otros. Es la que fue modelo, se me hace como que con ella, porque esta Cristina es demasiado neurótica y Meredith también”.

Adriana: “(...) si me tengo que identificar pues (pensativa) con al Dra. Bailey (...) Por feminazi (risa)”.

Carolina: “¿Que me identifique con él? Estaría como que entre la china jajaja o japonesa y Meredith, no... más la china, es que yo soy así de que me cuesta demasiado expresar sentimientos y en ese sentido me parezco mucho a ella, puede ser”.

Catalina: “Yo siento que ha sido el personaje que más cambio ha tenido, no es el

personaje central, pero es el personaje que a mi gusto ha tenido más cambios. Una transformación más grande”.

Se puede apreciar que los personajes con los que se identifican las entrevistadas no son los centrales; sin embargo, son personajes que por sus características, se relacionan con algunas características de sus propias identidades como mujeres (en el caso de Carolina) o de alguna particularidad que les gustaría apropiarse a sus identidades (Adriana). Por otra parte, aunque parece que se definen a través de las características de los personajes femeninos, los masculinos también cobran importancia:

Catalina: *“Shepperd es un hombre que a lo mejor no es tan guapo, pero tiene un carisma, o al menos el rol que juega dentro de la serie hace que, de repente, ya se te hace guapo, ya lo ves tanto que empiezas a verlo guapo”.*

Adriana: *“El Dr. Burke me cae muy bien, además a cada rato le da cachetadas con guante blanco a Cristina, bien elegantemente, además es muy inteligente”.*

Luisa: *“Dr. Shepperd (risas)...es bien bueno, es bien lindo, es el novio ideal (...) es que ver cómo trata a Meredith, y se preocupa un chorro por ella, este... siempre le guarda así como que su respeto, no sé. O sea, me encanta cómo se llevan ellos dos, se llevan súper padre”.*

Es interesante que, a partir del reconocimiento de los personajes masculinos, definan el rol de los otros como novios, o como profesionistas. Esto también confirma la perspectiva de Montesinos (2002) en donde expone que “los hombres se definen por medio de las mujeres y viceversa, en consecuencia ambos interactúan de determinadas formas”. Asimismo, el punto de vista de Giménez (2002) en el que expresa que la primera función de la identidad es definir límites entre un nosotros y los “otros”.

MOTIVACIONES PARA VER LA SERIE

Aprendizaje

Sólo tres de las entrevistadas hicieron referencia al aprendizaje o ausencia de éste mientras consumen la serie. Cautivó la atención de las investigadoras el hecho de que ninguna de ellas afirmara obtener alguna enseñanza de la serie, salvo el rescate de un mensaje final que se transmite al final de cada capítulo. Incluso, una de las entrevistadas (Mónica) menciona que no permitiría que sus hijos vieran Grey's Anatomy:

Mónica: “Pues hablando de valores ¡ninguno! ¿Cuál? ¡Nada! todo mundo se mete con todo mundo, a la mejor por eso la pasaron a las 10 (risas). Yo a mis hijos no los dejaría ver eso, ni por error la verían”.

Luisa Fernanda: “En un nivel muy, muy bajo, o sea, digo, porque sí cada capítulo que ve como que un tema. Por ejemplo, el de los secretos, o entonces como que y siempre los casos que ponen ahí tienen algo que ver con el problema que está tratando y al final del capítulo siempre, sí hay como que un mensaje que te deja, pero no es así como que la serie la veo porque es super humanística”.

Carolina: “Pues en realidad nada, simplemente entretenimiento. No, o sea, no aporta nada cultural, ni así algún valor agregado que me dé a mi vida... no”

Contrario a lo que afirman Carolina y Mónica, Morley (citado por Lozano, 1996; p. 167) asegura que no existen mensajes que no reflejen ciertos valores y visiones del mundo y omitan otros. Siguiendo su postura, incluso si Grey's Anatomy fuera considerado un programa de naturaleza trivial, en su trama existen un buen número de mensajes muy importantes sobre las actitudes sociales y los valores.

Las entrevistadas, de acuerdo a la Teoría del Cultivo (Gerbner citado por Cohen y Weimann, 2000), pasan por dos procesos: en el primero de ellos, mainstreaming, reciben la concepción de la realidad planteada en torno a los valores dentro de la trama de Grey's

Anatomy; en el segundo, realizan una comparación entre estos valores y los que ellas predicen en sus experiencias cotidianas. Como no existe una aproximación entre estas dos realidades, se rechaza que exista una transmisión televisiva de valores en la serie.

Trama y personajes

De las entrevistas realizadas, tres de ellas expresaron que uno de los aspectos que las incentivan a ser consumidoras de la serie es la trama que se entreteje conforme avanzan los capítulos. Catalina destaca que uno de los atractivos que encuentra en Grey's Anatomy es el dinamismo, el surgimiento y la resolución continua de casos. Por otro lado, Mónica se inclina hacia el género de comedia que le atribuye a la serie; Adriana asegura que la trama no genera estrés y es muy digerible.

Catalina: “Me gustó por la relación que llevan los internos, hay unos alumnos, son cinco”.

“Pero lo que más me gusta del programa: la acción, o sea rápido. Los problemas que se dan y cómo los solucionan. Obviamente, hay también relaciones de pareja, pero no es así el punto principal por el cual me guste la serie, sino la trama en general”.

Mónica: “Ésta como tiene medio comedia, ER era muy seria, ¿cuándo había comedia? Nunca, y acá a veces hay comedia, de repente hay drama, como que hay todo, está como que más variado, y eso es lo que me tiene en la historia”.

Adriana: “Me gusta que los personajes son como muy reales, no sé, o sea, que no son tan estereotipados (...) Y no sé, la trama está chida”.

“Diversión, la verdad creo lo único (risas) y me ayuda a conocer sobre casos médicos que yo no sabía que era posible que pasaran”.

“Los temas son más digeribles y menos estresantes. Sí, no llega a ser novela como The OC y tiene más formato de serie que de telenovelas. En el formato de serie hay un hilo conductor, pero en cada capítulo hay un caso, pero sin llegar al drama extremo...”.

Las tres entrevistadas coinciden en el carácter de entretenimiento que aporta Grey's Anatomy a sus vidas, una trama que se caracteriza por ser ligera y que resuelve un caso por capítulo. Estas motivaciones que tienen las entrevistadas para encender la televisión y consumir la serie, han sido contempladas en la clasificación que hace McQuail (1987) dentro de un grupo llamado “entretenimiento”, que se diversifica en: escapar de los problemas, desestresarse y descargar emociones.

Incertidumbre de qué va a pasar

Dos de las entrevistadas, Mónica y Adriana, manifestaron que una de sus motivaciones para ver la serie es el enganche que produce la trama en ellas y que les genera el nivel de incertidumbre necesario para querer ver el siguiente capítulo.

***Mónica:** “Es que tiene situaciones que siempre te dejan ¡chin! O sea, pasa el capítulo y te resuelven lo que te habían dejado en incógnita el pasado pero te meten algo para dejarte picada, y decir ¡chin! Ahora la tengo que volver a ver porque (risas) quiero ver qué pasó”*.

***Adriana:** “Un día llegué a mi casa prendí la tele y empecé a verla y me piqué y pues ya ahora la veo casi siempre aunque la cambien de horario y toda la cosa”*.

Kubey (1991) hace referencia precisamente a este fenómeno, indicando que, además de estar experimentando un estado de relajación y pasividad que resultan agradables al telespectador, las compañías productoras hacen promoción constante de los programas subsecuentes que actualmente están siendo transmitidos, con el fin de “enganchan” al telespectador y así cautivando a las audiencias. La trama de Grey's Anatomy se va

entretejiendo de forma que el televidente ansíe volver a estar en contacto con la serie para saciar su intriga de qué ocurrirá después.

En la categoría específica de Motivaciones que las televidentes tienen para ver la serie, se concluye que éstas principalmente la consumen con fines de entretenimiento, negando que exista contribución alguna a su formación académica o moral (las entrevistadas rechazan estar aprendiendo algo de la serie; asimismo, rechazan la presencia de valores en la misma). Finalmente, se desea puntualizar que las entrevistadas manifiestan sentir una necesidad por saber qué ocurre después de que finaliza un capítulo; por tanto, se mantienen en un estado de alerta o expectativa que las conduce a encender la televisión nuevamente y ver *Grey's Anatomy* sin perder hilo de la trama.

CONCLUSIONES

De acuerdo con estos datos, las entrevistadas son *heavy viewers* porque ven más de tres horas diarias de televisión o ven más de 15 horas a la semana, el promedio internacional considerado como alto. Lo anterior tiene relación con la teoría de Gerbner sobre la exposición a los medios: el efecto principal de la sustitución progresiva de valores y conceptos puede apreciarse en las emociones del individuo, quien evidencia miedo o ansiedad ante la realidad, pues llega a creer que puede ser como las ficciones televisivas (Lozano, 1997; p.104). Se crea una relación entre la experiencia previa de las entrevistadas con el mundo de la medicina y lo que consumen de la serie. Sin embargo, lejos de interiorizar directamente lo producido por la televisión, ven y buscan información que consideran confiable, o simplemente lo comparan con las situaciones que ya les ha tocado vivir y construyen su propio cuadro de la realidad, resultado que se adecua a más a la teoría creada por Morley (1993).

Morley (1993) plantea que más que creer o no creer lo que la televisión presenta como real, lo interesante es la capacidad del individuo para contrastar lo presentado por la televisión con su vida diaria, y aquí es dónde el concepto de “realidad” adquiere otro significado. Quizás se encuentre una relación mayor con la profesión del médico por el contexto en el que se mueven las entrevistadas.

▪ **Telespectadoras críticas**

Aunque se reporta un alto grado de consumo televisivo, hecho que podría ser síntoma de pasividad, se encontraron indicios de una audiencia activa que descompone y analiza lo que está viendo en el televisor. En principio, porque las cinco han tenido algún tipo de experiencia con la medicina, y existe una tendencia a confirmar lo visto en la televisión para establecer las fronteras entre lo real y lo ficticio. Aunado a ello, las cinco entrevistadas tienen un nivel educativo universitario, lo que las convierte en mujeres preparadas que además tienen una mediación institucional (Orozco citado por Lozano, 1996) que las invita a hacer un descomposición de lo que ven en la serie. Esto confirma que existe una negociación activa en el consumo y apropiación de mensajes por parte de

las espectadoras (Orozco, 1991); además, reafirma la postura de Budd, Entman y Steinman (1990), quienes señalan que el alto grado de exposición a la televisión no es sinónimo de pasividad en las audiencias, ya que éstas son críticas.

Una vez más se comprueba que cada una de las entrevistadas percibe la realidad de manera subjetiva, de acuerdo a su contexto cultural (Fiske, citado por Lozano, 1996; p.167) y cada una llena esa realidad (o realidades) de sentido con sus “repertorios culturales” (Giménez, 2002). Una forma en que las entrevistadas llenan de sentido esa realidad es confirmando su existencia en sus contextos inmediatos. Otra es reconocer los comportamientos correctos e incorrectos de los personajes, de acuerdo a sus perspectivas propias.

- **Motivador principal de consumo: entretenimiento**

Por otro lado, se encontró que las televidentes tienen diversos motivos para ver la serie, pero el común denominador de todas ellas es el entretenimiento. Cualquier posibilidad de aprendizaje pedagógico o moral queda relegada, ya que de acuerdo a las respuestas obtenidas en las entrevistas, no se reportan indicios de valores o enseñanzas. En este punto se desea añadir que las entrevistadas manifiestan sentir una necesidad por saber qué ocurre después de que finaliza un capítulo; por tanto, se mantienen en un estado de alerta o expectativa que las conduce a encender la televisión nuevamente y ver Grey's Anatomy sin perder hilo de la trama.

- **Identidades reafirmadas**

Resulta interesante que la identificación que tienen las entrevistadas con los personajes, son femeninos, y además secundarios. Ninguna expresó simpatía por Meredith Grey, quien tiene el rol principal en la serie; por el contrario se identificaron con personajes que (de acuerdo con lo expresado por las entrevistadas) mantenían características similares a las suyas. En consecuencia esta identificación afirma que la identidad consiste en trasladar elementos de la serie que les significan algo a las

televidentes.

Por otro lado, sus identidades no se han definido por el consumo de la serie; contrariamente, son las vivencias previas las que van determinando el valor que le otorgan a cada uno de los personajes; en este caso, lejos de definirse a través de la serie, reafirman sus identidades propias. Además no se mostraron indicios de un traslado de lo consumido en la serie a sus vidas cotidianas, lo que hace pensar que si bien pasaron por un proceso de atención y percepción, así como de comprensión y asimilación, el último paso, de apropiación y significación, no tuvo ninguna relevancia en el proceso (Orozco, 1991).

■ **Futuras investigaciones**

Los resultados del presente estudio pueden ser contrastados con otra investigación de la misma línea, pero con sujetos de investigación con características demográficas distintas, contemplando, por ejemplo, el sexo masculino. Ello podría denotar una diferencia de intereses, motivadores o identificación con los personajes que se obtuvieron de este estudio.

Se ha identificado un vacío de estudios empíricos que exploren las apropiaciones culturales e ideológicas que realizan los telespectadores de algunas series televisivas de diversos géneros; los pocos existentes se enfocan en la línea de la violencia. En este proyecto se trabajó con *Grey's Anatomy*, una serie de carácter médico, pero se podría replicar en programas de ficción u otro género.

Por limitaciones de tiempo, en el presente estudio no hubo una gran profundización en las entrevistas. Sería interesante que en las futuras indagaciones se dispusiera de un período mayor de exploración para dar continuidad a los casos y revelar nuevos hallazgos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRUYN, S.T. (1996). *The Human Perspective in Sociology: The Metodology of Participant Observation*. EUA: Prentice Hall.
- COHEN, J. & WEIMANN, G. (2000). Cultivation revisited: Some genres have some effects on some viewers. *Communication Reports*. Salt Lake City. Vol.13, Iss. 2; pg. 99, 16 pg.
- DEUTSCHER, I. (1973). *What We Say/ What We Do: Sentiments and Acts*. EUA: Scott, Foresman.
- EXPANSIÓN (1997). ¿Anunciarse en televisión abierta? Octubre 22, pp. 68 – 77.
- GERBNER, G.; GROSS, L.; SIGNORIELLI, N. y MORGAN, M. (1980). *Televisión Violence, Victimization ando Power*. *American Behavioral Scientist*, Vol. 23 No.5, Mayo-Junio 1980 705-716 1980 Sage publications, Inc.
- GERBNER, G. y GROSS, L. (1976). *Living With Television: The Violence Profile*. *Journal of Communication (Pre-1986)*; Abril 1976; 26, 2; ABI/INFORM Global pg.172.
- GERBNER, G., GROSS, L., MORGAN, M., & SIGNORIELLI, N. (1980). *The "mainstreaming" of America: Violence profile no. 11*. *Journal of Communication* 30(3), 10-29.
- GEERTZ, C. (1988). *La interpretación de las culturas México*: Editorial Gedisa.
- GIMÉNEZ, Montiel, G. (2002). “Paradigmas de la identidad”, en *Sociología de la identidad*, Chihuahua, México, Porrúa.
- HUERTA, J. (2004). No le cambies a mi novela: Dominación y Negociación entre géneros en el acto de ver televisión. *Comunicación y Sociedad*, Enero – Junio número 001. Universidad de Guadalajara pp.163 – 182.
- KUBEY, Robert (1991). *Television Addiction Theories and; is television a real addiction? Empirical studies of TV addicts, four theoretical models of TV addiction: why is television addictive and for whom? TV addiction and fantasy life TV*. *The American Behavioral*. 01-Nov-1991.
- LOZANO, José Carlos (1996). *Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas*. México; pp. 104-210.

- LOZANO, José Carlos (2002). *Oferta de Programas Televisivos Extranjeros en el Área Metropolitana*.
- LOZANO, José Carlos (2007). *Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas*. Pearson Education, México.
- MCQUAIL, Denis (1987): *Mass Communication Theory: An Introduction* (2nd edn.). London: Sage.
- MORLEY, David (1993). Active audience theory: Pendulums and pitfalls. *Journal of Communication*, 43(4), 13.
- OROZCO, Guillermo (1991). La Mediación en Juego: Televisión, Cultura y Audiencias. *Comunicación y Sociedad*, 10-11; pp. 107-128.
- OROZCO, Guillermo (1997). El Reto de Conocer para Transformar Medios, Audiencias y Mediaciones. *Comunicar*, 8; pp. 25-30.
- SEVERIN, W., & TANKARD, J., (2000). Effects of Mass Communication. En *Communication theories: origins, methods, and uses in the mass media*. (pp.262-289). E.U.:Addison Wesley Longman.
- TAYLOR, S.J., BOGDAN, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de Investigación*. España: Paidós ibérica.
- TORRES, M, GUTIÉRREZ, A. E. (2005). *Manual del curso Métodos Cualitativos de Investigación*.
- VALBUENA DE LA FUENTE, Felícimo (1997). *Teoría general de la información: “El análisis del cultivo”*. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense. Madrid. Disponible en: <http://www.fgbueno.es/edi/val/fvtgi39.pdf>

Fecha de recepción: 30 de septiembre de 2007

Fecha de aceptación: 31 de octubre de 2007