

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO



Universidad de El Salvador
Hacia la libertad por la cultura

**“CARACTERIZACIÓN DE LOS ESTEREOTIPOS QUE PROYECTA
EL PROGRAMA DE VARIEDADES “GRANDIOSAS” DE
TELECORPORACIÓN SALVADOREÑA”**

PRESENTADOS POR

DOUGLAS JOEL MARTÍNEZ GÓMEZ
NELSON HUMBERTO PEÑA
JUAN EMILIO VELÁSQUEZ MENJÍVAR

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR AL TÍTULO DE: LICENCIADOS EN
PERIODISMO**

Msc. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
DOCENTE DIRECTOR

Msc. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

AGOSTO 2012

CIUDAD UNIVERSITARIA SAN SALVADOR, EL SALVADOR

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

Ingeniero Mario Roberto Nieto Lovo
RECTOR

Máster Ana María Glower de Alvarado
VICE-RECTORA ACADEMICA

Licenciado Salvador Castillo Arévalo
VICE-RECTOR ADMINISTRATIVO INTERINO

Doctora Ana Leticia Zavaleta de Amaya
SECRETARIA GENERAL

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

Licenciado José Raymundo Calderón Morán
DECANO

Maestra Norma Cecilia Blandón de Castro
VICE-DECANA

Maestro Alfonso Mejía Rosales
SECRETARIO

AUTORIDADES DE ESCUELA Y/O DEPARTAMENTO

Licenciado Roberto Maza
DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO

Mcs Yupiltsinca Rosales
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

Mcs Yupiltsinca Rosales
DOCENTE DIRECTOR

DEDICATORIA

Terminar un proceso de grado es uno de los Logros más gratificantes de todo estudiante universitario, más cuando se trata de ser graduado de la Universidad de El Salvador, el Alma Mater, el ente de educación superior emblemático de este país no solo por sus tendencias o inclinaciones políticas sino también por ser una institución formadora de pensamiento crítico y social.

Comprometidos como profesionales con la realidad salvadoreña, con el objetivo que como profesionales en la licenciatura en Periodismo, seamos personas entregadas a nuestro trabajo y de esta manera aportar a la crítica, para formar una postura en la población, en cuanto a los mensajes que se transmiten en los medios, nuestro futuro trabajo.

Agradecemos infinitamente nuestros padres por permitirnos culminar nuestros estudios universitarios, por apoyarnos a lo largo de nuestra carrera, sin desmallar en los momentos más difíciles, por el contrario, ser el instrumento alentador para despertar las ganas por lograr nuestras metas, así como a nuestros familiares, amigos y compañeros que nos brindaron su ayuda en el paso por la ciudad universitaria.

Como dice el viejo refrán de los padres de familia “el estudio es la mejor herencia que nos pueden dejar”, puesto que es nuestra herramienta de trabajo y conocimiento para toda la vida, que podemos alimentar diariamente, pese a que el periodismo no es la carrera que más dinero puede brindar, si es la carrera en la que podemos ser entes participantes y cambiantes de la realidad de la sociedad.

Como grupo hacemos extensivos nuestros agradecimientos a todos los maestros que intervinieron en nuestra formación, a lo largo de la vida académica desde kínder hasta la Universidad, gracias por sus imborrables consejos y conocimientos que siempre estarán presente nuestra mente y corazón.

En especial agradecer a los docentes del departamento de Periodismo de la Universidad de El Salvador por cultivar siempre en nosotros el empeño de ser profesionales comprometidos con nuestra realidad salvadoreña, Gracias Mcs Yupiltsinca Rosales por brindarnos su apoyo y así juntos lograr escribir cada página y capítulo de este libro llamado "TESIS".

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁG
Introducción.....	6 - 7
I. Definición del objeto de estudio	
1.1 Planteamiento del problema.....	8 - 13
1.2 Justificación.....	14 - 18
1.3 Objetivos.....	19
II. Metodología	
2.1 Antecedentes del objeto de estudio.....	20 – 23
2.2 Perspectiva o paradigma teórico.....	24 – 27
2.3 Metodología.....	27 – 29
2.4 Sistema de conceptos.....	29 - 32
III. Recolección de datos	
3.1 Reuniones y entrevista.....	62 – 87
3.2 Percepción de la investigación.....	88 – 92
3.3 Resumen de la semana monitoreada.....	92 – 94
3.4 Análisis.....	94 – 107
3.5 Conclusiones.....	108 – 110
3.6 Recomendaciones.....	111 - 112
Fuentes consultadas.....	113 – 115
Anexos.....	119 - 120

INTRODUCCIÓN

Este trabajo contiene la investigación y análisis de “La caracterización de los estereotipos que proyecta el programa Grandiosas de Telecorporación Salvadoreña”. El estudio presenta un abordaje de la temática de forma cualitativa, teniendo como principal propósito Caracterizar los estereotipos que proyecta a la audiencia. Además, la presentación y profundización del Paradigma Crítico Dialéctico, regidor del análisis, y un sistema de conceptos con definiciones relacionadas al tema.

También se hace referencia a datos que ayudarán a entender mejor el origen de Grandiosas, entre estos: Antecedentes de programas extranjeros y apegados a la producción televisiva que se investigó, programas nacionales similares que se presentan como la competencia en el mercado televisivo y datos de otras tesis que sirvieron como apoyo y fuente durante la construcción de este proyecto.

Durante la lectura de este trabajo se encontrará el análisis de dos grupos focales que sirvieron como muestra, la postura de la producción del programa y un apartado que define la posición del grupo investigador con sus respectivas variables en torno a la temática y un pequeño análisis de los programas monitoreados durante el período de Semana Santa.

El proyecto contiene la postura directa de una de las personas que tienen mayor peso dentro de las decisiones del programa, Luciana López la productora de Grandiosas, se valoró una única entrevista ya que jerárquicamente López representa una de las partes fundamentales del mismo.

La técnica utilizada para la recolección de datos (Grupos Focales) se encuentra ampliamente detallada, y se describe que se tomó como muestra un grupo formado por estudiantes de Periodismo de la Universidad de El Salvador, y otro grupo focal constituido por los residentes del municipio de Soyapango.

En este apartado se pueden ubicar los nombres de las personas que integraron la muestra focal, sus opiniones de manera textual y la viabilidad y problemas que se encontró para desarrollar la técnica.

El proceso emisor-receptor está presente a lo largo del desarrollo de esta tesis, este fenómeno comunicativo se constituye en uno de los hilos conductores que rigen el estudio ya que se interrelaciona la parte productora y creadora del programa con el público que lo observa diariamente, ya que los estereotipos en esta clase de programas viajan de forma vertical y unilateral con mínimas posibilidades de respuesta.

Este trabajo contiene el análisis del grupo investigador, que resultó de la fusión y estudio de la percepción de ambos grupos focales, donde se desarrollaron estructuras, contrastes, acuerdos y similitudes guiadas por palabras claves que se consideraron como puntos estratégicos necesarios para guiar la elaboración del estudio.

Al final se descubre el nivel de aceptación que tienen los estereotipos que proyecta Grandiosas a su audiencia, en qué forma las personas que se sienta en su casa a ver este programa toman como propio los mensajes que reciben, o por el contrario se resisten a ellos.

I. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1. Planteamiento del problema

A lo largo de la historia, la sociedad salvadoreña ha manifestado una dependencia cultural muy grande con relación a las sociedades más desarrolladas como la europea y la estadounidense, principalmente, el proceso de transculturización se ha generado de manera clara a través de los mensajes que diversos medios de comunicación proyectan en sus programas, y todos los mensajes van dirigidos a su público

Uno de los problemas que se pueden apreciar es el surgimiento de estereotipos, en los cuales encontramos inmersos algunos estilos de vida, dichos estereotipos se centran en el comportamiento que el ser humano debe tener de acuerdo a su sexo, y los roles que debe desarrollar de acuerdo a éste, por ejemplo: el papel que debe jugar cada persona dentro del matrimonio, las actividades recreativas que debemos practicar, la manera en que debemos lucir y cómo debemos vestirnos para llenar ciertos parámetros que se consideran “normales” dentro de la sociedad; este tipo de actividades asume el público al consumir la programación de la televisión.

Antes que nada debemos partir entendiendo a qué nos referimos cuando hablamos de estereotipo, y de manera sencilla podemos decir que “es un prejuicio aceptado por un grupo, acerca de un personaje o un aspecto de la

estructura social¹”; también se entiende como un patrón o modelo de cualidades, características o conductas; en este caso las personas como público reciben ciertos mensajes de los medios de comunicación y los asumen como verdaderos, se apropian de ellos, aceptando y asimilando como correctos los valores y normas que ahí se presentan.

El programa “Grandiosas” de Telecorporación Salvadoreña (TCS) maneja un esquema similar a un proyecto mexicano llamado “Netas Divinas” (Programa de la cadena Mexicana Televisa), lo cual indica que se ha generado una transculturización, no solamente con ciertos mensajes sino también con el formato del programa en cuestión que se lleva al público televidente.

Partiendo de lo anterior debemos preguntarnos entonces ¿qué es lo que motiva y genera la agenda temática del programa? Y una de las posibles respuestas es que si en otro país tuvo gran aceptación por parte del público, aquí se esperaba tener el mismo resultado, lo cual refleja el aspecto y la importancia comercial del espacio televisivo que se presenta, ya que es el público el que le da la aceptación.

Sin embargo, el aspecto comercial no es lo que debe alarmarnos, ya que los medios de comunicación son empresas que tienen como finalidad la generación de utilidades. El verdadero problema se presenta cuando los estereotipos implícitos en el mensaje generan efectos negativos en la

¹ Diccionario Enciclopédico Océano Uno Color, (2001), Barcelona, Océano Grupo Editorial, pág 643

sociedad, moldeando el comportamiento y la concepción que el público tiene referente a diversas cosas.

Para el desarrollo de la investigación abordamos la temática desde el Paradigma Crítico Dialéctico (conocido también como enfoque marxista y plantea que las ideas de la clase dominante son las que prevalecen), a través del Imperialismo Cultural², derivada de la Escuela latinoamericana ya que partimos de la idea que el programa “Grandiosas” proyecta estereotipos a su audiencia e influye o moldea de alguna manera el pensamiento de la misma, a través de la inyección de intensos mensajes que a diario se presentan en el programa.

Haremos a un lado el aspecto estadístico o cuantitativo y pondremos mayor atención en lo cualitativo, pues no nos interesan las frecuencias sino más bien la forma en que se presenta el fenómeno, cómo se desarrolla y las implicaciones del mismo en los distintos estratos sociales de la población, tanto clase media como en clase baja.

Cuando hablamos de una metodología cualitativa nos referimos a que trabajamos con planteamientos abiertos y no delimitados como en la cuantitativa, no direccionados en su inicio, están fundamentados en la experiencia y la intuición, también se aplican a un número menor de casos ya que se trabaja con micro realidades. Los planteamientos cualitativos son

²LOZANO, José, (2007), “Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas”, Pearson Educación Segunda edición en español, México, pág 79.

orientados a aprender de experiencias y puntos de vista de los individuos que consumen el programa, valorar procesos y crear teorías fundamentadas en las perspectivas de los participantes, que dieron la percepción que tienen del programa y el entendimiento del fenómeno en todas sus dimensiones³.

Todos estos elementos son propios de la investigación cualitativa, ya que la de carácter cuantitativo funciona con planteamientos contrarios a los anteriormente planteados.

Dentro de la investigación también debemos tener presente la manera en que los estereotipos se promueven o se transmiten hacia la audiencia, ya que muchas veces el público adopta ciertas conductas sin darse cuenta, y todo viene dado como una imitación del comportamiento de los personajes que se nos muestran en los programas, por ejemplo: el lenguaje que utilizan y los conceptos de belleza que se maneja en un mundo que está muy lejos de la realidad de la mayoría de los receptores del programa.

Es ahí donde radica el efecto negativo, porque para el caso de la belleza, el emisor presenta una serie de parámetros para decir que una persona es bella, en el caso de la mujer casi siempre se plantea que debe ser delgada, vestir prendas a la moda, seguir las tendencias actuales en el corte del cabello y

³BAPTISTA, Pilar y otros, (2006), "Proceso de la Investigación Cualitativa", Mc Graw-Hill Interamericana Editoriales, pag. 525.

peinado del mismo, pero ¿cómo nos hacen llegar ese mensaje? Primero, con el aspecto de las presentadoras, seguido de las temáticas abordadas y por último con la publicidad de una tienda de ropa, un salón de belleza, un spa, una tienda de calzado; este proceso lo sigue el público por medio de los segmentos que el mismo programa presenta, ya que refuerzan la idea de vender a la marca o patrocinador del programa.

Un estereotipo aceptado por un individuo nos lleva a un cambio en el estilo de vida de la persona, porque al final no se trata sólo del comportamiento o de la manera de expresarse, se trata de un ritmo de vida en el cual, la persona se vuelve dependiente de ciertas cosas, sin las cuales se considera desactualizada y llega a sentirse aislada del resto de la sociedad, provocando una dependencia que a la larga puede desencadenar en una conducta de consumo descontrolado.

Aunque los estereotipos pueden transmitirse a cualquier persona e incluso a la niñez, estos se desarrollan con el paso del tiempo y se fortalecen con diversos mensajes, en este caso nos basamos principalmente en los estereotipos que llegan a la mujer salvadoreña que sigue las transmisiones del programa “Grandiosas”, ya que son ellas quienes como público están expuestas y reciben los mensajes.

Sin embargo, no queremos decir con esto que la mujer es la única afectada, porque el cambio de actitud y comportamiento en una persona afecta a todo el núcleo familiar, por tal razón en este estudio tomamos en cuenta al público

masculino, lo cual resulta importante en esta investigación, y comprender de mejor manera cómo es el proceso comunicativo que se genera del emisor hacia el receptor por medio del mensaje y como llega éste a las diferentes clases sociales.

Otra situación interesante fue descubrir si las presentadoras tienen conocimiento pleno o no, sobre las temáticas que abordan en el programa o si se convierten en un atractivo visual para generar un mayor rating, además, si están conscientes que sus palabras y actitudes pueden influir en el pensamiento y generar cambios en las personas que reciben sus mensajes. También es importante saber de qué manera o en qué se basó el productor/a para elegir al elenco que conduce el programa.

Este fenómeno es mucho más complejo de lo que aparenta, porque viene con un arraigo cultural demasiado fuerte, debido a la misma dependencia que tenemos en nuestra sociedad de los productos extranjeros, en este caso culturales, con los cuales se implementan ideas y conceptos de cómo debe ser una nación, con la dificultad que se trata de sociedades muy distintas y termina en el dominio ideológico de una sobre otra.

Por tal razón, esta situación no puede verse desde una perspectiva inocente, ya que todos los mensajes llevan el propósito de transmitir algo a la audiencia, sin importar a quién esté dirigido (niñez, hombres, mujeres, adolescentes, etc). Es esta premisa la que nos dirigió a realizar tal estudio y la que tomamos como punto de partida para nuestro planteamiento.

1.2. JUSTIFICACION

La televisión salvadoreña en sus inicios se caracterizó por mostrar a su audiencia programación importada desde países norteamericanos, como en los casos de las novelas, conciertos musicales y de belleza, poco a poco fue evolucionando la modalidad de programas que se transmitían al público, al punto de llevarle programas que a nivel internacional han sido N° 1 en audiencia y son muy exitosos, ya sea por su contenido variado o por el tipo de temas o por generar ingresos publicitarios a las televisoras que lo producen.

Un ejemplo de ello son las famosas revistas matutinas, programas musicales, reality shows de canto, baile y actuación, así como los programas femeninos, en el caso de las revistas matutinas es un formato de televisión adoptado en El Salvador por programas de las cadenas internacionales como TELEVISA, TV AZTECA y TELEMUNDO, en programas como Hoy, Venga la Alegría, Levántate, entre otros.

Por otro lado, los programas femeninos son también una nueva modalidad de hacer ver la “Participación de las mujeres” en la televisión como una manera de inclusión de ambos sexos, donde hablan y dan críticas de temáticas de la realidad o del rol que juega la mujer en la sociedad, lo menos que hacen es dar un aporte a la realidad social del país; abordan temas de modas, convivencia social, espectáculos, entre otros, como para distracción del público televidente sobre la realidad del país.

Llevar al público, entonces, realidades yuxtapuestas, debido a que son realidades diferentes, en contexto social y cultural, que de una forma directa se pretende cambiar o comparar con la realidad salvadoreña, situación poco comprensible debido a que la población salvadoreña no está en la capacidad adquisitiva como para adoptar esos estereotipos o estilos de vida.

Esta situación ocurre en países extranjeros que producen ese tipo de programas como Cristina, Laura y Netas Divinas, de este último proviene el programa "GRANDIOSAS" que hoy en día produce Telecorporación Salvadoreña, y del cual buscamos caracterizar los estereotipos que proyecta a su audiencia.

En el programa original del cual proviene "Grandiosas" daban a conocer de forma auténtica la personalidad de sus presentadoras, a través de ellas inyectaban diversas ideas a la audiencia, de modo que hacían una revista para todo tipo de público con temas de actualidad y de interés a la audiencia, al mismo tiempo que vendían espacios publicitarios de sus patrocinadores, misma dinámica que realiza "Grandiosas", aunque la versión original no llenó del todo las expectativas del público mexicano.

Todo un formato similar es el que está produciendo Telecorporación Salvadoreña por medio de "Grandiosas", ya que este formato importado ha cobrado relevancia entre adolescentes y personas adultas, más que todo en mujeres, quienes consumen el programa y se nutren de los temas a los cuales se exponen a diario.

De cierta manera, “Grandiosas” ha despertado interés en el público por sintonizar el programa que se transmite de lunes a viernes en canal 6 de TCS (de 12:30 pm a 1:30 pm), pero al mismo tiempo es un espacio que abre condicionantes para cambiar o modificar la cultura de las personas en su forma de pensar, actuar y comportarse en su vida diaria, más que todo en la vida familiar, sobre cómo enfrentar los problemas de familia, trabajo y amistades.

Si bien es cierto hay muchas ideas, conductas, formas de pensar y estigmas preestablecidos que el público ya los conoce, a pesar de ello no los toma en cuenta en su vida, es hasta que otras personas se lo manifiestan, como por ejemplo las presentadoras de distintos programas, en este caso de “Grandiosas”, que le dan mayor credibilidad a lo que se dice en televisión, y eso pueda causar problemas como cambios de actitud y de pensamiento en la audiencia, así como una forma normal de ver la vida con patrones culturales dentro de la sociedad.

Los estereotipos como patrones y modelos de cualidades, características y conductas sobre ideas que son aceptadas en la sociedad, pueden en un largo plazo provocar en la recepción una aceptación errónea de las prácticas sociales que realizan; los estereotipos pueden convertirse en un arma letal para perder la cultura de país y adaptar culturas norteamericanas que no encajan en la vida económica de la población, por no tener la disposición económica para darle vida a esos estereotipos.

La caracterización de los estereotipos que proyecta “Grandiosas” puede abonar en la carga académica, en carreras como Comunicaciones y Periodismo, en las asignaturas de Presentación de Noticias para Radio y Televisión, Publicidad y Ética periodística, ya que puede este tipo de estudios inculcar en no seguir impulsando este tipo de ideas en los estudiantes, además de hacer reseña sobre los efectos que estos han tenido y tendrán al continuar implementándose en la sociedad, ya que traen consumismo y pérdida de la cultura en el público.

La investigación nos dará la oportunidad de profundizar en el tema desde los mensajes y la producción que tiene el programa “Grandiosas”, la factibilidad de acercamiento a la producción del programa es porque en TCS contamos con una persona relacionada con nosotros, quien es periodista de la Telecorporación Salvadoreña y como parte de la empresa nos contribuirá a facilitar el contacto con la producción del programa y desarrollar a plenitud la investigación.

Además, para tener un acercamiento a lo que se pretende con el programa en cuanto al abordaje e interpretación de la agenda temática, estaremos en contacto con el equipo de producción de “Grandiosas”, en este caso con la productora ya que es ella la que dirige a todo su equipo humano, además de estar en contacto con los miembros de los dos grupos focales, cada uno de diferente estrato social, para tener perspectivas diferentes sobre los mensajes que emite el programa.

Dentro del desarrollo de la investigación se prevé que las personas implicadas serán: la productora, algunas presentadoras y los miembros de los dos grupos focales, quienes son las personas directamente involucradas con nuestro objeto de estudio.

1.3 OBJETIVOS

General

- Caracterizar los estereotipos que proyecta a la audiencia el programa de variedades “Grandiosas” de Telecorporación Salvadoreña (TCS).

Específicos

- Realizar un análisis de contenido cualitativo del programa “Grandiosas” de Telecorporación Salvadoreña (TCS).
- Determinar los criterios que rigen la agenda temática del programa “Grandiosas” de Telecorporación Salvadoreña (TCS).
- Identificar por medio de los grupos focales los estereotipos que “Grandiosas” presenta a su público.

CAPITULO II

2.1 ANTECEDENTES DEL OBJETO DE ESTUDIO

Después de más de un año y medio de planear la conformación del Staff y formato del programa “Grandiosas” de Telecorporación Salvadoreña (TCS), el día esperado del estreno llegó el 8 de agosto de 2011. Las presentadoras Verónica Guerrero, Luiza Manga, Regina Cañas y María Elisa Parker salieron al aire con el programa a las 12:30 pm a través de la señal de canal 6 de TCS.

Ellas conforman el staff oficial de “Grandiosas”, luego de varias pruebas de presentadoras que realizó la producción, donde se mencionaron nombres como Edith Marroquín, ex presentadora del espacio informativo Tele 2, Kathya Carranza, actual presentadora de Noticias 4 Visión y Mónica Casamiquela, presentadora del Noticiero de canal 6.

Tras el trabajo de varias pruebas pilotos del programa se conformó el actual staff de presentadoras incluyendo a Luiza Manga, quien venía de canal 12; Verónica Guerrero, quien retornaba a la pantalla tras su salida de Domingo para Todos; Regina Cañas y su drástico cambio de público y María Elisa Parker, quien pasaba de un noticiero a un programa catalogado de variedades.

De acuerdo con los lineamientos de la producción, cada una de ellas cuenta con una diferencia de edades, las cuales las hace peculiares y sin igual, ya que pueden exponer y contraponer experiencias, vivencias y opiniones diferentes con diversas temáticas durante cada programa.

Este programa es una nueva apuesta de TCS, para llenar las expectativas del público, donde cada programa cuenta con un invitado especial para aclarar las dudas sobre la temática que a diario abordan en el espacio de entrevista; además, con las secciones como el reportaje, confesiones y la Grandiosa del Día, es como complementan el programa. También la apertura en vivo de las redes sociales como Facebook y Twitter permite al público televidente y cibernético dar su opinión sobre el tema del día.

En repetidas ocasiones las “Grandiosas” han reiterado al público que no son un programa de revista televisiva, más bien es una tertulia entre amigas; es decir, un encuentro donde opinan y comentan del tema del día, como lo catalogan ellas, al inicio del programa, además manifiestan que hablan sobre temas que en la sociedad son vistos como un “mito” o un “tabú” y los manejan con el debido respeto que la audiencia se merece.

“Grandiosas”, nace en medio de programas similares de televisoras nacionales que son competencia para TCS. Como el programa “Sin su Permiso” de canal 33. Éste es un formato de programa de debate femenino, en el cual 3 mujeres abordan un tema en cada programa semanal que se transmite, opinan, discuten y comentan abiertamente temas de carácter político, económico y social del país.

Además el programa de “De 50 a 20”, que canal 12 lanzó al aire en abril de 2011, en el que 4 mujeres con edades alusivas y representativas al nombre

del programa manejan temas diversos, con una perspectiva dinámica y atrevida, con el fin de refrescar la cartelera en la televisión nacional.

Los dos programas anteriores son transmitidos una vez por semana y retransmitido los fines de semana, ésto, de acuerdo al público, tendría que ser a diario para crear un ambiente más interactivo con ellos, aspecto que incluyó canal 12, cuando el 4 de julio de 2011 sale al aire el programa “Milena tu Amiga”, siendo el primer programa de género “Talk Show”, rompiendo esquemas y generando polémica.

Este programa es conducido por la ex – Miss El Salvador, Milena Mayorga, ex – presentadora de TCS y quien ahora pertenece al elenco de presentadoras de canal 12, luego de estar en la revista matutina “Hola El Salvador”, Milena pasa a una faceta diferente de su profesión, conducir un programa a diario con público presente en el estudio, donde se genera polémica y controversia entre el público y los televidentes.

Así, “Milena tu Amiga” se convierte en la competencia de programación de “Grandiosas” de TCS, ya que el primer Talk Show salió al aire un mes antes que “Grandiosas”; pese al enorme reto de las “Grandiosas” se prevé que la prueba fue superada y en poco tiempo de estar al aire le ganaron audiencia a “Milena tu Amiga”, ésto es un abonado al dinamismo, experiencia y energía de sus presentadoras, quienes a diario interactúan con el público en televisión y en las redes sociales.

Han transcurrido poco más tres meses desde que “Grandiosas” está al aire y han logrado posicionarse en la audiencia, ésto debido a los temas que diariamente abordan y permiten a su público dar su punto de vista y conocer más sobre determinadas temáticas, tal vez no controversiales, exponen más las experiencias y vivencias que pueden abonar a crear conciencia y cambio de actitud en los televidentes.

En cuanto a los trabajos que se han desarrollado con anterioridad, y que pueden tomarse en cuenta por la similitud en el objeto de estudio, se encuentra una tesina, desarrollada en el año 2011 por estudiantes del Departamento de Periodismo, en la cual se plantean los usos y las gratificaciones que el público le puede dar al contenido de un programa⁴.

Esta investigación nos da una idea de cómo funcionan este tipo de programas con relación al público al cual llegan, por esa razón resulta importante mencionarla.

⁴ AMAYA, Roxana Beatriz, GUZMÁN, Cristina (2011), “Usos y gratificaciones que encuentran los habitantes del Cantón La Palma, San Martín, San Salvador, en el reality show Bailando por un sueño”, El Salvador

2.2 PERSPECTIVA O PARADIGMA TEÓRICO

Nuestra investigación ha sido desarrollada bajo la perspectiva o Paradigma Crítico Dialéctico, también conocido como Marxista, nos hemos decidido a trabajar así ya que este paradigma nos permite ver los factores que intervienen en la producción de la información, así como la influencia social de la misma.

En esta corriente de pensamiento “se aboca a estudiar los desequilibrios de los flujos internacionales de comunicación, así como los patrones de propiedad y de concentración de las empresas transnacionales relacionadas con ellos⁵”.

Partimos con dicha perspectiva ya que desde el principio del trabajo se plantea la idea de que el programa “Grandiosas” de Telecorporación Salvadoreña (TCS), proyecta una serie de estereotipos al público al que va dirigido (principalmente mujeres), que en la mayoría de los casos no están conscientes de tal situación, y es por medio de esta perspectiva que pretendemos analizar el por qué de este fenómeno y los mensajes que se proyectan.

Según el Paradigma Crítico Dialéctico, los medios pueden liberarnos o esclavizarnos, en este caso por medio de los mensajes que se transmiten a la audiencia. Además dice que son las ideas de la clase dominante las que prevalecen, y la ideología constituye un instrumento de manipulación y legitimación; es eso precisamente lo que pretendemos demostrar al final de la

⁵ Lozano, Carlos, Op-Cit, pág. 80.

investigación, por supuesto, con las características propias del objeto de estudio planteado anteriormente.

Esto nos remite a la idea de que los países subdesarrollados poseen una dependencia cultural de las naciones desarrolladas o de primer mundo, ya que en países como El Salvador, se llega a actuar por imitación al ver las actitudes y comportamientos de la gente en los programas o de manera generalizada en los contenidos que vienen de las grandes potencias.

En el caso de “Grandiosas” de Telecorporación Salvadoreña (TCS), existe el antecedente que nos indica que es una derivación de un programa mexicano llamado “Netas Divinas”, adecuado a las condiciones de nuestro país pero manteniendo la esencia del programa original.

Debido a lo anterior podemos apreciar el flujo de comunicación unidireccional que viene del extranjero, lo cual nos indica que hemos escogido la teoría correcta, ya que se acopla muy bien con el fenómeno que estudiamos y eso queda confirmado porque el objeto de estudio presenta las características que Carlos José Lozano expone en el libro: “Teoría e investigación de la comunicación de masas⁶”.

Para nadie es un secreto que las naciones latinoamericanas derivan muchos rasgos de su cultura de formatos o ideas extranjeras, aunque este proceso se lleve a cabo de manera inconsciente; sin embargo como se dijo anteriormente:

⁶ Lozano, Carlos, Op-Cit, pág. 80.

cada mensaje que se envía tiene un propósito implícito, nos quiere decir algo y sólo podremos comprenderlo de mejor manera si lo estudiamos detenidamente.

En cuanto a la Escuela, y tomando en cuenta el objeto de estudio que se investiga hemos determinado utilizar la escuela latinoamericana que inició con los aportes de la Escuela de Frankfurt. Decidimos basarnos en esta Escuela debido a que de ésta se derivan los estudios y la Teoría del Imperialismo Cultural. Es por eso que se facilita en gran medida la explicación del objeto de estudio.

Basando nuestra investigación en dicha Escuela, pudimos atención en el proceso de producción de la información y en la significación de la misma, ya que de esa manera entendimos mejor los estereotipos que se presentan por medio del programa “Grandiosas” de TCS.

El Paradigma Crítico Dialéctico es la base teórica fundamental de nuestra investigación junto con la Escuela Latinoamericana, del cual se deriva el Imperialismo Cultural, y consideramos que haciendo uso de dicho conocimiento pudimos desarrollar de mejor manera la investigación, pues cada uno de estos elementos nos condujo a una explicación del por qué en nuestra sociedad dependemos de otras culturas o de productos culturales que provienen del exterior.

Cabe mencionar que los fundamentos de este paradigma son críticos y es debido a esa naturaleza que tiene como finalidad: analizar la realidad social y criticar, y además se intenta identificar el potencial para lograr un cambio.

2.3 METODOLOGÍA

Definición de la muestra o corpus de análisis

El equipo productor del Programa Grandiosas conlleva un gran número de trabajadores de Telecorporación Salvadoreña (TCS), incluyendo gente de vestuario, encargado de transmisión, camarógrafos, productores hasta llegar a las presentadoras etc. Resulta difícil entrevistar a cada una de las personas involucradas directa o indirectamente en la realización de este programa, por ese motivo se abordó a las personalidades más representativas del mismo.

El equipo investigador decidió entrevistar a la productora de Grandiosas, Luciana López y a una de las cuatro presentadoras, ya sea: Verónica Guerrero, María Eliza Parker, Luiza Manga o Regina Cañas, por ser las personas quienes diariamente están manejando y decidiendo la variedad de contenidos e ideas que se abordan durante la transmisión del Programa.

La productora, por su cargo, juega un papel trascendental en la elección y fijación de los diversos contenidos, es quien decide los puntos a tocar en las diferentes emisiones; este caso Luciana López no es la excepción, pues tiene a su responsabilidad la decisión de elegir, quitar, evadir o retomar nuevamente

algún tema que ella considere conveniente o que por su contexto sea de importancia para el público objetivo de Grandiosas.

Por su parte, las cuatro presentadoras del programa, por su papel protagónico, es necesario que estén empapadas de los contenidos que abordarán en cada una de las transmisiones, por ello el grupo de investigación intentó conversar con las presentadoras a través de una entrevista, fue difícil, se agotaron todos los recursos para obtenerla y al final no fue posible debido a limitantes de tiempo y trámite administrativo que solicita la televisora para este tipo de actividades.

En el trabajo de investigación se trabajó con cinco producciones del programa Grandiosas, el grupo grabó durante una semana las cinco emisiones de esta producción televisiva, con el material recopilado se empezó el análisis y estudio de los diferentes estereotipos que presenta Grandiosas, a través de los temas que presentan a sus públicos, además las técnicas y estrategias que utilizan para hacer pensar o actuar a los mismos.

El programa Grandiosas es transmitido por canal 6 de Telecorporación Salvadoreña (TCS), en horario de 12:30 pm a 1:30 pm, la semana que se utilizó como muestra fue el período que comprendió del lunes 2 al viernes 6 de abril, esta fecha fijada en la vacación de Semana Santa sirvió para mostrarnos qué tipo de temáticas abordan durante las épocas festivas.

Si bien es cierto, en el trabajo investigativo se analizaron los estereotipos que provienen de los emisores, es decir, los que se transmiten al público por parte de la producción del programa, también se abordó a la audiencia que tiene “Grandiosas” en el país; este punto no significa que se hayan analizado de forma igual a los emisores y receptores, simplemente el grupo investigativo considera necesaria el análisis de los públicos en un estudio como éste.

Todo programa televisivo está vinculado a las audiencias, nadie puede negar que el rating en la televisión sea un factor que pase desapercibido en los estudios de marketing, por ello también los públicos entraron en esta investigación, ya que además de ser la parte a la que se deben este tipo de programas, también son sujetos receptores e interpretadores de los mensajes que se les presentan.

2.4 SISTEMA DE CONCEPTOS

Productor/Elenco: todo programa de televisión tiene un productor, quién es la persona encargada de crear la fase de producción de un programa y al mismo tiempo hacer llegar las herramientas necesarias para facilitar que se haga posible la realización del mismo; además un programa de televisión tiene un elenco que son las personas que se encargan de estar frente a las cámaras, en este caso son las presentadoras del programa “Grandiosas” de (TCS).

Investigación: es una actividad orientada a la obtención de nuevos conocimientos y por medio de ello, ocasionalmente dar solución a problemas o interrogantes que podamos plantearnos con respecto a la realidad.

Formato/Talk Show: el formato es una especie de carácter y estilo que tiene un programa de televisión y hacia dónde se dirige con su producción, dentro de los formatos de televisión existen los (Talk Show), estos son programas que generan polémica en el público televidente y presente en el estudio, sobre temas extremos de la realidad de la sociedad, como es el ejemplo de: El Show de Cristina, Señorita Laura, entre otros.

Tertulia: es una plática amena y en confianza entre personas que mantienen una amistad, suele darse para compartir temas en común o en desacuerdo, últimamente se ha incluido en los programas de televisión para darle mayor apertura de participación al público televidente.

Grupos Focales: los grupos focales los retomamos en la investigación porque se consideran como una técnica adecuada e idónea para tratar nuestro objeto de estudio, es muy utilizada en las ciencias sociales y estudios comerciales y consisten en la reunión de un grupo de entre 6 y 12 personas con un moderador encargado de hacer preguntas y dirigir la discusión.

Entrevista: la entrevista forma parte de las técnicas a utilizar, el grupo pretende realizar entrevistas con la productora y una o varias presentadoras para conocer de primera mano el punto de vista de los emisores. La entrevista

es un diálogo hablado entre dos o más personas: el entrevistador o entrevistadores que interrogan y el o los entrevistados que contestan.

Observación: la observación se utilizó para monitorear los diferentes programas que se calendarizaron; durante una semana se observaron las cinco emisiones de Grandiosas, para analizar los contenidos que retomaran durante esos días; esta técnica consiste en observar personas, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

Paradigma: la investigación se trabajó bajo el paradigma crítico dialéctico, también conocido como marxista, que fundamentalmente propone que la comunicación responde generalmente a los intereses de las ideologías dominantes y alienta la transculturización, en este caso a través de las comunicaciones con los diferentes estereotipos que nos proyectan programas como Grandiosas.

Contenidos: los contenidos que retoman programas como Grandiosas generalmente suelen ser variados, tocan temas como modas, joyas, temas de pareja, etc, copiando en la mayoría de casos a los programas matrices que vienen de Estados Unidos y México. Contenido se considera como el significado de un signo lingüístico o de un enunciado.

Público: es toda la audiencia que recibe mensajes por un medio, en este caso fueron las personas que ven el programa Grandiosas; dentro del público encontramos a los cibernéticos, que son quienes siguen el programa a través

de Internet y también los que de alguna manera interactúan; un ejemplo de ello son las redes sociales, mediante las cuales las personas pueden expresar sus opiniones referentes al programa, a las temáticas que se tratan en él, así como sus expectativas a futuro.

Las redes sociales son una herramienta muy utilizada actualmente de manera generalizada que de alguna manera permite una participación más activa del público.

Existen otros conceptos importantes y que están estrechamente ligados, dentro de los cuales destacamos:

Estereotipo y transculturización: se trata de una idea preconcebida que una persona tiene sobre algo y regularmente esas ideas llegan al público a través de los medios de comunicación y casi siempre tienen origen en otras culturas, pero que a fin de cuentas los receptores aceptan sin darse cuenta. De ahí viene el fenómeno de imitación, adopción y preferencia de las culturas extranjeras sobre la nacional y a eso le llamamos transculturización.

Cuando hablamos de transculturización y estereotipo no podemos dejar de lado al Imperialismo Cultural, y esto se trata de un enfoque del Paradigma Crítico Dialéctico que plantea la dependencia cultural que una sociedad tiene en relación a otra más desarrollada. La importancia de estos conceptos se debe a que Grandiosas es un programa que copia su formato de otro programa de una cadena extranjera y eso no da un punto de partida.

CAPITULO III RECOLECCIÓN DE DATOS

3.1 TRANSCRIPCIONES

Miércoles 25 de abril, 2012

Reunión con grupo focal 1 (Segundo año de Periodismo UES)

Nombres de los integrantes del Grupo Focal

Steffany Chavarría

Gabriel Castillo

Adalberto Fuentes

Samuel Aguirre

Aleida Bermúdez

Lilian Tobar

Lorena Villeda

Alexander Lemus

Alexis Juárez

Karla Ramírez

Karen Alas

Yesenia Yamileth Mejía

Nota: Dentro de la transcripción no se encontrarán los nombres de las personas sino una referencia como: **(Sujeto 1, Sujeto 2, etc)**

- No todas las personas acudieron el día de la reunión.
- En letra negrita se encontrarán las intervenciones de los miembros del grupo y entre paréntesis se encuentran las observaciones de palabras que no se entendieron para transcribir.

SESIÓN

Ahora es miércoles 25 de abril de 2012, nos estamos reuniendo para poder contar con su apoyo ¿ustedes son estudiantes de segundo año de periodismo, verdad? Si (voz grupal) ¿de qué materia son ustedes? Movimientos sociales en el salvador II (voz grupal), **estamos reuniéndonos porque ustedes han sido parte de nuestro público como grupo focal que monitoreo el programa Grandiosas de Telecorporación Salvadoreña durante la semana de vacaciones de semana santa y vamos a dar inicio a las preguntas que vamos a hacerles a ustedes como un tipo de conversatorio o una plática que vamos a tener a cerca de lo que les pareció el programa, cuál es el punto de vista que ustedes tienen vamos a iniciar con la primera pregunta, para iniciar si ustedes pusieron atención en el tipo de temáticas que se abordaron en ese programa bueno lo que lograron ver, este.. No sé si ustedes se fijaron ¿cuál es la temática que predominaba que tipo de temas se presentan allí?**

Sujeto 1: Si los programas que yo mire el primer programa que yo mire el primer tema era vacaciones en familia, qué harías por la belleza y.., **Sujeto 2:** la aerofobia

¿Alguien más que se recuerde de los temas?

Sujeto 3: que de danza, lugares turísticos.

Sujeto 4: también hablaron un día de la aerofobia justamente fue en la semana de vacaciones de semana santa lo hicieron un día miércoles si no me equivoco, **si el miércoles fue la aerofobia, si también trataron ese día de los diferentes jugos naturales que debemos estar haciendo, bebidas como frescas que puedes consumir en la vacación.**

Sujeto 1: otro tema que mire que fue el último este que mire como regresar a la rutina después de vacaciones, **aja ese fue ya el de la próxima semana que fue como retornar a las actividades prácticamente...**

¿Alguien más otro tema que se recuerden? :

Sujeto 5: Por lo menos yo vi qué harías por lo de la belleza y cómo regresar a la rutina, **bien perfecto.**

Dentro de esas temáticas que ustedes vieron ¿les parece interesante o les parece importante alguna de ellas para ustedes como público si les genero alguna expectativa algún interés el tipo de temas que se presento allí?

Sujeto 6: Yo pienso que cosas muy triviales las que hablan allí, son demasiado superficiales no abonan en nada no construyen nada son cosas tan vagas.

Sujeto 4: aja... Siento que al parecer cuando ellos tiran el tema cuando va iniciando el programa, el tema se mira súper interesante pero a medida va pasando el programa te tiran como mas publicidad, le hacen más propaganda

a ciertos productos, aja... como que ya después el tema no se vuelve interesante para la sociedad.

Sujeto 7: y se vuelve aburrido y tedioso, **Sujeto 5:** es que habitualmente un programa de televisión tiene que poseer como ese enganche, que aparte que te enganche una hora media hora depende de lo que dure tu programa viéndolo te tiene que aportar algo al final, sin embargo vez ves uno de esos programas y al final que te aporta si vez usas un jabón tal vas a tener tal cosa, si vas a comprar a tal parte vas a recibir la cosa y al final son cosas que en lo personal hablando en lo salvadoreño, son temas que no van para todo el país en realidad sino que van para sectores, ósea yo podría decirte que es un programa que está hecho para gente hablándote salvadoreñamente del Salvador del Mundo para arriba, donde pueda que haya personas que les interese eso pero en lugares como Mejicanos y Soyapango que ese tipo de temas no les interesan.

Sujeto 8: aja.. Porque entre la semana no sé si iba incluido el tema de la belleza pero si hablaban de lo que era el bronceado pero la María Elisa por cierto era la que mas resaltaba por que muchos televidentes tenemos la impresión de ella que ella tiene un bronceado fascinante o sea que cualquier mujer quisiera tener entonces justamente hay en las redes les llegaba comentarios donde les preguntaban ¿qué hacer para tener el bronceado ella tenía? Entonces ella dijo que eso no era así de fácil, que eso costaba años a parte que necesitaba tiempo productos no se qué ósea no va para todos.

Sujeto 9: ósea es muy comercial y más que darte consejos para que te cuides, creo que Regina fue la que Regina fue la que dijo que cuando llegas a la edad de los 40 sentís los efectos del daño colateral que te puede ocasionar entonces más que darte consejos para quererte ayudar te están diciendo mira compra esto si quieres verte como yo soy.

Sujeto 10: yo apoyo a ellas dos, porque siento que es sectorizado no va para todo el público son a sectores nivel medio en adelante.

Sujeto 5: creo que lo que hace la temática en lugar de desarrollártela para que voz sepas y conozcas y hagas más grande tu conocimiento general lo que hace es venderte estereotipos de personas que te dicen si él es así voz sos feliz o sos alguien en esta vida.

Sujeto 10: es que el problema prácticamente es que ellas viven en otro mundo porque ellas pueden comentar yo fui a tal viaje a tal lugar aaa!! Yo fui a Estados Unidos yo fui al Caribe y la gente de escasos recursos apenas puede ir a Apulo, entonces ellas no se bajan como de su estatus (aja voz grupal).

Sujeto 2: Lo mismo que decían los compañeros que no va para todos los sectores porque en las vacaciones en familia ellas dijeron que lo mínimo que una familia deja para sus vacaciones son 100 dólares y que hay de aquellas familias que no van a ningún lugar y que se quedan en su casa, **de hecho si ustedes recuerdan cuando se habló de la aerofobia hubo un momento en el que una de las presentadoras dijo recurran con ayuda profesional porque esto les puede generar dificultades en su vida cotidiana,**

entonces ese es un punto que habría que considerar porque no todos tiene la posibilidad de viajar y no tan seguido al final de cuentas, entonces si nos basamos en todo eso ustedes

¿Consideran que algo o alguno de los puntos pueden servir en realidad para la gente que mira este tipo de programas?

Sujeto 1: Yo pienso que definitivamente no que en lugar de aportarte algo te caen hasta más porque dan el consejo y se quedan con él.

Sujeto 5: me atrevería dar un depende porque para una vendedora del mercado de Soyapango que está a medio día almorzando viendo el programa puede que no le sirva pero para una persona que está en Merliot o en la Escalón pueda que si le parezca interesante y si le ayude a mejorar su ego, yo así lo veo es un programa sectorizado no todos logran recibir información en la misma calidad ni en la misma forma y no todos la van a interpretar de la misma forma.

Sujeto 4: también acordarte que son mujer las que hablan y más que todo hablan desde una perspectiva de las mujeres ósea que va dirigido a las mujeres y a las demás personas hombres, ancianos y demás como que los excluyen también de los temas.

Sujeto 4: Yo considero que si porque al principio cuando el programa comenzó a salir yo no les voy a mentir a mi me pareció súper interesante entonces lo empecé a ver no todos los días pero después me fui dando

cuenta he visto un montón de programas desde que iniciaron y nunca he escuchado un temas que vaya relacionado a ambos o a hombres siempre ha sido la mujer, la mujer, la mujer.

Sujeto 11: yo hubo una ocasión en la que medio vi el programa y ellas mencionaban esto es necesario para que el hombre lo vea y aprenda pero miraba yo que iba más enfocado para la mujer y no para el hombre y hablando de eso hay temas que ellas tocan que creo que necesitan profesionales para hablar del tema y ellas se atreven a tocarlos cuando tal vez no son del área y en vez de ayudar hasta confunden a la gente.

Partiendo del hecho que Verónica es psicóloga, Sujeto 4: pero fíjate que un día Verónica se contradijo en un tema entonces vino la otra Regina ella le dijo entonces como que entre ellas se tiran allí, lo que dijiste antes de irnos a comerciales es muy distinto a lo que estás diciendo ahora, entonces como que se contradicen y como dejan a la audiencia confundida.

Sujeto 5: fíjate que hay algo que tengo que mencionarlo el programa como les decía cuando lo vi la primera vez y vi la promocional realmente a mi me pareció más de lo mismo porque son mujeres que si ponemos individualmente dentro de los canales salvadoreños en los que han estado han sido programas que en lo personal ni te dan ganas de ver, entonces reunir a estas cuatro mujeres que en cierta forma han fracasado en sus labores a hablar de temas que vengán a influenciar a la familia es un poco peligroso, en el sentido de que te confunden mas o te dejan mas influenciado de lo que ya estabas,

aparte de eso el programa es una copia de un programa que dan en Telehit, entonces es un programa en el cual la misma temática.

Sujeto 11: cuando yo vi el anuncio de grandiosas yo pensé que iba a ver rostros nuevos pero te vas topando con los mismos rostros que ya viste en otro programas y a veces influye en la forma de ver programas porque yo no puedo ver a Verónica de una forma seria si en los programas que ella ha estado solo es de relajear.

Sujeto 5: es como decir Regina que era la Tía Bubu entonces cuando la veo no sé si me está contando un chiste o me está hablando en serio.

Sujeto 1: ya va a decir cipotes!!!, yo no le digo Regina yo le digo Tía Bubu (aja voz grupal)

Sujeto 4: No pero fijate que no es por presumir pero nosotros que somos estudiantes de periodismo que ya sabemos un poco ya sabemos de que se trata, pero hay gente de allí por mi casa donde yo vivo dice ¡puya la María Eliza está saliendo que Verónica, por que las otras dos mas que todo la Tía Bubu la otra chera no se no tiene mucho conocimiento pero hay gente que si les llama la atención esos personajes.

Sujeto 5: igual no se si se han fijado pero abajo siempre hay una barra que pasan mensajes y la mayoría de mensajes siempre son cosas como “María Eliza mamacita no se qué.....no sé qué...Hay un sector masculino que ve el programa únicamente para ya viste anda con una falda y no hay nada más

que le atraiga que el simple hecho que María Eliza Parker este enseñando la piernas y ya.

Si partimos de ese hecho ¿por qué creen ustedes que se seleccionó específicamente a ellas como presentadoras y no a otras?

Sujeto 2: Mira yo pienso que por jóvenes es mentira porque la tía Bubu ya esta mayorcita pero yo pienso que ellos pensaron vamos a poner una mujer madura una media y otra jovencita que sería la Manga pero la Manga todo el tiempo anda con falditas y si no anda falditas anda escotes igual la María Eliza pero pienso que las seleccionaron por eso.

Sujeto 5: para tener diferentes puntos de vistas.

Sujeto 7: Yo pienso que las cuatro ya tienen una carrera larga en televisión la gente ya las reconoce entonces para jalar a la audiencia a ciertas personas les gusta la María Eliza salió en el noticiero a la otra la Luisa Manga salía en otro canal la sacaron del doce para llevarla allí como que están jalando la audiencia del doce para TCS yo creo que es como una táctica de ellos para lograr audiencias

Sujeto 6: Antes en el doce estaba el programa de Milena y cuando entraron las grandiosas desfasaron a la Milena y la pasaron a las ocho de la noche,(inaudible).

Sujeto 1: igual la Manga tiene gente porque creo que de todas ellas la que más bien cae es la Manga y la Manga ya estaba en Hola El Salvador y con su

relajo que se le rompía el pantalón entonces como que ya tenía sus seguidores la Manga siempre sale con algo así.

Sujeto 6: acuérdense que es estratégico para jalar audiencia y porque ya son personalidades, en cierta parte yo veo mal porque no le dan apertura a nuevos rostros.

Sujeto 5: pero es que hay un porque ya que si pones gente nueva no sabes si su imagen se va a vender entonces los productores deciden no arriesgarse porque el tiempo en televisión es caro entonces es mejor irse a algo entre comillas seguro, que la gente lo va a sintonizar no por la temática ni por ver a las cuatro pero si por ver a una tan sola que este hablando entonces es mejor irse a lo seguro

Sujeto 2: si es cierto de todos los sectores vamos a hablar un poquito de acá y un poquito de allá.

¿En el caso del lenguaje ustedes consideran que la forma en que ellas se expresan es comprensible para el público al que va dirigido?

Sujeto 6: No porque cuando yo vi el programa de la danza de hecho cuando decían danza la gente no sabe siguen confundiendo a la gente.

Sujeto 5: es como las temáticas de aerofobia puede que aquí en San Salvador la gente diga chévere ya sabemos qué es, pero la gente de Morazán de San Miguel gente que todavía en algunos cantones se transporta con carretas.

Sujeto 7: otra cosa que está dirigido para zonas del Salvador del Mundo para arriba pero mucha gente de la zona rural ve esos programas, pero para ellos es como a saber a qué se refieren porque no tienen mucho contacto con lo que ello dicen.

Sujeto 10: ellos tienen un nuevo formato de presentar un programa porque trabajan sin guión y se de lo natural algo que no es porque ellas no son así, yo conozco personas que las han visto de cerca y me han contado que en realidad esas personas no te vuelven a ver son personas creídas que se creen más que las grandes mayorías, entonces ellas se presentan como personas bien amables bien carismáticas queremos que ustedes nos vean pero ellas no son originales.

Sujeto 2: como que les interesará la gente **Sujeto 5:** cuando es mentira
Sujeto 10: a veces hasta se equivocan y ni saben lo que están diciendo.

Sujeto 6: Yo siento que si te referís al lenguaje que si es adecuado o no, podría decirse que tal vez no pero no solamente en el habla sino que también podría ser mas allá en el lenguaje que se implementa sus fracciones sus expresiones todo no está como bien dicho no me parece bueno me voy a enfocar en el lenguaje de la vestimenta yo creo que está dirigido para personas bien diferenciado de lo sectoriado pero una persona de Mejicanos y Ciudad Delgado no está al alcance de comprar la ropa que ellas andan, es un programa tan superficial que hasta en la vestimenta se nota su mal educación, mal lenguaje, para llegar al público.

Sujeto 5: pero fíjate que suene chistoso lo que voy a decir quítalas a ellas imagínate el set y enfócate en las sillas ¿tenes esas sillas en tu casa? Ósea aun el set no está ese ambiente familiar, **Sujeto 6:** nadie tiene una sala como un set de esos.

Sujeto 9: pero también ellas le hacen publicidad a un producto de jugo que se llama del Valle entonces ese jugo está al alcance de cualquiera porque el botecito más pequeño vale treinta centavos o una cora entonces ese se puede comprar.

¿Qué otro tipo de productos han visto ustedes que se publicitan en ese programa?

Sujeto 2: Ponds, **Si hablamos de catalogarlo y no de mencionar marca por ejemplo de si son productos de belleza, hay un producto de la telecomunicación que es bien grande el patrocinio se vio bastante en la publicidad.**

Sujeto 5: no sé si me equivoco pero la telefonía, pero las dos veces que vi el programa en medio de los anuncios siempre se repetía el comercial de m forcé el de los condones, entonces que habitualmente ese comercial es casi siempre en horario nocturno y no al mediodía.

De todos los productos que se logran ver allí, después de ver la publicidad ¿ustedes sintieron la motivación de probarlo o algo así?

Sujeto 6: Yo considero que me parece reprochable porque no es un horario donde se deban transmitir esos anuncios porque si una señora en el mercado está viendo allí seguramente va a estar con su hijo y si su hijo ve esas cosas va abriéndole un pensamiento mas sexista mas feminista.

Ustedes como verían el hecho de la clasificación, no sé si ustedes vieron que es la clasificación en el programa, es clasificación para mayores de 18 años el horario es al mediodía Sujeto 1: franja familiar **sin embargo a pesar que se mantiene esa clasificación en el primer programa las presentadoras dijeron este es tema importante a los niños que no pueden ver durante la semana hoy es una buena oportunidad ya que están descansando en su hogar entonces ¿ustedes cómo ven eso?**

Sujeto 4: Si es verdad yo vi eso, **Sujeto 5:** es que es una contradicción porque se supone que el Ministerio de Gobernación pone esta clasificación porque el contenido a tratarse puede venir o no a influenciar la mente jóvenes, es decir aun cuando te está diciendo que esa franja comienza con eso te está diciendo que no solo el programa sino la publicidad que va dentro puede que venga afectar de cierta forma o no, aún hasta el anuncio de los condones te muestra que la durabilidad hasta forma un muñequito.

Sujeto 8: y si hablan a veces de temas bien fuerte porque yo no sé tal vez ustedes vieron ese programa pero hablaron de cómo satisfacer a tu pareja entonces la María Eliza se exaltaba y se reía con una risa bien sínica y me imagino que si porque era la que más hablaba de este tema donde decían que

si voz ibas a estar con tu pareja no te echaras mucha crema porque era mejor el olor natural que no se que, empezaba a decir la María Eliza esas son cosas que no las podes decir en un programa, **Sujeto 5:** a vaya imagínate ese dato mientras voz y tu familia están sentados almorzando, aja, van a dejar de comer (jajaja voz grupal).

Sujeto 9: eso quería recalcar yo acordarte que es un horario en que los niños acaban de ir a la escuela la mamá enciende la televisión no tienen cable lo único que ven es TCS porque la señal siempre está, entonces el niño ve lo que la mamá ve y si la mamá quiere ver eso entonces el niño eso va a llegar a ver.

¿Consideran ustedes que ese tipo de programas que prácticamente es bien abierto a todo tipo de temas como el programa que daban en canal doce de cincuenta veinte, consideran ustedes que debería ser transmitido ya noche o un horario prime time de siete de la noche a nueve de la noche? (inaudible voz grupal)

Sujeto 5: Sabes porque lo pasan en ese horario por el sencillo hecho de que un día tocamos el tema de la sexualidad, otro día tocamos la educación de nuestros hijos, otro día tocamos cocina es decir ellos tratan que los temas varíen para tratar de llamar a ciertos sectores y en teoría no lo pueden cambiar a un horario nocturno por el hecho de que cierto ayer hablamos de la sexualidad pero ahora como estamos hablando de la educación de los hijos y no sé qué entonces queda bien el horario.

Sujeto 6: yo pienso también eso porque no les convendría que pasaran a un horario nocturno o prime time porque allí se cerrarían a un solo tema y esa temática se tornaría aburrida peligrosa y lo mismo y al mediodía se podrían tocar bastantes tema variados para llamar a distintos sectores. **Sujeto 10:** aprovechan también porque es la hora del almuerzo porque la mayoría de gente a esa hora en los hogares esta la hora del almuerzo la gente que sale de los trabajos al mediodía va a almorzar entonces en los comedores como la mayoría de las señoras son dueñas y que ellas quieren ver a la María Eliza quieren ver a la Regina quieren ver a la Luiza quieren ver a la Verónica ponen y aunque la gente tal vez en el comedor no quiere ver eso porque a mí me pasaba yo iba a comer a un lugar así, yo no quiero ver eso tal vez hasta me amargan la comida pero como ellas lo quieren ver hay lo dejan y todo el mundo quiérase o no siempre los escucha o los está viendo.

Sujeto 2: Lo que pasa de la publicidad del Jugo del Valle es cierto todo el mundo lo puede comprar pero la Manga la Regina o la Bubu decían que hay si quieres darle amor a tu hijo dale un vaso de Jugo del Valle y que mejor forma de demostrar el amor cuando sabemos que el amor no se demuestra con un vaso de jugo artificial.

Sujeto 9: y la María Eliza me sorprendió un día que su hija cumplía años ella le hizo promoción a ese producto y dijo que ella iba a celebrar el cumpleaños de su hija regalando jugo del Valle a los invitados te imaginas a la María Eliza regalando jugo del Valle a los invitados ósea es absurdo como tratan de

engañar a la gente siento yo, ósea porque tan presumida que se cree ella y todo y va a estar regalando jugo del Valle en el cumpleaños de su hija vas a creer voz eso.

Acuérdense que es una manera que voz podes decir no voy a llegar a ese punto a veces lo haces porque de una forma así te lo pide el productor y necesariamente tenes que vender el producto es como una estrategia de vender y usan ese tipo de palabras como mas familiar como llegarle a la gente una forma de llamar la atención y de vender el producto más fácil porque las amas de casa en la zona rural así como ustedes lo dicen y es cierto yo conozco personas de Santa Ana de Sonsonate donde la señal de TCS llega mas y llega a lugares y prácticamente en la zona rural es donde más lo ven aquí en San Salvador se recuerdan siempre ve canal 12 ,21 y 33 aquí TCS ni es visto en otras áreas de otros sectores de San Salvador tal vez si entonces es como una forma de llegarle a la gente mire que no se qué pero es porque la gente no tiene el conocimiento entonces con palabras más fácil le llegan a la gente.

Sujeto 5: Fíjate que esto no sé si va a servir como aporte pero recuerdo el año pasado, en la franja matutina tenían Viva la Mañana ya sabíamos que era un formato copiado etc. etc. etc. Y en el mismo horario el canal 21 tenía Ahora y lo gracioso era esto que voz ponías TCS puya y la misma temática preferías ver la pared mejor y en los dos canales mientras que en el 21 como que la

interacción que tenían los que estaban en ese entonces era buenísima programa a tal punto que el día en que ellos se han salido y han metido a esa gente nueva yo no he vuelto a ver ese canal por lo menos a esa hora es mentira ya no hay nada que ver pues.

Allí vale el comentario yo más o menos lo había visto así como estaba el año pasado que estaba Turrón y todos ellos si tal vez era una forma más a lo salvadoreño de hacer una revista de aquí porque prácticamente TCS y Viva la Mañana es como mirar Viva la Mañana o el programa de Hoy de Televisa y Hola El Salvador es como hacer Venga la Alegría (voz grupal)y copiado totalmente así como decís voz es cierto porque media vez metieron a esta gente si es cierto ellos son muy buenos haciendo la publicidad y la imagen para tal producto pero que son como personas más de elite y estabilizaron mas el programa.

Sujeto 5: Si es que imagínate el día que vea a las cuatro grandiosas haciendo entrevista en el Mercado Central sin seguridad con una cámara, ese día vengo y me rajo pues, realmente porque no tienen ese acercamiento a la gente pues mientras que hay otras personas que por ejemplo el Turrón trabajaba en radio, televisión hacia comerciales e iba a tomar atol chuco al mercado, en ese caso **¿Ustedes consideran que toda esa gente que mira el programa puede verse reflejada o puede sentirse representada por las presentadoras?**

Sujeto 5: Lo verían por lo menos el sector de escaso recursos lo verían como un modelo a seguir o como yo quisiera estar.

Sujeto 1: exacto ,por la ropa o los zapatos, eso es muy cierto lo que tú dices porque un día vi con mis primas que habían llegado de un cantón a mi casa a pasar las vacaciones y cuando yo estaba viendo el programa ellas estaban conmigo y la María Eliza un día de esos andaba un vestido como bien tallado, entonces con su cincho y todo y dice mi prima ¡wow! algún día voy a tener un vestido como esos algún día me voy a comprar unos zapatos de esos entonces si como que es un modelo a seguir.

Sujeto 11: o sea consideran la enajenación y la transculturización y todo eso.

En el caso de los hombres ¿ustedes consideran que ella son como un modelo o un estereotipo de mujer ideal?

Sujeto 5: No son una mujer real porque la mujer salvadoreña es la que trabaja todo el día y llega a su casa a atender a sus hijos sin importar descuidando su figura si anda maquillada o no lo que le importa es que sus hijos estén bien yo no la veo como una mujer real sino la veo como una figura que está hecha de esta forma porque así vende.

Pero recuérdense que allí no hay que ser un tanto machista porque es cierto la mujer salvadoreña puede ser trabajadora y todo pero también es como de darle el espacio a la mujer para que se desarrolle también verdad porque no solo la mujer va a ser a la que hace la comida no.

Sujeto 5 no lo que me refiero esto me atrevo a decir por lo menos yo así lo veo si hablamos de mujeres que se están desarrollando dentro de esto hay unas mujeres que son buenísimas escribiendo, buenísimas dibujando, buenísimas leyendo y me atrevo a decir que ninguna de estas personas que están desarrolladas dentro del ambiente artístico del país se sientan a ver este programa porque no les sirve para nada a eso es que me refiero.

Sujeto 4: a cerca de la mujer ideal quizás muchas personas que los ven como estrellas quisieran ser como ellas y tener lo que ellas tienen pero no todas tienen la posibilidad económica de tenerlo también esa pregunta como que solo para los hombres la tiraste.

No también en el caso de las mujeres ¿si algunas de las presentadoras refleja para ustedes un modelo a seguir como lo mencionaba la compañera hace ratitos si les gustaría ser como alguna de ellas en cuestiones de carisma apariencia.

Sujeto 4: fíjate que yo no puedo ver a alguien así como un modelo a seguir o una persona ideal porque yo sé que no puedo ser como esa persona, porque todos tenemos un contexto diferente no podemos lograr lo mismo.

Sujeto 1: yo como mujer no quería parecerme a ella porque yo soy egoísta o tal vez mi ego de mujer porque yo siento que soy mejor que ellas o más realista o más humanista, no te voy a decir que me encantaría tener la ropa que ellas andan o una blusa o los zapatos etc. pero esto va materializado, pero no por lo que ellas valen como mujeres o como humanas.

Sujeto 2: y además considero no sé si estarán equivocadas pero ellas según lo que hablan durante los programas que ellas no es que a medida haya pasado su carrera se hayan venido desarrollando, para no sé con dinero hablando de dinero sino que lo que yo he visto en su programa que ellas dicen cuando yo tenía tantos años mi papa me llevó a no sé qué país (voz grupal) el estatus de ellas ya viene cimentado desde niños desde antes.

Aunque no todos tal vez de María Eliza y de la Manga también porque de Verónica Guerrero más o menos conozco y no es así.

Sujeto 2: pero según ella se la pica que ella ha sido la niña de colegio la mami papi y todo eso según lo que ella muestra.

Sujeto 8: Yo también creo que ellas pretenden ser modelo a seguir por todo lo que hablan mi tío es del extranjero por eso no lo puedo decir todo eso que estaban diciendo que hay el colegio utilizar la palabra colegio y todo eso.

Sujeto 5: y aun no ha habido ningún programa en el que alguna de ellas diga yo cometí el error de hacer tal cosa o tuve algún problema, la vida de ellas es perfecta.

Sujeto 6: las cuatro chicas estas no me parece que sean una mujer normal sino un estereotipo

¿Ustedes consideran que el programa vende el estereotipo de belleza al público que los ve? Sujeto 11: Belleza delicadeza.

Sujeto 5: me atrevo a decir que es belleza de la mano de inteligencia para resolver todos los problemas porque ellas saben todo tipo de temas yo puedo llegar hablando de aeronáutica cuántica.

Sujeto 1: y ellas lo van a saber, lo van a decir van a dar recomendaciones consejos etc.

¿Ustedes consideran que en algunos temas que se plantean allí se invitaran mejor a personas expertas profesionales?

Sujeto 1: Si también sabemos que es una copia el programa pero si van a copiar deberían de copiar bien verdad, porque si vemos otros programas mexicanos invitan a personas especialistas y también a personas que han pasado por los problemas para que ellos hablen de lo que realmente pasa porque, ellas que nunca han tenido dificultades son perfectas y nunca han tenido problemas comienza a decir cuando usted está aquí y allá y pero si ellas nunca han pasado por eso como se atreven a saber lo que la gente está pasando o pasa.

Sujeto 2: cuando dieron el tema de pleitos entre amigas yo no sé si ustedes vieron ese programa pero a mí me parece muy chistoso porque a quien invitan se supone que tienen que ser especialistas pero invitaron a las dos niñas estas que están nuevas en viva la mañana Ninet y Gina a ellas llevaron y ellas que iban a saber.

Sujeto 5: yo me pongo a pensar en esta forma quizá el productor han de decir bueno para que vamos a traer a un dermatólogo si podemos traer a María Eliza Parker que toda la vida se ha asoleado, ella ha de saber más.

Sujeto 3: a veces un tema de psicología que se mira que de wikipedia lo sacan jajaja... así como lo hace Juan Carlos en el 33 que él puede opinar de todo pero tiene la laptop a la par y todo es de wikipedia lo que pasa es que Verónica lo que hace es sacar un papelito y hace un resumen pero de wikipedia.

Sujeto 4: ni siquiera propio de ella está equivocada, **Sujeto 5:** te voy a decir no es conocimiento general que ellas posean desde antes pues si no que hay algunas que vienen como dice Alberto a buscar 5 minutos antes.

Sujeto 6: vaya hay mucha gente de que si hasta cierto punto se enfocan a ver más que todo en los temas se enfocan a ver más que todo los temas y ver si llega alguien profesional que les de la información que ellos quieren pero venir a bajarlo de wikipedia mero ilógico,

¿Ustedes sintieron curiosidad por buscar más información por buscar más información relacionada a algún tema?

Sujeto 3: Humm desde mi punto de vista quizás 10, 15 minutos y de allí me aburrí, **S6:** tal vez a mi no me motivo a buscar los temas.

Sujeto 11: yo hasta esperaba el anuncio para salirme de allí y donde daban los anuncios más me aburrí porque no daban nada interesante tampoco.

Sujeto 8: y los anuncios no vieron que siempre pasaban inventando para las mamás que hay para los niños.

Sujeto 1: hasta mal me cayeron a mí porque cuando vi el tema qué harías por la belleza la Verónica había llegado con el cabello así como colochó (voz grupal) pistoleado y el día anterior el día que hablaron por la belleza ella lo andaba planchado entonces hay que se planchan tanto el pelo que se maquillan tanto hay que el gasto de todos los días y no ellas hacen lo mismo andan todo el pelo pintado, ellas mismas se contradicen yo pienso que dan el consejo y se quedan con él.

Sujeto 5: fíjate que cuando me pregunto Adalberto cuántos programas había visto yo le dije dos y la mitad de uno, porque cuando estaban dando el de la belleza fue que comenzaron a hablar del cuidado del cabello yo lo estaba viendo en internet y abrí otra pestaña y automáticamente me tiro otra página x entonces y me quede puya ya entonces cerré la otra ventana y me puse a leer algo que realmente pensé que me iba a llenar más, porque a la larga los treinta minutos o la hora del programa se iba a pasar en aquel entonces en que me planche el cabello y esto fue un error porque conforme a las olas que no se qué.

Sujeto 8: y también que es bien repetitivo porque la Vero acaba de estar diciendo algo y lo dice la Manga y lo mismo lo mismo y no te aportan ninguna idea nueva.

Sujeto 5: Como que estuviéramos los cuatro sentados hablo yo habla ella hablo yo habla el hasta se ve así como colita de rana así y es lo mismo pues.

Sujeto 8: cansa y caen mal, **Sujeto 11:** y ellas mismas se suben el ego porque el de danza que yo vi este la Verónica decía que si que yo estuve en bailando por un sueño y por Dios.

Sujeto 2: y pobrecita que lastima dio en bailando por un sueño y ella se cree que gran taco verdad, **¿después que vieron el programa llegaron a comentarlo con alguien?** Si (voz grupal).

Sujeto 2: todos los días lo criticábamos **Sujeto 1:** la critica que hacíamos con mi cuñada estas creen que la gente es maje que no se dan cuenta porque cómo se ponen el pelo cómo se lo arruinan yo creo que en vez de ponerse a la gente que tanto haría porque no dicen yo me jodo el pelo todos los días me lo quemo y esto sino que hay gente que hace esto y lo otro cuando son ellas que hacen eso.

Sujeto 5: Con mi hermano fue bien gracioso porque yo estaba sentado en la sala y esperando llega el con su comida y se pone a la par mía pone algo pues fijate que tengo que ver un programa veámoslo pues chivo y eso vas a ver eee si has caído bajo y yo le dije has caído bajo y yo le dije no es para la universidad ha caído bajo la universidad jajajajaja.

Bueno no sé si me percate yo también que mi mamá llegó se sentó quince minutos y de repente se fue a ver tele a otro lado (jajajaja voz grupal).

Sujeto 4: mi mamá me dijo eso me aburre y se fue a ver tele a otro cuarto a ver otra cosa, **Sujeto 9:** mi mamá también me dijo mami esas son las grandiosas, esas no son grandiosas esas son chambrosas jajajaja.

Sujeto 5: mi hermano me dio risa porque él lo comenzó a ver y de allí cambio y a esa hora dan el ángelus en el ocho y se puso a ver el ángelus.

Sujeto 10: pero todavía hay personas que las defienden por ejemplo esa vez que me amargaron la comida dijo otra persona que estaba a la par mía porque no quitas esas malditas y salen todas ellas porque les decís así si ese programa es bien entretenido pero en realidad tal vez a otras personas les parece entretenidos a mí la televisión salvadoreña sea cualquier canal a mí no me parece, yo siento que todos los programas son copia de otro y son aburridos y hasta que no hagan un programa original o algo diferente tal vez no van a salir de lo común, porque tocan los mismos temas por ejemplo el programa que tocó tal vez a las ocho de la mañana x y programa lo tocan al mediodía ellos o si no lo toca el fin de semana otro programa o lo toca en la tarde otro canal, en si es repetitivo o monitorean TCS monitorea el 12 ó el 33 , **toda la vida**, entonces lo tratan de hacer mejor y todo eso pero en realidad en vez de entretener la gente quizás solo lo pone por pasar el tiempo y no por aprender (inaudible).

Sujeto 5: No y fíjate que la mayoría de gente por lo menos en mi casa yo el tele de mi casa es raro que lo encienda y cuando lo vengo a encender es porque quizás veo las noticias, pero allí nada mas prefiero buscar algo en internet o buscar algo en cable a ver lo que está en programación nacional.

¿Ustedes dentro de su familia hay gente que ve el programa o tienen amigos o conocidos que ven el programa qué opinión tienen ellos al respecto del programa?

Sujeto 9 Mira, de la señora que yo conozco ella tiene un niño como de tres años deja a un lado al hijo por estar pendiente de lo que ellas dicen y para ella es lo máximo la María Eliza y lo que la María Eliza dice es su biblia y amen y allí quedo.

Sujeto 2: si yo también conozco bastantes personas que la María Eliza.

Sujeto 4: la María Eliza como que tiene más credibilidad tiene más gente porque en el doce era una mujer seria en el noticiero la gente pensaba que era una mujer recta pero no ella estuvo en el doce y del doce la pasaron para el seis pero yo la conocí en el doce yo la María Eliza me conecto en el doce, porque allí la vi siempre entonces esa gente del doce y después el seis, ósea la ven como una mujer seria en cambio a la Verónica no pues porque dicen toda la tocaba el gordo y que no se qué y todo eso

¿Ustedes recomendarían el programa a otras personas? (No, voz grupal)
definitivamente no, **Sujeto 8:** y que no porque en vez de ayudar a la gente se van por otro lado, **Sujeto 1:** te imaginas si le recomendamos ese programa a

alguien que nos van a decir lo que nos recomendaste son tremendas locas, (inaudible) hasta lo van a bendecir a uno por andar recomendando.

En síntesis ¿qué apreciación tienen ustedes respecto al programa?

(Deja mucho que desear, voz grupal) **Sujeto 1:** mucho que desear yo creo que como estudiantes de segundo año les daríamos muchas recomendaciones porque lo que estábamos hablando que se hiciera algo mas salvadoreño.

¿Qué recomendaciones concretas harían ustedes en el caso que se mantuviera el programa con el mismo formato qué recomendaciones harían ustedes para que mejorara? Sujeto 6: Invitar profesionales que

sepan de los temas, **Sujeto 1:** y si van a tocar un tema de problemas o de adicciones a alguien que estuvo en eso que salió que aún está que pueda hablar de lo que realmente se siente y no de lo que yo pienso porque una cosa es pensar y otra sentir.

Sujeto 9: y hacer un programa como más realista y no tan superficial a nivel social, **Sujeto 5:** hacer un programa dinámico, porque cuando esta el dinamismo a flor de piel en un programa te pueden estar hablando de los hoyos negros del universo pero como esta dinámico la gente se queda viendo.

Sujeto 11: yo creo que dejar de lado la publicidad porque la televisión esta bombardeada por la publicidad, **Sujeto 5:** no pero dejarlo sin comerciales,

Sujeto 11: vaya por eso pero también los comerciales en su tiempo los

comerciales pero dentro del programa eliminar la publicidad, **la publicidad dentro del programa.**

Sujeto 1: si porque lo primero que dice la gente estas vendiendo porque mi hermana esto es lo que dicen estas vendiendo están igual aunque vaya dirigido a sectores del salvador del mundo para arriba si van a tocar un tema que lleguen a su gente aunque no vaya dirigido a la gente de Mejjicanos y Soyapango lo que sea pero que sea creíble.

Sujeto 9: también para cada tema sacan como un reportaje pero si se han fijado siempre es una voz en off y las imágenes que te sacan son bajadas de internet y la información también, como que no lo contrastan con la realidad salvadoreña, sino que solo se van a internet a buscar información y la gente no tienen como mucho que ver.

De hecho en los primeros programas uno de los primeros programas creo que fue sacaron un reportaje que era un sondeo de opinión y allí se las acabaron literalmente se las acabaron pero allí tal vez fue culpa de la productora porque como voy a pasar yo algo que es un sondeo de opinión pasarlo por reportaje,

Sujeto 5: no tiene lógica la información que lleva no es verídica es una información a parte de estar malversada es una información que es de dudosa procedencia y a la larga igual todo el programa no te viene a aportar nada,

Sujeto 8: también antes de irse cuando ellas salen con no se todas raras se

veían jajajaja, así como más formal ellas también se tienen que poner en otro nivel.

¿Pero no sé si ustedes han visto otros programas similares me imagino que tienen cable entonces han visto programas similares como Netas Divinas? (inaudible).

Sujeto 5: Son mas a la hora de hablar cierto puedan que vengan a decir una su muy bayuncada pero lo vienen a decir con propiedad y te lo crees, **Sujeto 1:** y la verdad que las Netas Divinas este la de lo Lodibicuo ella dijo que había perdido la virginidad en un motel entonces que mujer de estas grandiosas va a decir eso hay que yo con mi novio hacia travesuras ellas no ellas no ósea ellas son ideales, son un modelo a seguir, santas.

Sujeto 5: yo creo que no hay mejor que aquel en el que voz vas a hablar con propiedad y vas a decir lo que es real, porque voz te podes crear tu burbuja alrededor de voz, pero al final la gente decide que ver y decide como estar enajenados, como dijo (inaudible) todo lo que dicen ya esta racionalizado copiado copiado, **ok compañeros muchas gracias por su colaboración.**

Viernes 11 de mayo, 2012
Reunión con grupo focal 2 (Soyapango)

Nombres de los integrantes del Grupo Focal

Nelson Sermeño

Griselda Navarrete

Brenda Carranza

Evelyn Munguía

William Meléndez

Daniel Hernández

Laura Córdova

Antonio González

Jennifer Montenegro

Fredy Hernández

Denis Hernández

Abigail Villatoro

*No contamos con la participación de todas las personas, ya que dos de ellas no asistieron y otras 2 no participaron activamente durante la actividad.

Iniciaríamos por preguntar ¿qué tipo de temáticas observaron ustedes durante el desarrollo de los programas que han visto, cuáles temáticas consideran ustedes que predominan en este programa?

Sujeto 1: Una de las temáticas principales que me he dado cuenta que manejan en el programa, eh más que todo siento que son cuestiones que van enfocadas a la familia por ejemplo, eh como te podría decir, por ejemplo: eh lo que estaban hablando de la vacación, por ejemplo el cuidado que tenés que tener con los niños, por ejemplo cuestiones así más como, más como de familia, pero que a la vez manejan temas así, más como superficiales digamos, o sea yo lo veo así, bastante superficiales, cosas que digamos eh cosas que al salvadoreño normal ni le va ni le viene.

¿Recuerdan que temáticas fueron las que se trataron durante el período de vacaciones?

Sujeto 1: Por ejemplo: estuvieron manejando lo que es la cuestión del bronceado por ejemplo, de los niños que dicen que: el problema que tiene en la exposición al sol a ciertas horas por ejemplo, de ahí estuvieron hablando de la preparación de licores también por cierto ahí un tema de, de cómo preparar bebidas no alcohólicas (**Emilio: Bebidas hidratantes**) Ajá, bebidas hidratantes, que a la vez decían que se podían combinar con alcohol por ejemplo. De ahí uno que me llamó un poco la atención fue cuando hablaban del tema en cuanto a lo del baile, eh, me, me resultó un poco interesante el tema en cuanto a que eh, dijeron que el baile para una persona mayor es terapéutico hasta cierta forma, eso me llamó bastante la atención porque si se

dan cuenta hay mucha gente adulta que son así, solo sentados pasan, sedentarios totalmente, eso les daña su salud, ese tema me llamó la atención porque eh, el mismo eh este, estar en movimiento o sea un adulto mayor le ayuda a su salud.

¿Alguien más recuerda otra temática que se haya tratado?

Sujeto 2: Si recuerdo el día que hablaron del protector solar, lo que habla el compañero, este que si hablaron también de protectores naturales, el uso de la zanahoria, eh dicen que es bueno para proteger la piel y lo bueno que me gusta es queeee siempre invitan a un experto en la materia, por ejemplo invitaron a alguien que si sabía de de, por ejemplo creo que era un doctor el que invitaron y que habló cómo proteger la piel, cómo este, no exponerse a que, se expusieran a, a un riesgo de tener cáncer porque el exceso de asolearse puede causar el cáncer, entonces lo bonito es que siempre invitan a un experto en la materia, en el tema.

¿Dentro de los programas que ustedes han visto, consideran que han tenido alguna utilidad para ustedes o ustedes han sentido provecho, han visto provechosa alguna temática de la que se trató? Como lo que decía usted verdad, de que ya le daban consejos prácticos de cómo tener el cuidado de la piel por ejemplo; ¿alguien más?

Sujeto 3: Creo que uno de los puntos más interesantes en semana de vacaciones fue que ellas hablaban de que, de la economía y eso si es un punto muy provechoso porque la mayoría de personas en Semana Santa, en vacaciones eh, tratan la manera de salir, de que, salir del trabajo y todo eso,

pero viene la parte de que después al final uno no tiene dinero para la siguiente semana, entonces creo que es un punto provechoso porque uno piensa, eeh la manera de medir eh como está la situación económica antes de salir a vacacionar.

¿Alguno de ustedes se identificó con la personalidad que tienen las presentadoras de ahí, les parece bien? y no sé si tal vez se sienten identificados, ¿en qué sentido verdad?, porque ahí hay, cada presentadora tiene, tiene eh, ha sido incluida dentro del programa porque tiene características propias verdad, en cuanto a edad, en cuanto a personalidad, en cuanto a opiniones diversas respecto a los temas, entonces si ¿alguno se siente identificado con alguna de ellas?

Sujeto 4: Si por ejemplo a mi me llamó mucho la atención cuando Regina expresaba que el tiempo que hay que dedicarle a la familia, se notó interesante porque eh, mencionaban que aunque sea poco pero de calidad, lo único que al final eh de la temática se enfocó en ella misma, en esa falta de atención de cada una de las presentadoras en cuanto a las necesidades de afecto por parte de la pareja, cómo las mujeres hemos venido siendo dependientes de, de las atenciones valga la repetición por parte de la pareja, ya sea novio, esposo o amigo verdad, eh como que deja ver que no podemos ocupar ese tiempo en otras actividades cuando nuestra pareja está demasiado ocupada o ocupada, como que lo deja ver “ah eso es lo único que yo necesito y es lo que me hace feliz” como hasta cierto punto nos hace a las mujeres dependientes de nuestras parejas, ahí es donde yo este me dije a mi

misma: bueno acá están diciendo de que si necesitamos a nuestras parejas para que nos hagan felices y eso no es cierto, yo no lo comparto, pero si me identifiqué eh con esa temática porque en el pasado eh a mi me pasaba lo mismo, ese sufrimiento de decir: ah mi pareja no está, estoy triste, me deprimó y no pues ahora ya hago otras actividades en las cuales pues si me hace falta pero en los momentos donde necesitamos que, que esa relación esté bien, lo está.

¿Por qué consideran que la producción del programa seleccionó específicamente a esas presentadoras y no a otras? ¿Alguna cualidad que ustedes les vean?

Sujeto 5: Yo digo que las cuatro son diferentes porque la que le pone, la como más seria es la Regina, la que relaja más es la María Eliza Parker, las otras como son más tranquilas pues y yo digo que por eso, porque cada quien es diferente.

Sujeto 6: Esque considero que debe haber un equilibrio en el programa, eh tanto de las presentadoras como de, eh si todas fueran como relajo o cuestiones así, no sé, se me haría bien feo, tenía que haber una persona como que modere todo eso.

¿Alguien más?

Sujeto 7: (chica) También creo de que quizás por la fama de cada una de ellas porque Luiza Manga tiene esos antecedentes de que es bien reconocida y también Verónica que tiene, que ha hecho un montón de programas como “Domingo para todos” y sea como sea si ponen cuatro personas que son

conocidas y agradables para el público siento que va a ser un programa que va a pegar aunque hablen temas incoherentes o de (Inaudible) pero es la, quizás la persona la que atrae.

¿En su opinión sería la trayectoria profesional de cada una de ellas?

Sujeto 7: Ajá.

Sujeto 1: Bueno también el hecho de lo que menciona la compañera ahí de que, vaya todas se han desarrollado en áreas totalmente distintas, una, Regina Cañas ya sabemos a qué se dedica va, eh a tratar con niños (**Emilio: Es comediante**) es comediante, eh bueno María Eliza Parker (**Emilio: periodista**) periodista, eh bueno Verónica siempre ha sido como edecán digamos, modelo y presentadora, en cuanto, Luiza Manga es más como eh, del ambiente como de los chambres del espectáculo, como se... es un complemento, o sea como no saturar mucho de lo mismo, que haya variedad dentro del programa, y también el margen de edades que hay es lo que siento yo que lo equilibra un poco también.

Sujeto 6: Como que le da ciertos puntos de vista diferentes, dependiendo de las edades y los temas.

¿Ustedes consideran que el lenguaje que se utiliza ahí es comprensible para toda la gente que mira el programa?

Sujeto 7: Yo siento que es muy coloquial, muy informal de cierta manera y a veces siento que no manejan la información, las informaciones no las saben manejar ellas y son como (Inaudible) sólo para entretener

Ok, este, ¿algo que no les gustó del programa y por qué fue? Tal vez si vieron algún punto que no les pareció correcto o lo vieron mal

Sujeto 6: No, yo a veces lo que considero que como decía él, que hay veces que tocan temas que, que tal vez para la gente común no tiene mucha importancia o relevancia y también a veces siento de que yo, siento de que a veces tocan temas que lo miran desde un punto de vista un poco feminista va, como no hay ningún hombre que esté ahí verdad, eh si está bien va, verlo desde ese punto de vista pero también es de verlo desde todos los puntos de vista no solo del punto de vista de una mujer.

Sujeto 7: A mí lo que no me parece es que cuando ellas están hablando como que se interrumpen una con la otra y son muy fuertes, como pésimas, como que hay una rivalidad y no la saben manejar entre ellas que cada una quiere acaparar más el programa, eso.

Ok, si ustedes le pusieron atención en las pausas de publicidad, ¿qué tipo de productos observaron ustedes que se promocionan durante el programa?

Sujeto 1: Bueno, me di cuenta que más que todo cuestiones para el cuidado de las mujeres, como jabones, cuestiones (**Sujeto 7: la imagen**) ajá así o a veces cuestiones así como de lo que hablamos al principio, cuestiones de niños también, o sea como que se dirigen más a eso, como al lado o sea obviamente más feminista del programa, que feo se oyó eso, pero ajá feminista pero a la vez materno de lo que el programa se refiere.

Sujeto 3: Creo que dentro de la publicidad que yo pude captar es eh, lo que más salía era la venta de un, de la promoción de claro, que la venta de celulares, navegación y todo eso, ese era el único producto que yo observaba, de ahí este veía la publicidad de películas que pasarían en el 6, que por ser semana santa pasarían películas con respecto a la semana verdad, solamente.

Este, ¿alguien puso, puso atención de que no había solo eh publicidad fuera del programa sino que también dentro del programa se patrocinaba, se promocionaba otro producto también?

Sujeto 4 : La misma imagen de ellas verdad, es un estereotipo de la mujer que, que la, la gente que está receptando el programa quiere imitarlas en cuanto a zapatos, ropa, peinados, maquillaje, eh, se ve una idea clara que ellas están vendiendo su imagen. **(Emilio: ¿algún tipo de marca, porque si habían marcas, que si se promocionen ahí, dan degustación, ellas están hablando, una de las marcas que ustedes se acuerden?)** **Sujeto 4:** Excelente si... (Inaudible). **Bueno pero también se, se le hacía eh publicidad a un, aun jugo verdad dentro del programa, no sé si, si, si recuerdan que sacaban hasta un vasito, lo sirven y están hablando de que eso va para, trae beneficio para sus hijos y cuestiones por el estilo (Emilio: Para refrescarse más, está Jugo del Valle que es uno de esos, también está el Té Lipton no, que los dan a conocer ellas, no sé si ustedes pueden sentir algún tipo de influencia a partir de que ellas promueven de este tipo de manera el producto pueden sentir ustedes**

algún tipo de influencia de...) (Humberto: Si ustedes ven la publicidad, vaya se vio tal jugo, se vio como ya la compañera decía: la marca Claro, después de ver ustedes los anuncios de ahí o la promoción que se le hace al producto, ¿ustedes sintieron la inquietud de comprar o de utilizar algún servicio o algún producto de los que se promocionaban ahí o algo les llamó la atención?

Sujeto 8: Quizás dentro de los productos pautados en, dentro del programa como lo mencionaban el Jugo del Valle, eh si bien es cierto es un patrocinador que, que te puedo decir, que el departamento de ventas se lo impuso y tienen que estar pautando a ley tienen que ellas estar promocionando el producto, pero si lo mezclamos con el programa, siento que ellas no te van a incitar a tomar el jugo, o sea tendría que ser un tipo de programa que te puedo decir, como familiar: “Domingo para todos” o algo así pero o sea, necesariamente no existe esa relación de, de ,de cliente con producto porque no, no familiarizan.

Sujeto 6: Eh pero yo a veces pienso que también, tal vez no influyen tal vez ellas eh, o sea la figura de ellas en, en consumir algo, sino que también la hora en que lo dan, porque a veces la mayoría de gente a esa hora está, va a comer y no se muere por tomar algo... (Inaudible) y puede ver algo y, puede ver el enunciado que ellas están haciendo, ah voy a tomar un jugo de estos o algo así, la hora influye bastante.

Este, esta pregunta, bueno está parte dirigida específicamente a la mujer, eh la pregunta es: si ¿les gustaría ser como alguna de las presentadoras, no solo físicamente sino que también el lugar en el que

ellas se encuentran verdad, dentro, dentro del programa, si talvez les llama la atención ser como ellas, desempeñarse en los medios o algo así?

Sujeto 2: No tanto querer hacer como ellas o ocupar esos puestos verdad pero la que me llamó más la atención fue Verónica porque yo la veo así más madura, más centrada, eh tiene más conocimientos también y cuando habla, habla algo que sabe, incluso habla, cuando yo la he visto tal vez las otras están hablando locuras y ella viene, ve la computadora y les dice: no miren aquí dice tal cosa, que dice que esto, esto, esto y esto, entonces las otras se quedan como si verdad, es verdad, entonces yo siento que Verónica tiene como ese, ese texto científico para poder hablar pues, no habla solo locuras, no habla lo que se le viene a la mente, habla algo que está establecido ahí, incluso cuando hablaron de las fobias eh, estaban hablando de las fobias del miedo a viajar en avión, entonces Verónica salió ahí: miren aquí dice que viajar en avión es bueno hacer esto, esto y esto, pero ella estaba con su computadora ahí, entonces eso es lo que me llama la atención de Verónica y me gusta mucho su carácter, su temperamento, su forma de actuar, yo me identifico con ella. **(Douglas: ¿Alguien más?) Sujeto 7:** A mí también me parece Verónica Guerrero, que siento de que ella tiene más, ajá es más coherente, es más, tiene más información y quizás por lo mismo que es psicóloga da mejores consejos que las otras.

Ok para los hombres, ¿Considera que las presentadoras tienen ese prototipo de mujer ideal o mujer bella?

Sujeto 1: Para mí no! **Sujeto 5, 6 y 8:** No (al mismo tiempo) **Douglas y Nelson:** ¿Por qué? (Al mismo tiempo) **Sujeto 1:** Mirá eh... es que, para empezar este, bueno, yo lo capto así a veces por ejemplo: Luiza Manga, ella demasiado alardea que, que ella como que tiene unas raíces brasileñas y incluso en una ocasión “ni modo, me tocó estar aquí, peor es nada, o sea en El Salvador” eso fue algo que a mí no me llegó, a parte, a parte no, no sé, o sea para mí el estereotipo que ellas quieren manejar de mujer ideal según ella, para mí, a mí no me parece.

El compañero que dijo también que no

Sujeto 6: No o sea, yo, yo las considero que no, bueno si es en lo físico no vea, no las considero bonitas y también que siento que son o sea, son unas mujeres como bien, yo las considero como plásticas o sea que si, o sea no son mujeres como de hogar para que hablen de temas de hogar, no las considero así.

Ok, eh basándonos en eso, ¿A qué tipo de personas creen que está dirigido el programa?

Sujeto 5: Bueno, quizás para la clase media, pero para la clase baja no (**Sujeto 6: Clase media alta sería**) desde la media para arriba (**Nelson: de la media para arriba... eh**)

Sujeto 4: A las amas de casa también porque las convencen, logran eh... de alguna manera subliminal, el mensaje subliminal es convencerlas pero no en un sentido eh... esclarecedor, de, de un, de estar promoviendo pensamiento esclarecedor.

Ok, este, ¿Consideran ustedes que las personas a las que va dirigido el programa, los que ustedes mencionaron verdad, pueden sentirse identificadas con las presentadoras? Douglas: Digamos, las amas de casa. Nelson: Ajá para el caso: ¿Las amas de casa podrían sentirse identificadas con las, con las presentadoras?

Sujeto 4: En algún momento con lo que hacía referencia a que el esposo no les dedica tiempo quizás si... eh, hay una identificación en el cual se les, les noté esos vacíos existencialistas, la soledad, que es lo que vive y padece la mujer que se dedica a las tareas domésticas, al trabajo de la casa.

Ok, después de ver el programa, ¿sintieron el interés por buscar más información acerca de algún tema que les haya gustado, o sea, los motivó a investigar más o se quedaron solo con la información del programa y bueno, hasta ahí? Emilio: Por ejemplo de la fru, el de los licuados, bebidas hidratantes o de las fobias al avión, no sé si ustedes sintieron como el impulso de decir: ah voy a buscar cómo puedo prepararme una piña colada o algo así, o qué, voy a buscar algo que les haya llamado más para buscar más información.

Sujeto 8: No, Sujeto 1: No

Sujeto 3: Tal vez eh... tal vez lo que llamaba más la atención para mí era eh... seguir buscando lugares turísticos para visitar como ellos decían que a veces hay que hacer turismo interno y no externo, entonces eh, realmente lo ellos dijeron, lo que ellas dijeron es cierto, que hay bastante turismo acá, que hay lugares que uno no conoce y que tal vez eh... por lo mismo por ser cultu,

por haber una cultura de eh... externa eh... yo creo que lo que si me interesó buscar es de encontrar lugares para poder disfrutar las vacaciones.

¿Alguien más? ¿No? ¿Solo con lo que vieron en el programa?

Sujeto 2: Quizás por el poco tiempo que tenemos de, de dedicarle.

Ok, después de ver el programa, ¿Comentaron lo que habían visto con alguien más y si lo hicieron verdad, sobre qué trató la discusión, qué fue lo más relevante que estuvieron platicando?

Sujeto 3: Yo lo discutí con mi mamá porque ellas hablaban cosas que si me identificaba en el sentido de lo que hablaban, no me identificaba con ellas, sino que en los temas que lanzaban, en lo que me identifiqué eh... con los temas que decían era: el, el pos... la post depresión después de las vacaciones y yo le digo a mi mamá: eso es cierto le digo porque uno viene de vacacionar, supuestamente son para descansar pero uno va a disfrutar y todo y ya regresa domingo, domingo va a la playa, regresa domingo en la noche y el lunes uno amanece con una cara o con un, un, un sentir tan diferente que, entonces eso es lo que le digo a mi ma, lo que discutí con ella verdad, de que en eso si tenían razón y el... lo que respectaba a la economía también, que uno gasta, gasta y que todo se pone demasiado caro.

¿Alguien más... que haya comentado alguno de los temas o programas?

Sujeto 4: Mi hijo me preguntó, él es adolescente y tiene 17 años y me dijo: mirá esas señoras de lo que están discutiendo, porque lo que decía aquí... mirá lo que están discutiendo y se irrespetan, entre ellas se interrumpían, como que cada una quería dar a conocer cómo era su pareja y a quien más

salía favorecida, por ejemplo: Regina mencionaba a su pareja anterior, que no tenía tiempo, ni el otro, que se fajaban, se mataban trabajando, la otra igual verdad que no, que la pareja de ella si le dedicaba tiempo, cuestiones así.

¿Ustedes tienen familiares o amigos que también vean este programa?

Sujeto 2: Mi mamá creo que lo ve

¿Sabe usted qué opinión tiene ella acerca del programa? ¿No?

Sujeto 2: Mi hija si lo ha visto también, a ella le pareció un poquito, más que todo lo ve por Regina verdad, por la “Tía Bubu”, aja pero de ahí no, los temas no mucho le gustan.

¿Ustedes recomendarían a otras personas ver el programa?

Todos los sujetos: No

¿Por qué?

Sujeto 1: Mirá a mí se me hace honestamente, se me hace un poco aburrido, a mí se me hace un poco aburrido porque como que les hace falta un poco más de dinamismo en manejar el programa, eso sería una cosa, que es un tanto aburrido.

Sujeto 8: Pero fijate que depende a quien se lo vayas a recomendar también el programa, porque si bien es cierto tratan temáticas de que más que todo le sirven al sector femenino por decírtelo así, entonces si vos conoces, que sé yo, alguna tía, tu abuela o algún familiar que sea, que veas que está pasando algún problema y que sepas que llevan al psicólogo, doctores y todo eso, por esa parte si se lo podes recomendar, pero si yo se lo voy a recomendar a un chero no, porque sé que entre cheros el programa es aburrido.

Sujeto 3: Yo creo que lo que le haría falta al programa es que lanzaran propaganda en el sentido de que dijeran, terminó un programa el día lunes y el día martes qué tema se va a tratar o qué tema se va a discutir, así la gente ya sabe que tema se va a dar, por ejemplo se puede dar sobre la salud a los ancianos, enfermedades o que se yo, entonces la gente como al ver esa propaganda, uno dice sí, no me lo voy a perder mañana, entonces yo creo que eso es lo faltaría para recomendarlo.

Sujeto 2: Sí estoy de acuerdo en eso porque lo único bueno que le veo es que siempre está el experto verdad y los consejos de un experto siempre son buenos para los seres humanos ya sea doctor, psicólogo, el experto en sí, entonces lo que dice ella es cierto, si dicen: ah mañana vamos a tener el tema tal y va estar el invitado tal, entonces la gente está pendiente: ah yo quiero saber de eso, si es el cáncer o cualquier otro problema.

Sujeto 4: Sí y sobretodo en una sociedad tan enferma, en donde solo se muestra odio entre nosotros mismos, quizás programas, enfocar y darle más énfasis a los programas de salud mental, por qué de salud mental, porque todos y cada uno tenemos problemas y que no los logramos identificar; esto vendría como a promocionar una buena salud mental en los salvadoreños que la necesitamos y no solamente con un programa nos vamos a sanear verdad pero al menos la promoción puede iniciar desde un programa.

¿Ustedes consideran que el horario en que se presenta el programa es adecuado? Tomando en cuenta la clasificación del mismo verdad, la hora del almuerzo.

Sujeto 2: Quizás si mejoraran la programación, tendría que ser en otro horario, cuando la familia esté reunida en la casa, tipo siete, ocho de la noche.

(Douglas: ¿Alguien más?)

Sujeto 6: Siento que para mí daría igual porque o sea, yo siempre lo miro un poco aburrido y siento que para mí, mi punto de vista si lo ponen a una hora que esté la familia es mentira, más si hay niños o a veces van a ver otra cosa, no van a ver ese programa. Los niños a veces mandan en la casa o los adolescentes van a ver videos musicales.

Se puede dar el caso y la pregunta iba dirigida a que la clasificación que se maneja es para mayores de 18 años verdad, sin embargo el programa se transmite a la hora del almuerzo, más o menos, se da el caso en algún momento la señora ama de casa está ocupada, llega el niño de estudiar porque a esa hora llegan normalmente a su casa y tal vez la señora está viendo el programa y si solo tienen un televisor ahí pues eso es lo que se deja, entonces también en eso va encaminada la pregunta, ¿Cómo lo ven? Porque el horario es un horario familiar digámoslo así.

Sujeto 6: Es que lo que pasa es que a veces se tocan ciertos temas como tabú para la sociedad y que puede que el adolescente o algo, le empiece a o sea, le de curiosidad de saber algo más sobre eso, talvez pueda que para la mamá todavía no tenga la edad suficiente para saber esas cosas.

¿Qué apreciación tienen ustedes sobre el programa, consideran que es bueno, es malo, regular?

Sujetos 1,2,3,4,5,8: Regular

Sujeto 3: Regular porque yo lo que veo es que vaya, lo único bueno que tiene es que llevan expertos pero yo siento que discuten temas tan lógicos, tan no sé, como discutirlo con tu mejor amiga o con una mamá, entonces no tiene nada productivo discutir temas, como por ejemplo: estaban hablando de que: ay que rico el mango en flor, y que los cocteles, entonces eso yo no lo siento así como que puchica verdad, que chivo, que divertido lo que hablan verdad, entonces ese tipo de temas como que no irían, tal vez irían otro tipo de dinámicas que lo hiciera más entretenido.

¿Qué sugerencias harían ustedes al programa para que mejorara un poco la percepción que tienen? Porque ustedes dijeron que el programa era regular, ¿Qué sugerencias harían para que a ustedes les pareciera mejor ese programa?

Sujeto 3: Vaya, para mí, lo más dinámico que sería, sería eh, podría ser: reportajes al exterior, a lugares que no conociéramos, a mí me sería bastante útil que la Semana Santa llegara eh, pusieran reportajes donde ellas dijeras: este lugar es tal y para vacacionar está bonito, que no sé que, eso es bastante dinámico pienso yo y tal vez no sé, hablar temas más de importancia para la sociedad.

¿Alguien más? ¿Qué recomendación harían?

Sujeto 4: Lo que les decía hace un momento, promocionar la buena salud mental dentro de la población.

¿Creen que sería también bueno por ejemplo: Tener a dos de ellas en el estudio y otras dos en el exterior para hacerlo más dinámico?

Sujeto 1: Bueno eso si

Sujeto 2: Podría ser

Sujeto 3: Sería bueno

Sujeto 2: Y que no den temas así como solo para adultos porque, vaya el caso de mi hija, ella tiene 15 años y yo lo vi realmente porque iba a colaborar con ustedes verdad, y porque cuando haya tenido tiempo porque mi trabajo no me lo permite, entonces mi hija lo ve también e igual, Verónica es la que más le llama la atención y se supone que las otras son más juveniles pero a mi hija no le llamaron la atención, entonces lo recomendable sería que también toquen temas como para adolescentes también porque también los tienen que ver a la fuerza porque ellos están ahí, no solamente para adultos porque el caso de la infidelidad, eso es para adultos, no es para jóvenes, no es para adolescentes, entonces la recomendación sería que sean temas también para adolescentes, incluso si es para niños podrían incluir temas para niños.

Sujeto 6: Tal vez ciertos días dedicarlos a ciertas edades

Sujeto 1: mmm eso si

Sujeto 2: Podría ser

Sujeto 1: Digamos por ejemplo: Lunes un tema en específico, miércoles igual y viernes otro tema dirigido digamos a determinado **(Emilio: Rangos de edad)** Ajá, eso sí sería... Porque si maneja la misma temática toda la semana se hace más aburrido.

Sujeto 3: Es como lo que digo que se podría hacer anuncios televisivos, termina un programa el lunes, ese mismo lunes se lanza lo que es lo que se

va a dar el día martes, como la temáticas, lo que se va a tratar y todo eso para que la gente como que vaya diciendo: hey va estar interesante.

Eso como que ya lo están haciendo últimamente cuando vi la película del Titanic, En los anuncios veía bloques de los anuncios de las grandiosas verdad, El tema de hoy fue tal y mañana vamos a estar hablando del tema tal, entonces yo dije: ah bueno, ya era hora verdad.

Bien eso ha sido todo y les agradecemos por habernos acompañado y colaborado con sus aporte en la temática.

Entrevista Productora Programa: Grandiosas de Telecorporación Salvadoreña (TCS).
2 de mayo de 2012

Nota. Dentro de la transcripción, la productora está representada por: “**Sujeto 2**”, los otros 3 son los que componen el grupo de trabajo.

Sujeto 1: ¿Considera usted que la participación de la mujer en la televisión Salvadoreña tiene más dificultades por ser mujer o si considera que no?

Sujeto 2: Considero que profesionalmente no, pero el problema es que es más difícil que le hagan caso a una mujer como al dar órdenes la toma menos en serio, entonces también está el problema que las mujeres también somos más dulces generalmente entonces se confunde al ser dulce lo confunden con falta de autoridad que en mi caso no es cierto. yo puedo verme súper suavecita pero si algo está mal yo claro que llamo la atención.. En ese sentido si pero en lo demás no creo que más que todo las mujeres nos hacemos la idea que el trabajo va ser más difícil pero el trabajo es el mismo, las exigencias son las mismas y yo que tengo la oportunidad de trabajar en un programa que tiene que ver con cosas de mujeres también no creo que se me ha hecho más difícil en ese sentido, mi jefe es hombre y puede ser que si sea más suave conmigo por el hecho de ser mujer que no me va a gritar como le grita a los demás, pero si es igual de exigente si yo la riego en algo, me regaña igual, pero a ver que más por ser mujer, no nada.

Sujeto 3: ¿El Concepto en sí del programa?

Sujeto 1: En cuanto al programa que usted bueno que al menos usted produce ¿De dónde viene como surge en realidad el concepto el formato que usted utiliza?

Sujeto 2: Este programa es una franquicia de los Estados Unidos que no se esta no sé donde empezó específicamente, empezó en los Estados Unidos pero no se en que canal, pero esta estaba en los Estados Unidos ya no se hace allá se creó allá y de allí en República Dominicana hay otro en Argentina y ahora hay uno en El Salvador, es de hecho la gente cree que es como las Netas Divinas pero la franquicia de “Grandiosas” se creó antes que las Netas Divinas, el concepto son 3 o 4 mujeres que hablan sobre temas que importan a las mujeres, pero que pueden ser también de interés de hombre en temas en base a las mujeres viendo cómo vamos a encontrar ese equilibrio.

Sujeto 1: ¿A partir de eso usted maneja como su público meta a la mujer o..?

Sujeto 4: ¿Cuál es su público meta?

Sujeto 2 En teoría si son las mujeres pero no queremos limitarnos a solo a solo dirigarnos a las mujeres por qué queremos el interés de hombres, por eso también creamos temas que puedan interesar a los hombres e temas de pareja, temas de enfermedades como el alzheimer, temas de hijos, no sólo de mujeres y la cocina y todo eso porque queremos como deshacer la sociedad machista en la que estamos en la que la mujer sólo se dedica a

cocinar y a criar hijos como que darle a la mujer, que la mujer se dé su lugar con estos temas al explicar estos temas y que hacen estos temas.

Sujeto 1: En el caso de las Presentadoras ¿Cuáles fueron los parámetros de la selección idónea para tener este tipo de presentadoras?

Sujeto 2: La clave aquí es que cada una de ellas tenga una personalidad diferente que como vemos Regina es la comediente, Luisa es la juvenil a la que no le importa nada que se puede sentar en el suelo si ella quiere, María Elisa es la reportera y Verónica es la más centrada más, no cuadrada la más conservadora, entonces al tener las diferentes personalidades que chocan es que le da al programa la chispa, porque si todas fueran iguales, todas tuvieran el mismo punto de vista, no hay debate, y ya si todas están de acuerdo y se acabó, entonces esa es la clave.

Sujeto 4: En cuanto al contenido, ¿quién elije el contenido ¿

Sujeto 3 y 4: de las temáticas

Sujeto 2: El contenido lo elijo directamente yo hago mi investigación lo paso a mi jefe si ellos me aprueban o no dependiendo a lo que sea, porque hay temas que por la hora o ya sea por los niños o porque es la hora de almuerzo, entonces no podemos ser ni muy sexuales ni muy malcriados ni muy nada que se dé a esa hora verdad, entonces yo paso los temas y ellos me los aprueban y yo los desarrollo, pongo los diferentes puntos a tocar y ya

cada una de ellas dice si está de acuerdo con eso o no y platican un poquito más sobre ese tema.

Sujeto 1: Dentro de las temáticas que abordan ¿Ustedes tienen la finalidad de trazar una especie de guía para el público en cuanto a algunos temas en específico?

Sujeto 3: yo he escuchado también que hablan sobre el cáncer, no sé si eso serviría como una guía para cambiar pensamiento, para decir yo puedo tomar o puedo consultar de ese tema o puedo visitar al ginecólogo en el caso de las señoras verdad.

Sujeto 2: Tratamos de dar consejos pero no tratamos de imponer un punto de vista y por eso es que cada una de ellas tienen diferentes puntos, son completamente diferentes una puede estar de acuerdo en darle un nalgadita al hijo de vez en cuando y otra completamente jamás nunca por más que el niño sea un gran malcriado, entonces la idea es que ellas expresen su punto de vista y como no toda la población piensa igual, cada uno de los puntos de vista de ellas se va a sentir identificada la audiencia, sujeto 3:(por parte de ellas) aja entonces por eso que la idea no es imponer un punto de vista es que cada una de su punto de vista a si yo estoy de acuerdo con Vero, a no yo estoy de acuerdo con Luisa, entonces es parte del proceso que ellas entren en discusión y en debate, y que los televidentes estén uy no y por qué dijo esto, está loca yo prefiero lo otro, es parte del programa.

Sujeto 4: En cuanto al horario, ¿Quién eligió el horario y por qué a esa hora?.

Sujeto 2: El horario se eligió a esa hora por que no había otra opción nada más que ver a esa hora nada más que noticieros y pues la verdad todos son noticieros a esa hora, entonces la otra alternativa es para la gente que no quiere ver noticieros, no había ningún programa desarrollado a esa hora .

Sujeto 1: ¿Ustedes tienen conocimiento de Cómo está posicionado su programa en cuanto a rating, es decir su público?

Sujeto 2: Números no le podría dar porque si no, pero si nos va bien al noticiero le va mejor pero creo después del noticiero, es el que más gente tiene.

Sujeto 3: En cuanto a las temáticas que ustedes abordan y en cuanto a la publicidad ¿están relacionadas?

Sujeto 2: Si, si porque si a veces se tiene problema cuando los clientes son algo que no tiene nada que ver con el programa, uno el cliente no busca el programa por que no es su target, y dos nosotros tampoco tratamos de meter cosas que no tengan nada que ver, por ejemplo por más que nos paguen algún anuncio de condones no vamos a meter en Grandiosas a esa hora un anuncio de condones, entonces si no tiene nada que ver, idealmente son cosas que tienen que más que ver con la mujer, **sujeto 3:** Si por que en este caso hemos visto que mantienen ahora el anuncio de jugo del Valle, **sujeto 2:** es por la hora, es más familiar es la hora y también tenemos cosas tipo desodorantes que van más específicamente para la mujer y todo ese tipo de cosas.

Sujeto 1: y eso qué es mejor, bueno relativamente nuevo quizás verdad ese tipo de publicidad dentro del programa y no sólo fuera.

Sujeto 2: Si

Sujeto 3: Hemos visto que a veces comparte tal vez vasos con jugo o vasos de Nestea también verdad..!!

Sujeto 2: Si, eso ya también depende del cliente, uno les ofrece lo que les puede dar y ellos escogen que es lo que quieren no no quiero jugo solo quiero que hablen, ó quiero que este mi logo o no, allí se entienden ellos con ventas específicamente.

Sujeto 1: ¿Cómo ve las condiciones del programa o considera que el formato que mantiene debe de mejorar , ó tiene otra ideas para hacer algo más?.

Sujeto 2: Ya que es una franquicia no podemos cambiar mucho nos han mandado, tenemos un poquito de libertad de salvadoreñizar las cosas, pero no podemos darnos sujeto 3: (el lujo) de cambiar completamente algo porque es una franquicia.

Sujeto 3: ¿En el caso de programas similares como el de Milena tu Amiga de canal 12, ustedes pretenden como hacer que el programa llegue a un horario prime time como el que está ahora el de ella?

Sujeto 2: Cambios de horarios pueden ser posibles, en el futuro todo depende de, pero no pero realmente nuestra competencia no serían competencia

programas tipo Milena tu Amiga por que ese es más como un Talk Show de, como el Show de Cristina, nosotros no es nuestro es diferente, pero si el horario es discutible ahorita estamos bien a esa hora y todo depende de un montón de cosas.

Sujeto 3: ¿En el caso de los especialistas, como parte de los segmentos del programa, ustedes siempre cuentan con uno o varios invitados dentro del programa?

Sujeto 2: Allí depende, ósea generalmente se cuenta con uno ya nos han cancelado pero pero no hay problemas, ellas, hay que improvisar en el momento vemos que metemos vemos de que hablan , e pero si se dan temas en los que necesitamos más de un invitado por que a veces son de enfermedades queremos invitar a un doctor y a un paciente que nos expliquen 2 puntos de vista ó hace poco hablamos de la piratería invitamos a un productor de cine a un productor de música que nos hablen como afecta eso, ósea no nos limitamos a un solo tema ni a un número de invitados en específico.

Sujeto 4: eso sería todo muchas GRACIAS.

3.2 PERCEPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Durante el desarrollo de nuestro trabajo de graduación “Caracterización de los estereotipos que proyecta el programa de variedades GRANDIOSAS de Telecorporación Salvadoreña (TCS)”, el proceso que hemos llevado como grupo de trabajo ha sido optimista, el 15 de marzo se hizo la primera entrega con la que dejamos sentadas las bases de cómo hicimos nuestro proyecto de graduación en los seis meses siguientes.

Entre las actividades que le siguieron están: la conformación de grupos focales, ya que quisimos conocer el punto de vista del público desde diferentes sectores, tanto de universitarios como del público externo, así mismo el monitoreo y grabación del programa “GRANDIOSAS” durante Semana Santa, la cual comprendió del lunes 3 al viernes 7 de abril de 2012; luego la obtención de los puntos de vista del programa por parte de los grupos focales, así como la entrevista a la productora del programa, para posteriormente dar paso al respectivo análisis.

El primer grupo focal se conformó en la última semana del mes de marzo los primeros que se tuvieron en mente fueron los estudiantes de segundo año de la Carrera de Periodismo, específicamente los estudiantes de la Cátedra de Movimientos Sociales en el Salvador II, ya que nuestro compañero Nelson Peña integrante del grupo, es asistente de dicha Cátedra; la tarea no fue fácil, ya que conformar este grupo focal llevó dos visitas al aula; en la primera no tuvimos éxito por el tiempo de los estudiantes.

Fue hasta la segunda visita que alrededor de trece personas dijeron que estarían dispuestos a colaborar con nuestro trabajo de graduación, luego, nos dirigimos a conformar el siguiente grupo focal con habitantes de la colonia Santa Lucia de Ciudad Delgado, lugar donde reside nuestro compañero Douglas Martínez; el primer paso fue explicar a los residentes sobre nuestro trabajo y solicitar su colaboración; en este grupo la conformación no fue muy difícil, ya que las personas aceptaron la propuesta para colaborar con nuestro trabajo.

La dinámica para ambos grupos era monitorear en un mínimo de 2 a 3 días el programa “GRANDIOSAS” durante la semana de vacación, ¿por qué se eligió esta semana? Debido a que en esta temporada se vuelven más evidentes los estereotipos que proyecta este programa hacia la comunidad femenina, debido a que son fechas más comerciales, donde se exponen más la belleza, vestuario, estilos de vida, clases sociales y el Rol de la mujer en general.

Otro punto importante fue la grabación de los programas durante la semana de vacaciones; entre las dificultades ocurridas: sólo se lograron grabar 3 de los 5 programas de la semana, ésto debido a problemas técnicos con el equipo de grabación.

Al mismo tiempo conformamos los grupos focales y se estableció contacto con Luciana López, productora del programa “GRANDIOSAS” de TCS, este proceso se entabló gracias al contacto de una amiga de nuestro compañero Douglas Martínez, el primer paso fue enviar una carta vía correo electrónico

solicitando se nos concediera la entrevista con la productora, donde detallamos que queríamos conocer sobre la participación de la mujer en la televisión salvadoreña, para de forma despistada poder abordar sobre la producción del programa.

La semana siguiente a la vacación se había programado la reunión con el grupo de estudiantes de Periodismo, el primer encuentro no fue el esperado ya que sólo llegaron 5 de los 12 participantes y no se pudo llevar a cabo la reunión, de tal forma que se pospuso 3 días después, y de igual forma sólo llegaron cuatro personas; en esta ocasión los que si llegaron tomaron la decisión de responsabilizar a los demás, y tuvimos que visitar nuevamente el aula y pedimos otra reunión para conocer sus puntos de vista, acordamos día y hora exacta para lograr el objetivo, en esta vez a diferencia de las demás nos comunicamos con ellos un día antes de la reunión para recordarles la actividad pendiente.

Para realizar la reunión contamos con el apoyo del Lic. Alberto Araujo, Docente del Departamento de Periodismo, ya que nos prestó el aula que se usa como Centro de Cómputo; a la reunión llegaron 11 integrantes de los 13 que se habían anotado, como grupo decidimos realizar la reunión ya que teníamos a la mayoría de los convocados; de forma interactiva y amena se formularon las preguntas a los estudiantes, quienes respondieron de manera directa y crítica sobre el programa.

Por el contrario, al grupo de la colonia Santa Lucia de Ciudad Delgado, no logramos reunirlos debido a que cuando se les visitó conocimos que la mayoría de los integrantes no lograron sintonizar el programa en el horario que se transmite; sólo 4 personas de 12 lo vieron, por ello se decidió armar un nuevo grupo donde se contara con una participación mayoritaria, por ello buscamos un nuevo grupo, esta vez fue en la ciudad de Soyapango, en la Colonia Prados, por factibilidad que tenemos familiares en la zona.

Luego de 3 semanas de espera, la productora de “Grandiosas” concedió la entrevista en las instalaciones del edificio de operaciones de TCS; el encuentro fue exitoso pese al poco tiempo con el que contábamos, conocimos de primera mano el formato y lineamientos del programa; en este mismo encuentro solicitamos copia de los 2 programas que no fueron grabados, y con gusto la productora dijo que estarían en los próximos 3 o 4 días.

Ya completos los 5 programas de la semana de vacación, se le entregó copias a cada uno de los integrantes del segundo grupo focal, para que vieran el programa y luego nos compartieran su punto de vista sobre el programa..

A la semana siguiente se pactó la reunión con este grupo, al encuentro llegaron 10 de los 12 integrantes del grupo, el encuentro fue productivo ya que dieron su crítica y postura sobre el programa, sin embargo 2 de los 10 no dijeron nada y se limitaron hacer acto de presencia, a lo mejor por pena, pese a que se les solicitó su opinión a la hora de formular las preguntas.

Otro detalle importante a recalcar es que en cada uno de los encuentros realizados con los grupos focales, hemos grabado la conversación que se ha tenido con los participantes; sin embargo, la transcripción de estos audios ha sido bastante minuciosa, debido a que algunos de los integrantes hablan muy rápido mientras otros hablan despacio y eso corta su idea o apreciación, aparte del uso de muletillas que la mayoría hace para apoyarse en su discurso.

3.3 RESUMEN DE LA SEMANA MONITOREADA

Resulta interesante que el tema abordado por Grandiosas para empezar la Semana Santa se convierte en una estrategia para incitar a la audiencia, no solamente para visitar las playas u otro tipo de lugares que sean propicios para utilizar bloqueadores solares que ayuden al bronceado como se denominó el tema del día lunes, sino también para promulgar el consumismo entre el público.

Este análisis tiene el propósito de evidenciar cómo el concepto de estereotipo se encuentra presente en cada uno de los días monitoreados durante la Semana Santa, y que las formas de presentarlo y exponerlo por las presentadoras del programa son diversas, que pueden ir desde un pequeño diálogo hasta una incitación explícita referida a la moda, estilos de vida, nivel económico, belleza y vanidades o el rol que juega la mujer.

Otro tema retomado por la producción de Grandiosas fue “la aerofobia”, temática que también estuvo acorde a la temporada que se vivía en la

semana monitoreada, ya que durante las vacaciones de Semana Santa, muchas personas viajan a diferentes destinos para visitar a sus familiares y amigos.

En el programa generalmente se mantiene la tónica de un especialista por día y un hecho que hay que destacar es que la interacción con el público la hacen a través de redes sociales, vía Facebook y Twitter, y únicamente durante la sección de la entrevista reciben llamadas telefónicas del público.

Después se abordó el tema “vacaciones en familia”, sobre los tipos de planes en esta temporada, en el cual se hizo énfasis en la planificación de los viajes familiares que se realizan durante las vacaciones y la preparación de bebidas refrescantes, además de algunas medidas que se deben tomar en cuenta en el hogar antes de salir de viaje, entre otros.

En esta semana también encontramos el tema “hasta dónde llegarías por la belleza”, en el cual se le dice a hombres y mujeres que en el mercado existen diferentes productos que les permiten embellecerse y a los cuales pueden acceder, es decir crear una inquietud en la audiencia a realizarse prácticas como cirugías plásticas o cosméticas.

Así mismo, destacaron la palabra “estereotipo” como parte del diario vivir y de la rutina diaria de la mujer y del hombre, es decir para las “Grandiosas” la belleza debe estar presente todos los días antes de salir de su casa a cualquier destino, arreglarse y mantenerse siempre bello o bella, mencionó Luiza Manga.

El último tema fue “el baile”, durante la transmisión se enfocaron en la importancia que puede tener el baile en la vida de las personas, y cómo es vista por la sociedad dicha práctica, además de contar con la presencia de un invitado, especialista que mostró pasos básicos de algunos géneros musicales.

La estrategia metodológica utilizada por Grandiosas constituye un tema que se divide en diferentes posturas y anécdotas retomadas por sus presentadoras, en las cuales el público puede elegir cuál de ellas le parece la más adecuada a sus pensamientos, vivencias, entorno social etc. Las audiencias entonces las toman como propias o sino desechan cualquier postura por considerarlas que no están acordes a su realidad, o en algunos casos, al pensamiento crítico de las personas.

3.4 ANALISIS

Para la realización de este trabajo, recopilamos información por medio de la técnica de los Grupos Focales, a través de la cual conocimos la percepción que las personas tienen sobre los mensajes que son transmitidos a través del programa “Grandiosas”.

Procedimos a la formación de 2 grupos, uno formado con estudiantes de segundo año de Periodismo de la Universidad de El Salvador, y otro con personas particulares residentes del área de Soyapango. En ninguno de los

casos tomamos en cuenta parámetros como la edad ni el nivel económico de las personas que colaboraron con el estudio.

Además recurrimos a la técnica de la entrevista con la productora del programa; para recabar más información también utilizamos el análisis de contenido; y uniendo estos esfuerzos logramos identificar las áreas en las cuales existen ideas (estereotipos), que muchas veces afectan o predisponen la manera de pensar o actuar de una persona que se encuentra expuesta a los mensajes.

Durante este apartado hicimos las citas de las personas que colaboraron en el estudio y para hacer la referencia, ubicamos e identificamos al individuo entre paréntesis por medio de un número, acompañado del grupo focal al que pertenece, por ejemplo: Sujeto 1 G1.

En El Salvador, los programas de televisión femeninos de 2012 están revolucionando la televisión del país; la producción de “Grandiosas” está dando mucho de qué hablar en la población que consume este programa, transmitido por canal 6 de Telecorporación Salvadoreña de lunes a viernes a las 12:30 pm, bajo la producción de Luciana López.

De acuerdo con la concepción del programa “Grandiosas”, la productora detalla que la idea original es que la audiencia conozca temáticas de interés para ambos sexos, de modo que de forma fácil llegue el mensaje, es decir de una manera interactuada de parte de las presentadoras.

Sin embargo, dentro de los grupos focales encontramos una idea diferente a la que tiene la producción de “Grandiosas”, ya que ellos lo ven como un programa destinado a sectores específicos, por ejemplo: consideran que solamente está dirigido a la mujer debido a que el programa no cuenta con un presentador masculino, que tenga otra perspectiva de las temáticas.

Según Luciana López, lo que se quiere es deshacer la sociedad machista actual, pero los Grupos Focales difieren con lo anterior, ya que afirman que dentro del programa se presentan estereotipos que marcan huella en la audiencia, por ejemplo belleza y moda: “se ve una idea clara que ellas están vendiendo su imagen” (Sujeto4 G2), “no son unas mujeres reales las veo como una figura, que están hechas de esta forma porque así venden” (Sujeto 5 G1).

Otro aspecto que manifiesta López, es la variedad de temas que durante la semana se abordan, estas temáticas encajan en las diferentes personalidades de las presentadoras, ya que contar con un perfil conservador como el de Verónica Guerrero, uno juvenil como Luiza Manga, María Elisa Parker en su postura como periodista y Regina Cañas como comediente, esto hace dinámico el programa ya que de acuerdo a la productora se tienen cuatro puntos de vista distintos, para debatir.

“Por qué cada quién es diferente” (Sujeto 5 G2), éste es el punto en que concuerda la producción con los grupos focales, haciendo referencia al por qué se seleccionaron a las presentadoras, en el sentido que ambas partes

consideran adecuada la interacción de diferentes personalidades y rangos de edad.

Además, los Grupos plantean el aspecto que todas las presentadoras cuentan con una carrera larga en televisión, en esa medida la selección de ellas se basa en una táctica para lograr audiencias, principalmente con el sector de escasos recursos, que lo verían como un modelo a seguir en su vida (Sujeto 5 G1).

Pero ésto no sucede en todos los casos, porque como el mismo Grupo plantea; “las personas que están desarrolladas dentro del ambiente artístico del país no se sientan a ver este programa porque no les sirve para nada” (Sujeto 5 G1), aduciendo que es más difícil que las personas mejor preparadas académicamente caigan en ese tipo de discusiones, ya que se desenvuelven en ámbitos distintos y las temáticas que se abordan en “Grandiosas” son pasadas por alto.

Como todo programa de televisión en directo siempre existen fallas normales, la improvisación es lo más inmediato, pero ésto deja poca profundización de los temas que abordan, ya que en la mayoría de veces suele transmitirse poca información de las temáticas; se trata más de una tertulia entre las cuatro presentadoras, quienes entre risas, seriedad y confesiones de sus experiencias, dejan vacíos a sus televidentes.

Además aseguran que en algunos casos “No entretienen al público, la gente quizás solo lo pone por pasar el tiempo y no por aprender” (Sujeto 10 G1).

Según los Grupos Focales, las presentadoras no saben manejar la información y consideran que “necesitan profesionales para hablar de los diferentes temas, ya que en lugar de ayudar terminan confundiendo a la gente” (Sujeto 11 G1), uno de los miembros de un grupo aportó que “No son mujeres de hogar para que hablen de temas de hogar” (Sujeto 6 G2), ésto debido a que su misma profesión las aleja un poco de la vida que lleva la mayoría de mujeres que sintonizan el programa.

Según López, la improvisación es en función de familiarizar al televidente con el tema y así mantenerlo al margen de la Franquicia a la cual representan; ella dice que “se respeta (el formato), más no se cumple al pie de la letra”, ya que tratan de adaptarlo a la cultura salvadoreña, para que la población salvadoreña pueda sentirse identificada, puesto que eso si se los permite la franquicia original.

Las personas contrastan con esta idea, pues sugieren que el programa debería ser más salvadoreño, y más apegado con la realidad social y no tan superficial, es decir aún no se sienten identificados con los temas, ni con la forma en que las presentadoras los desarrollan; esto pone en entredicho las palabras de la productora, pues según los Grupos, ese objetivo que el público se sienta identificado no se está cumpliendo.

En cuando a la publicidad, se han introducido diferentes patrocinadores en los segmentos del programa, mostrando que estos productos son útiles en la vida cotidiana, como por ejemplo marcas de jugos, desodorantes y compañías de

telefonía móvil, los cuales en su mayoría son dirigidos a todo tipo de público, sin embargo no todos tienen la posibilidad de acceder a tales productos o servicios, aunque en la práctica muchas personas sacrifican algunas cosas para poder satisfacer esa necesidad.

Los Grupos Focales reflejaron posturas distintas en cuanto a este ámbito; el Grupo 1 maneja la idea que los productos están accesibles y que el público los puede comprar y de alguna manera puede haber influencia al consumo; por su parte el Grupo 2 manifiesta que no existe una relación de cliente con el producto, “ellas no te van a incitar a tomar el jugo” (Sujeto 8G2), la publicidad se le hace al producto por ser un espacio pautado, pero que al final no incide a comprar el producto.

Por otra parte, en cuanto a la clasificación y horario de “Grandiosas”, los grupos focales también difieren en su opinión. El primer Grupo dice que a veces los temas que se abordan son fuertes, pues en muchos casos los niños estudian en la mañana, llegan a la hora de almuerzo a su casa y si la madre de familia acostumbra ver el programa, pues, eso es lo que los niños ven.

Por tal razón consideran que no son adecuados los temas ni la clasificación del programa, y por ende el horario, especialmente cuando se habla de la pareja y sexualidad u otro tipo de ideas que son consideradas tabúes en nuestra sociedad.

Sin embargo, el segundo grupo parece estar en desacuerdo únicamente con la hora de transmisión y dicen que “tendría que ser en otro horario, cuando la

familia esté reunida en la casa, tipo 7 de la noche” (sujeto 2 G2). Y además hacen énfasis en que también debería hablarse de temas para adolescentes, ya que muchas veces están ahí y terminan viendo el programa.

Pero al final ambos Grupos Focales concuerdan en que el horario es estratégico; el Grupo Focal de la UES dice: ”Sabés por qué lo pasan en ese horario, por el sencillo hecho de que un día tocamos el tema de la sexualidad, otro día tocamos la educación de nuestros hijos, otro día tocamos cocina es decir ellos tratan que los temas varíen para tratar de llamar a ciertos sectores” (Sujeto 5, G 1)

El otro Grupo dice que el programa puede ser transmitido en cualquier tipo de horario, porque al final depende de los padres de familia si se mira el programa o no, pero de todas maneras el propósito es ganar una audiencia cada vez mayor y por eso se transmite a esa hora. Uno de los colaboradores dijo: “Siento que para mí daría igual porque o sea, yo siempre lo miro un poco aburrido y siento que para mí, mi punto de vista si lo ponen a una hora que esté la familia es mentira, más si hay niños o a veces van a ver otra cosa” (Sujeto 6 G 2).

Al respecto, la productora asegura que el horario se eligió para dar una alternativa al público, debido a que a esa hora casi todos los canales transmiten noticieros, sin embargo tienen que tener el cuidado de no tratar temas muy sexuales o ser muy malcriados.

En todo caso, “Grandiosas” está clasificado para mayores de 18 años, y los Grupos Focales consideran que el contenido puede ser apto para público adolescente y adulto, quizá el problema en este caso es que durante el primer día monitoreado de la transmisión, se hizo referencia a que los niños iban a tener la oportunidad de disfrutar del programa, pues al tratarse de feriado y estar en casa iban a poder verlo.

A ésto el Grupo formado por estudiantes de Periodismo reacciona diciendo que “Es que es una contradicción porque se supone que el Ministerio de Gobernación pone esta clasificación, porque el contenido a tratarse puede venir o no a influenciar la mente de los jóvenes, es decir aun cuando te está diciendo que esa franja comienza con eso te está diciendo que no solo el programa sino la publicidad que va dentro” (Sujeto 5 G1).

El grupo hace mención acerca de una marca de preservativos, sin embargo, en la semana monitoreada no encontramos ningún anuncio relacionado con ésto, es probable que hayan visto tal publicidad en transmisiones anteriores o posteriores, en tal caso reforzaría aun más la idea de que no es apto para todo público. Sin embargo se debe insistir en que durante el monitoreo no se encontró publicidad de este tipo.

Otro punto importante que debemos destacar es que las personas que colaboraron en el estudio dicen que “necesitan profesionales”, “en vez de ayudar hasta confunden a la gente” (sujeto 11 G1). Pero en algunas de las transmisiones podemos notar la presencia de un invitado, pero aún siendo así,

los integrantes de los Grupos Focales se muestran escépticos y argumentan que de todas maneras, el programa no llena sus expectativas.

Los estereotipos relacionados a la belleza como la forma de vestir, maquillarse, expresarse y hasta en el consumo de marcas se dejan bien grabados, ya que a medida que las presentadoras dejan ver sus cualidades de belleza propia y sus preferencias, pasan a darle consejos y sugerencias a la audiencia para que los tome en cuenta y de una manera normal y rutinaria los aplique en la vida cotidiana.

En este sentido, ambos grupos focales concuerdan que el programa muestra un concepto de belleza muy distinto al que debería ser: “es un programa tan superficial que hasta en la vestimenta se nota su mala educación, el mal lenguaje para llegar al público” (Sujeto 6 G1), “para mí el estereotipo que ellas quieren manejar de mujer ideal no me parece” (Sujeto 1 G 2).

Todo lo anterior influye bastante en el público meta, que de una manera clara serían las mujeres, pero de acuerdo con la productora se busca ampliar más; “En teoría sí son las mujeres, pero no queremos limitarnos a sólo dirigirnos a las mujeres por qué queremos el interés de hombres, por eso también creamos temas que puedan interesar a los hombres, temas de pareja, temas de enfermedades como el Alzheimer, temas de hijos, no sólo de mujeres y la cocina y todo eso”, de esta forma la producción quiere que la mujer se dé su lugar en el hogar.

Con respecto a los temas familiares dirigidos para ambos sexos, dentro del segundo Grupo Focal se percataron del sentido que busca darle la producción al programa a través de los diálogos que mantienen las presentadoras “entonces la idea es que ellas expresen su punto de vista, con cada uno de los puntos de vista de ellas se va a sentir identificada la audiencia” (Sujeto 2 G2).

Refiriéndose a la intervención de los especialistas en los segmentos que requieren participación profesional durante el programa, la productora mencionó que “si se dan temas en los que necesitamos más de un invitado, porque a veces son de enfermedades queremos invitar a un doctor y a un paciente que nos expliquen 2 puntos de vista”.

Cuando existe participación de profesionales dentro del programa, ambos Grupos Focales coinciden en que la información que brindan es de beneficio para la audiencia “recurran con ayuda profesional” (Sujeto 2 G 1); además el público califica como positivo que una de las presentadoras esté preparada académicamente para brindar aportes no sólo como presentadora, sino también como una profesional “Verónica Guerrero, quien es psicóloga, da mejores consejos que las otras” (Sujeto 7 G 2).

“Grandiosas” cuenta con cuatro presentadoras que según la productora generan discusión, para que la audiencia retome la postura más apegada a su forma de ser o su pensamiento, “al tener las diferentes personalidades que chocan es que le da al programa la chispa, porque si todas fueran iguales,

todas tuvieran el mismo punto de vista, no hay debate, y ya si todas están de acuerdo y se acabó, entonces esa es la clave”.

Al respecto, el Grupo 1 presenta una postura crítica en torno a este concepto “no me parece que sean una mujer normal sino un estereotipo” (Sujeto 6 G1); y además señalan el desconocimiento de la realidad salvadoreña “porque no tienen mucho contacto con lo que dicen” (Sujeto 7 G1), ésto debido a que las presentadoras tienen un estilo de vida diferente al de gran parte de su audiencia.

Contrario a la percepción del Grupo 1, el Grupo 2 se inclina por la trayectoria de las presentadoras para impregnar en el público diferentes estereotipos “si ponen cuatro personas que son conocidas y agradables para el público siento que va a ser un programa que va a pegar aunque hablen temas incoherentes”, (Sujeto 7 G 2).

López detalla que la elección de los temas pasa por aprobación de su jefe: “El contenido lo elijo directamente yo, hago mi investigación, lo paso a mi jefe, si ellos me aprueban o no dependiendo a lo que sea”.

Y aunque la productora durante la entrevista aseguró que: “en su desarrollo laboral tiene exigencias de su jefe”, que ella depende de las decisiones de su superior que es hombre, ésto en cuanto a la determinación de las temáticas que a diario se abordan en el programa, como parte de la agenda y programación de la producción.

Es en ese punto es donde cabe hacerse la pregunta ¿A qué se debe el fenómeno que si es un programa para mujeres, y es conducido y producido por mujeres, al final es la decisión de un hombre la que determina si los temas serán abordados o no durante la transmisión? Esto puede darnos algunos indicios del papel que sigue jugando la mujer dentro de los medios nacionales y las ideas que predominan dentro de los mismos, porque esto podría entenderse como una falta de libertad de la mujer dentro del medio.

Quizás un aspecto de los más importantes es la diversidad de temas que tratan y la manera de abordarlos, los colaboradores con este estudio tienen diferente perspectiva; en el primer Grupo se destaca que tienen conocimiento de madres de familia que están más pendientes del programa que de su familia “de la señora que yo conozco, ella tiene un niño como de tres años, deja a un lado al hijo por estar pendiente de lo que ellas dicen” (Sujeto 9 G 1).

El segundo grupo realiza críticas entre los temas que presentan a la familia, aunque la producción mencione que no muestra temas extremos; sin embargo, dentro de este Grupo se afirma: “Mi hijo me preguntó, él es adolescente y tiene 17 años y me dijo: mira esas señoras de lo que están discutiendo, porque lo que decía aquí... mira lo que están discutiendo y se irrespetan, entre ellas se interrumpían, como que cada una quería dar a conocer cómo era su pareja y a quien más salía favorecida” (Sujeto 4 G 2).

La productora dice que en el programa tratan de dar consejos, pero no tratan de imponer un punto de vista y por eso es que cada una de las presentadoras

tiene diferente postura, pero la opinión del Grupo Focal 1 difiere a la idea que concibe la producción; “Reunir a estas cuatro mujeres que en cierta forma han fracasado en sus labores para hablar de temas que vengan a influenciar a la familia es un poco peligroso” (Sujeto 5 G1).

Por otra parte, el Grupo Focal 2, resalta algunas recomendaciones “darle más énfasis a los programas de salud mental, por qué de salud mental, porque todos y cada uno tenemos problemas y que no los logramos identificar; ésto vendría como a promocionar una buena salud mental” (Sujeto 4 G 2).

Con relación a la audiencia con la cual cuenta el programa, se le consultó a la productora y ella manifiesta que: “Números no le podría dar porque sí no, pero si nos va bien; al noticiero le va mejor, pero creo después del noticiero, es el que más gente tiene”, esto debido a que el público del Noticiero está pendiente de la programación del canal.

Un aspecto que debemos resaltar, es que cuando ponemos atención a las opiniones de los participantes del estudio, podemos apreciar que el Grupo Focal formado por estudiantes de Periodismo resulta más crítico que el grupo externo, ésto debido a que cuentan con algunas bases académicas que les permiten comprender mejor la situación mediática, y ellos están conscientes de eso, “nosotros que somos estudiantes de Periodismo que ya sabemos un poco, ya sabemos de que se trata... pero hay gente que sí les llama la atención esos personajes” (sujeto 4 G1)

Por su parte, el segundo grupo tiene posturas críticas pero también se puede apreciar que en muchos aspectos llega a pasar de manera inadvertida algunas ideas preconcebidas (estereotipos), y en alguna medida consideran que el programa puede ser beneficioso si se realizan algunos cambios.

Por último debemos destacar algo que nos muestra la existencia de estereotipos dentro del programa, y es que dentro de los Grupos se ven personas más críticas por estar conscientes de la situación, ellos saben qué tipo de mensajes reciben; pero también vemos personas que aceptan las ideas que se les presentan y sin darse cuenta asumen tales estereotipos y los incorporan en su vida cotidiana.

3.5 CONCLUSIONES

La sociedad salvadoreña cuenta con muchas opciones dentro de los medios de comunicación, en cuanto a programación, sin embargo puede notarse que la mayoría obedecen a criterios de entretenimiento, un ejemplo es: “Grandiosas”, con el cual se ha desarrollado este estudio.

Dentro de las personas que consumen o están pendientes del programa, podemos notar opiniones críticas o a favor del formato utilizado para la presentación del programa, Aunque todos esperan un salto de calidad en la programación de los medios locales, incluyendo la realización de programas como “Grandiosas”.

Al final del estudio podemos concluir lo siguiente:

- ❖ Los estereotipos emitidos por el programa “Grandiosas” afectan en alguna medida a sus televidentes, en especial a las personas que no tienen conocimiento de la situación mediática.
- ❖ Gran parte de las personas que han visto el programa critican fuertemente y difieren con los estilos de vida, niveles económicos, modas, roles de la mujer, bellezas y vanidades que presenta el programa.
- ❖ El sector más expuesto a los estereotipos y que puede ser influenciado por los estereotipos presentados en el programa son las mujeres, que por su malicia y vanidad femenina, en muchos casos tienden a tomar como

propias las ideas, consejos, incitaciones y estímulos, relacionados con ciertos tópicos que les interesan.

- ❖ La forma de producción de “Grandiosas” representa la influencia que tienen los programas de países del primer mundo o más desarrollados que El Salvador dentro de la televisión local, y el mayor problema es que en la mayoría de casos contrasta con la situación de nuestro país, ya que la realidad salvadoreña es distinta a la realidad de otras naciones.
- ❖ Los contenidos abordados por Grandiosas van íntimamente relacionados con los fines comerciales de la empresa televisiva y la empresa privada en general, además responden a intereses económicos que propician el consumismo, acoplándose al contexto que vive el país, como se observó durante la semana monitoreada.
- ❖ Aunque el programa Grandiosas tiene como público meta las amas de casa, la audiencia es variada ya que es visto por hombres, niños y mujeres de todas las edades, sin embargo no todos son espectadores constantes, pero sí lo han visto por diferentes situaciones al menos una vez.
- ❖ Si bien las presentadoras cuentan con trayectoria en los medios televisivos y son reconocidas a nivel nacional, no terminan de acoplarse como grupo, además no cumplen con las cualidades y características que deberían estar presentes en las figuras que dirigen un programa como éste.

- ❖ “Grandiosas” no tiene credibilidad televisiva, ya que las presentadoras no fundamentan sus diálogos o consejos, sino que se basan únicamente en las experiencias personales y testimonios de familiares u otras personas, dejando de lado la base científica y académica.

- ❖ El contexto y la realidad salvadoreña exigen que los programas televisivos como Grandiosas se apeguen a una naturalidad más humana, carente de aspectos artificiales y que se acoplen al público que mayoritariamente los observa, es decir la clase media baja.

3.6 RECOMENDACIONES

- ❖ Debe buscarse la manera de presentar un programa con temas que beneficien a la población salvadoreña, esta dinámica no debe entenderse como elementos serios o formales, sino que el televidente sienta esa interacción con las presentadoras mediante una forma amena y entretenida de recibir el contenido.
- ❖ Encontrar la forma de dinamizar el programa, revisar el formato del mismo y eliminar, cambiar e innovar nuevos segmentos, además trabajar en los diálogos que sostienen las presentadoras.
- ❖ Que la forma de selección de contenidos sea supervisada de forma más precisa, ya que el hilo conductor del programa es la temática, aspecto que debe ser priorizado y valorado como tal.
- ❖ Retomar temas de carácter cultural, deportivo y educativo, que permitan que la audiencia aprenda, analice y se informe sobre estas temáticas, proporcionando la opinión de un experto o citando estudios que respalden las opiniones del día y de esta forma erradicar la imagen que tienen presentadoras ante el público de que hablan sin fundamento.
- ❖ Que las presentadoras eviten comentarios que de forma implícita denigran a las personas de bajos recursos económicos y que no cuentan con las posibilidades de llevar una vida como la que ellas plantean.

- ❖ Además, que las presentadoras no inciten tanto al derroche, lujos, vanidades y otras cosas que la mayoría de personas no pueden obtener, para poco a poco poder eliminar consumismo y que el público sienta un mayor apego a la realidad social salvadoreña.
- ❖ A las instituciones de educación superior generar convenios con cadenas televisivas que permitan a los estudiantes de Periodismo y carreras afines, conocer y generar nuevas propuestas en producción de televisión.
- ❖ A nivel interno el Departamento de Periodismo de la UES, actualizar la curricula académica que permita despertar en los estudiantes el interés por innovar la programación de los medios de comunicación.
- ❖ Al público se le recomienda prestar atención a los programas que transmiten los medios de modo que con el tiempo construya críticas, para que los medios no manipulen la aceptación de los mensajes.
- ❖ A los Estudiantes de Periodismo y/o Comunicaciones, que deseen trabajar esta temática, se recomienda hacerlo abordando el tratamiento que las presentadoras hacen a los temas que abordan a diario, y así tener otro enfoque dentro de este tipo de investigaciones.

FUENTES CONSULTADAS

GRUPO FOCAL 1 (UES)

Steffany Chavarría

Gabriel Castillo

Adalberto Fuentes

Samuel Aguirre

Aleida Bermúdez

Lilian Tobar

Lorena Villeda

Alexander Lemus

Alexis Juárez

Karla Ramírez

Karen Alas

Yesenia Yamileth Mejía

GRUPO FOCAL 2 (SOYAPANGO)

Nelson Sermeño

Griselda Navarrete

Brenda Carranza

Evelyn Munguía

William Meléndez

Daniel Hernández

Laura Córdova

Antonio González

Jennifer Montenegro

Fredy Hernández

Denis Hernández

Abigail Villatoro

Luciana López (**Productora de Grandiosas**)

LIBROS

- ✓ LOZANO, José, (2007), *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Segunda edición en español, México, pp.233.
- ✓ BAPTISTA, Pilar y otros, (2006), *Proceso de la investigación cualitativa*, cuarta edición, Mc Graw-Hill Interamericana Editoriales, pp.747.
- ✓ *Océano Uno Color*, (2001), *Diccionario Enciclopédico*, Océano Grupo Editorial, Barcelona, pp.1784.

CONSULTAS EN INTERNET

- ✓ ABELA, Jaime, “Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada”, en: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>, [citado el 6 de diciembre de 2011].
- ✓ LA PRENSA GRAFICA, (2009), “Sin su Permiso” donde la Mujer Tiene la Palabra, en: <http://www.laprensagrafica.com/fama/espectaculos/65307-sin->

[su-permiso-donde-la-mujer-tiene-la-palabra.html](#) [citado el 9 de octubre 2011].

- ✓ LA PRENSA GRAFICA, (2011), “Milena, tu amiga” una semana al aire, en: <http://www.laprensagrafica.com/fama/espectaculos/203690-milena-tu-amiga-una-semana-al-aire.html> [citado el 14 de octubre 2011].

- ✓ LA PAGINA, (2011), “Ya no serán las divas”; serán las “Grandiosas” de Canal 6, en: <http://www.lapagina.com.sv/ampliar.php?id=54418> [citado el 15 de octubre 2011].

- ✓ RAE, (2011), Entrevista, en: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=entrevista [citado el 11 de marzo de 2012].

- ✓ AIGNEREN, Miguel, “La técnica de recolección de información mediante los grupos focales”, en: <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/view/1611/1264> [citado el 9 de marzo de 2012].

- ✓ WIKIPEDIA, (2012), Grupo Focal, en: http://es.wikipedia.org/wiki/Grupo_focal [citado el 09 de marzo de 2012].

ANEXOS

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS

Universidad de El Salvador
de Ciencias y Humanidades

Departamento de Periodismo Facultad
(Instrumento para grupos focales)

- 1) ¿Qué temáticas predominan dentro del programa “Grandiosas”?
- 2) ¿Cuál o cuáles temas le parecen interesantes o importantes y por qué?
- 3) ¿Aprendiste algo o te sirvió de algo ver el programa, qué fue? (Utilidad o provecho)
- 4) ¿Te sientes identificado (a) con la personalidad de alguna de las presentadoras, en qué?
- 5) ¿Por qué consideras que la producción las seleccionó a esas presentadoras y no a otras?
- 6) ¿Qué opinas del lenguaje utilizado, es comprensible para la mayoría de gente?
- 7) ¿Qué fue lo que no te gustó del programa, por qué?
- 8) ¿Qué tipo de productos o servicios se publicitan durante el programa?
- 9) Después de ver la publicidad que se presenta durante el programa, ¿sentiste motivación por usar alguno de los productos o servicios?
- 10) **Mujer:** ¿Te gustaría ser como alguna de las presentadoras u ocupar el lugar de alguna de ellas?
Hombre: ¿Consideras que las presentadoras con el prototipo de mujer bella o ideal?
- 11) ¿A qué tipo de personas crees que está dirigido el programa, por qué?

- 12) ¿Considera que ese público se siente reflejado, representado o se identifica con las presentadoras, cómo?
- 13) ¿Despertó interés el programa por saber más sobre un tema de los que se presentaron?
- 14) ¿Comentó el programa con alguien después de verlo? ¿sobre qué fue la discusión?
- 15) ¿Hay miembros de su familia o amigos que vean el programa? ¿Qué opinión tienen al respecto?
- 16) ¿Recomendaría el programa a otras personas, por qué?
- 17) ¿Considera que el horario en que se presenta el programa es adecuado?
- 18) ¿Cuál es su apreciación sobre “Grandiosas”?
- 19) ¿Qué sugerencias harías para mejorar el programa?

- 1) ¿Considera usted que la participación de la mujer en la televisión Salvadoreña tiene más dificultades por ser mujer o si considera que no?
- 2) ¿En cuanto al programa que usted produce de donde viene, como surge en realidad el concepto y formato que usted utiliza?
- 3) ¿A partir de lo anterior usted maneja como su público meta a la mujer?
- 4) ¿En el caso de las Presentadoras cuales fueron los parámetros de la selección idónea para tener este tipo de presentadoras?
- 5) ¿En cuanto al contenido quién elige las temáticas?
- 6) ¿Dentro de las temáticas que abordan ustedes tienen la finalidad de trazar una especie de guía para el público en cuanto a algunos temas en específico?
- 7) En cuanto al horario, ¿Quién eligió el horario y por qué a esa hora?
- 8) ¿Ustedes tienen conocimiento de cómo está posicionado su programa en cuanto a rating, es decir su público?
- 9) ¿En cuánto a las temáticas que ustedes abordan y en cuanto a la publicidad están relacionadas?
- 10) ¿Cómo ve las condiciones del programa o considera que el formato que mantiene debe de mejorar ó tiene otras ideas para hacer algo más?

11) En el caso de programas similares como el de Milena tu Amiga de canal 12, ¿Ustedes pretenden cómo hacer que el programa llegue a un horario prime time, como el que está ahora el de ella?

En el caso de los especialistas como parte de los segmentos del programa, ¿Ustedes siempre cuentan con uno o varios invitados dentro del programa?.