

Modern Family y los mensajes culturales: percepciones de jóvenes receptores mexicanos de la serie televisiva estadounidense

Ma. Eugenia González Alafita, Cristina Dávalos, Mariell Gutiérrez¹⁵

Tecnológico de Monterrey. Campus Monterrey

mega@itesm.mx

Resumen: *La televisión estadounidense, es fuente de información que se ofrece al público mexicano. Pero, ¿qué reciben los espectadores? No solamente reciben una imagen o un sonido, sino contenido cultural, ya que los medios son vías principales de penetración y consolidación de valores culturales en la sociedad (García León, 2002). Esta investigación cualitativa buscó conocer las percepciones de 25 estudiantes universitarios de México que han visto, o que ven actualmente la serie Modern Family. Se encontró que estos programas no manipulan la identidad y cultura mexicana, sino que es una oportunidad de aprendizaje y adaptación a la realidad familiar presentada en la temática de la serie.*

Palabras clave: *Modern Family, identidad, globalización, imperialismo cultural*

Abstract: *American television is a source of information offered to the Mexican public. But what are the viewers getting from it? Not only they receive an image or sound, but cultural content, as the media are major routes of penetration and consolidation of cultural values in society (García León, 2002). This qualitative research sought to understand the perceptions of 25 college students from Mexico who have seen, or are currently seeing the TV series “Modern Family”. It was found that these programs do not manipulate the identity or Mexican culture, but it is an opportunity to learn and adapt to the family reality presented in the theme of the series.*

Keywords: *Modern Family, identity, globalization, cultural imperialism*

¹⁵ Participaron en este proyecto: Cristina Tarriba, Alejandra Corona y Raúl Moreno

1. Introducción

¿Alguna vez has soñado con vivir en un *penthouse* en Nueva York? ¿O en llegar a Los Ángeles y convertirte en un gran artista de Hollywood? ¿O en hacer tu maestría en Harvard o en alguna otra universidad estadounidense? ¿Será que algunas de estas ideas pertenecen al “sueño americano” que aparecen en una de las series de televisión que ves? ¿Es una aspiración o invasión hacia la cultura americana por parte de series como *Modern Family*? Esta pregunta no solamente se plantea desde el punto de vista de la oferta de trabajo, del país, o de la familia perfecta que ofrecen, sino del impacto que tiene los medios de comunicación y que proyectan todas estas aspiraciones.

Hoy, gracias a tecnología, los medios están al alcance de una mayor audiencia. Cine, radio, anuncios publicitarios y sobretudo la televisión estadounidense son fuentes de información que se ofrecen al público mexicano. Pero, ¿a que están expuestos los espectadores? El receptor no solamente recibe una imagen o un sonido, sino que está expuesto a todo el contenido cultural. La capacidad que tiene Estados Unidos para mediatizar la cultura latinoamericana se ha estudiado desde décadas atrás, los autores clásicos del imperialismo cultural de los setenta y los ochenta (e.g. Mattern, Dorfman y Gebner) concluyeron que los mensajes de este país reflejaban exclusiva o predominantemente significados ideológicos hegemónicos con claro potencial de impactar y manipular a las audiencias latinoamericanas (Lozano, 2008). En la actualidad, grupos culturales mexicanos se ven amenazados por el capital económico y cultural, que pueden ser transmitidos por los medios, ya que éstos son vías principales de penetración y consolidación de valores culturales en la sociedad (Lozano, 2008; García León, 2002).

Carabaza, Aguilar, González y Hernández (2009), y Lozano (1996), por ejemplo, en sus estudios establecen que no se puede hablar solo de un consumo de medios como homogeneizador cultural, ya que existen otros factores que afectan al receptor (e.g. valores étnicos, de género, generación, religiosos, educativos, políticos, de clase, entre otros), y concluyeron que las personas prefieren consumir productos cercanos a su país.

Otro ejemplo son García y León (2002), que en un estudio, analizaron la diversidad cultural en los programas de mayor audiencia en Europa de 1995 al 2000, encontrando que los estos reflejan más la cultura tradicional o regional, aunque haya un aumento en la incorporación de programas estadounidenses. Todo lo anterior Lozano (2008) lo define como “*proximidad cultural*” que se refiere al proceso mediante el cual en igualdad de circunstancias los auditorios tendrán la tendencia a preferir la programación más cercana o próxima a su propia cultura” (Lozano, 2008: 69), sin embargo, este autor establece que la audiencia de clase socio-económica alta prefiere consumir lo global, por lo que este sector de la población se puede exponer más a los valores culturales que reflejan las series extranjeras como *Modern Family*.

Los autores (e.g. Medina, 2010; Lozano, 2008; García y León, 2002; Carabaza, Aguilar, González y Hernández, 2009) hacen sus estudios sobre la población de un país en general (e.g. España, México, Unión Europea, y Estados Unidos) sin enfoques en algún grupo particular, y llegan a la conclusión de que la población prefiere programas locales. Sin embargo ¿qué programas prefiere ver la clase socio-económica alta? ¿Prefiere ver series extranjeras? En nuestra investigación se buscó conocer las percepciones que tienen los jóvenes universitarios mexicanos de esta clase social, de la serie norteamericana *Modern Family*.

1.1. Objetivo de Investigación

El propósito de este trabajo fue conocer las percepciones de los jóvenes universitarios de clase socioeconómica alta, en cuanto a los valores culturales y familiares, así como de las ideologías que presenta la serie *Modern Family*. Además se pretendió conocer su opinión sobre el incremento de series estadounidenses y si estas son una amenaza para la identidad mexicana. Este estudio es considerado relevante ya que permitió conocer la opinión de los jóvenes sobre las series extranjeras y la su opinión sobre la proyección de valores e ideologías a través de ellas.

2. Preguntas de Investigación

1. *¿Cuál es el motivo por el cual los jóvenes universitarios mexicanos ven series norteamericanas como Modern Family?*
2. *¿Qué valores familiares de la temática de la serie Modern Family identifican los jóvenes mexicanos en las familias de su país?*
3. *¿De qué manera la cultura mexicana percibe y adopta valores extranjeros presentados en la serie Modern Family?*
4. *¿La identidad mexicana se ve amenazada con el incremento de consumo de series norteamericanas como Modern Family?*

3. Marco Teórico

La televisión está conformada por programas que en algunos casos pertenecen a un país distinto de donde se transmiten, como es el caso de *Modern Family* que se transmite en México (e.g. Fox, Canal 5, Movie City) siendo estadounidense. Dentro de la temática de la serie se encuentran valores culturales y familiares que los televidentes perciben. Pero antes de identificar estos valores, ¿Cómo definen los expertos estos términos? Páez y Fernández (2001) en su estudio llamado *Valores Culturales y Motivacionales* definen a los valores culturales como: las creencias; las actitudes y valores (i.e. qué es bueno y deseable); y las normas y los roles adecuados para la convivencia. Estos autores establecen que los valores culturales centrales se ven reflejados en los textos y el arte de la sociedad, por lo que se reflejan también en los programas televisivos que realicen.

Los valores familiares en la modernidad se han transformado en su significado, Carlos Monsivais (2000), en un artículo publicado en el periódico El Norte llamado “*Eliminen los Cuerpos*”, habla de cómo la televisión no ha destruido los “valores familiares” tradicionales, sino que los modifica. Por ello los valores familiares modernos abarcan una diversidad (e.g. género, cultura y razas), además buscan la igualdad entre hombres y mujeres y la participación de los hijos en las decisiones familiares.

Respecto a los valores culturales y familiares en México, Medina (2010) en su estudio *La telenovela en el Mundo* establece que la cultura tradicional mexicana está basada

en valores como la religión, el idioma, el carácter nacional y la historia, pero llega a la conclusión de que estos se están mezclando, por medio de la televisión, con nuevos valores de otras culturas.

3.1 *Modern Family*

El programa televisivo *Modern Family* contiene en su temática ciertos valores culturales y familiares que pertenecen a la “modernidad”. Debido a lo anterior esta ha tenido un gran éxito entre el público y expertos. En su año de estreno (2009) alcanzó 12,605 millones de espectadores y recibió el premio de la mejor comedia (2010) por los *Emmy Awards*.

La temática trata sobre tres familias completamente distintas, que están relacionadas entre sí. Una es la tradicional (i.e. papá, mamá e hijos), otra refleja la diversidad de géneros y sus derechos (i.e. dos homosexuales que adoptan una niña asiática) y la tercera refleja la diversidad cultural y de edad (i.e. norteamericano de tercera edad con una latina joven, en su segundo matrimonio). La trama de las familias, que ocupa el papel estelar en la serie, es bastante complicada, pues según Brophy-Warren (2009) lo que se trata de lograr es plasmar el estilo de vida de la familia “moderna”, con todos sus conflictos y presenta valores culturales y familiares de una sociedad contemporánea, entre ellos: la aceptación de la familia con pareja de homosexuales; la diversidad de razas; la mezcla de culturas entre matrimonios; la participación de los hijos en la familia; la igualdad entre mujeres y hombres; y la comunicación familiar.

Rosaman (2010) habla de cómo la popularidad de la serie también se creó por la diversidad de tipos de personajes, en los cuales los televidentes se pueden identificar. Por lo anterior se puede decir que tanto la temática como los personajes transmiten valores (e.g. culturales y familiares) que los jóvenes mexicanos perciben y los cuales pueden identificar con su entorno o consigo mismos.

Para analizar las percepciones y los efectos en los jóvenes, es necesario definir el concepto de identidad de las culturas, los efectos que tienen los mensajes televisivos en esta (e.g. globalización, imperialismo cultural) y el rol que juega el consumidor en la transformación de la cultura.

3.2 Identidad

Bongiovanni, González, Morales, Saucedo y Leal (2007) en su artículo *Análisis del impacto cultural e ideológico de la serie Grey's Anatomy: Estudio de caso en el área metropolitana de Monterrey* habla de cómo la identidad en la actualidad se encuentra en una crisis permanente, ya que el individuo no se tiene definido y se encuentra en constante búsqueda hacerlo. A consecuencia de lo anterior las autoras otorgan gran importancia al estudio de la migración de identidades (i.e. el cambio que las personas hacen en la definición que tienen de sí mismos, al adoptar valores culturales de otros países) respecto al consumo televisivo.

Por otro lado, Avendaño (2002) habla de la identidad como un proceso de construcción y no una esencia paralizada en el tiempo. Este autor sigue a Larraín (2001) definiendo tres elementos asociados con la identidad: las cualidades culturales, como clase y nacionalidad; las posesiones materiales relacionadas con el consumo cultural (e.g. televisión, radio, computadora, etc.); y la diferenciación con

otros individuos. Sin embargo, señala el cambio que ha realizado la globalización al resaltar la importancia de la identidad étnica y de género. Por su parte, Lozano (2006) habla de una identidad grupal, estableciendo que en las sociedades contemporáneas no existe un grupo homogéneo con intereses e ideas similares debido a los procesos de migración y multiculturalismo (i.e. personas con diferentes raíces culturales viviendo en el mismo lugar)

Lo anterior refleja la complejidad que existe en el término de identidad de los individuos y las sociedades por lo que hoy día es difícil determinar las definiciones y conceptos que tiene cada sociedad, incluyendo la mexicana, debido a la transmisión de distintos valores culturales reflejados en programas extranjeros como *Modern Family*.

3.3 Globalización

Según Arizpe (2005), profesora de la UNAM, las culturas se transforman constantemente. Conforme las generaciones van pasando, se comienzan a generar nuevas relaciones sociales y políticas, creando paralelamente una transición cultural. México está en una transformación de cultura, ya que se están incorporando valores culturales de otros países, a este cambio cultural se le llama globalización.

La globalización está definida por la Real Academia Española como una tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales. El proceso anterior ofrece también un intercambio de valores culturales entre países a través de diferentes medios, uno de ellos la televisión y los programas se transmiten en esta. Por su lado Avendaño (2002) establece que la globalización observa una tendencia hacia el “planeta americano” ya que los productos culturales mediáticos, que ahora circulan más fácilmente por los avances tecnológicos, pertenecen principalmente a empresas estadounidenses creando una homogenización de estos.

A principios de este siglo Esteinou (2002), realizó una investigación acerca de la globalización y sus efectos en la cultura mexicana y establece que el proceso de la globalización mundial lleva a la creación de un nuevo orden cultural que modificará los contenidos y las fronteras ideológicas de las actuales naciones. Según el autor, en México lo anterior se permitió con el establecimiento del Tratado de Libre Comercio en el año 1994, el cual no solo demanda al área de producción y transportación sino que demanda la adecuación profunda de los medios de comunicación

Este proceso de expansión de las empresas mediáticas y su concentración de emisores estadounidenses lleva a hablar del imperialismo cultural y la amenazante idea de la infiltración de ideologías en la cultura mexicana por medio de la televisión.

3.4 Imperialismo cultural

Para explicar el concepto de Imperialismo Cultural, Avendaño (2002) establece que es lógico pensar que una nación que ejerce influencia política y económica sobre otros países (i.e, Estados Unidos sobre América Latina) también ejerza sobre ellos influencia cultural, lo cual si fuera recíproca estuviera equilibrada, pero si una cultura es dominante y se impone unilateralmente se da el caso del imperialismo cultural. Por su

lado, Purcell (2009) resalta la capacidad de la empresa de Hollywood para infiltrar una idea en otras culturas. El autor da un ejemplo del imperialismo cultural explicando como “La industria hollywoodense fue capaz de explotar con éxito la imagen moderna, generando un sistema de estrellas presente en las salas, revistas, periódicos, publicidad y envases de muchos productos” (Purcell, 200: 1). En el caso de México, González (2008) habla del imperialismo cultural de Estados Unidos sobre el país anterior y establece que las fronteras reciben con mayor influencia la recepción de las manifestaciones provenientes de las naciones vecinas.

En un estudio realizado por Lozano (2007), se determina que “la proximidad cultural es una disposición o tendencia hacia el uso del capital cultural en cierta dirección, ya sea hacia productos de la misma cultura o hacia otros de diferentes lugares. Eso explica en parte por qué las audiencias de extracción humilde tienden a preferir lo local, las de clase media lo nacional y las de clase alta lo global” (Lozano, 2007: 70). El autor también establece que el tipo de mensajes emitidos en productos, como las series de televisión americanas (e.g. *Modern Family*), contienen elementos persuasivos que remarcan ciertas ideologías e intereses, las cuales favorecen a un grupo reducido de personas, no elegido por el pueblo, que en la actualidad controlan un gran número de conglomerados conformados por distintos medios de comunicación. Lo anterior habla de un imperialismo cultural enfocado a la economía política, y establece que además de que los medios vienen de un país, los grupos de poder de este son los que controlan los mensajes impartidos.

La amenaza del imperialismo cultural se enfrenta al apego a lo local, por lo que se crea una diversidad cultural. Por lo anterior los autores buscan medir el cambio que se realiza en la identidad de los países cuando su población percibe valores culturales de programas extranjeros, como es *Modern Family* en México.

4. Metodología

Este trabajo de investigación utiliza una metodología cualitativa, debido a que el objetivo del es recopilar información que describa a profundidad la temática del estudio. A través de los datos recolectados, fueron analizados los aspectos influyentes de las series norteamericanas en la población mexicana, la forma en que los habitantes se apropian de los contenidos y la manera en que estos mismos adoptan los valores reflejados en estas series televisivas como *Modern Family*.

4.1 Participantes

La muestra para esta investigación está compuesta por 25 estudiantes de una universidad privada del noreste de México; 10 mujeres y 15 hombres, que han visto, o que ven actualmente la serie estadounidense *Modern Family*. El rango de edades es de 18 a 25 años.

4.2 Instrumento

La entrevista es la técnica que utilizamos para realizar esta investigación, debido a que nos permitió recolectar datos e información sobre las acciones, sentimientos y hechos subjetivos de los participantes a través de diferentes preguntas: datos demográficos (edad, sexo, género, área de estudio), percepciones del concepto de familia, características de la modernidad, valores culturales que se perciben en la serie y por último, la influencia de las ideologías estadounidenses que transmite la serie.

5. Resultados

5.1 Procedimiento de recolección de datos

Para realizar la recolección de datos durante la investigación, el uso de las redes sociales fue una herramienta indispensable. De esta manera para lograr identificar a estas personas, se utilizó la red social de *Facebook*. Este medio digital permitió que cada uno de los miembros publicara en su estatus que estaban en busca de estudiantes universitarios los cuales siguieran a la serie *Modern Family*. En el transcurso de 24 horas cada miembro ya tenía la opción de entrevistar a por lo menos cinco estudiantes universitarios que veían la serie con frecuencia y concertar la entrevista cara a cara o a través de la red social.

5.2 Procedimiento de análisis de datos

Para llevar a cabo el procedimiento de análisis de datos se reunió el equipo de investigadores para crear un formato. El formato fue diseñado para analizar con mayor facilidad y efectividad las respuestas de los entrevistados. De igual forma, se pudo comparar y visualizar los resultados y los patrones encontrados. De esta manera las respuestas de los entrevistados iban contestando nuestras preguntas de investigación previamente planteadas, para poder alcanzar el objetivo de nuestro estudio. El formato diseñado para el análisis de datos se realizó con la intención de que las preguntas de investigación de nuestro estudio fueran siendo contestadas con las preguntas realizadas en las entrevistas a los 25 participantes. La manera en que este formato fue diseñado fue la siguiente: realizamos las transcripciones en un documento de texto común, dejando un espacio en el lado derecho o izquierdo, ahí mismo realizamos anotaciones a mano de los conceptos que respondían las preguntas de investigación.

5.3 Descripción de resultados

El propósito de este estudio fue conocer la manera en que los jóvenes estudiantes en México perciben los valores culturales y familiares, así como ideologías transmitidas en programas como *Modern Family*. A través del análisis cualitativo y entrevistas utilizamos preguntas de investigación para poder guiar y orientar nuestra investigación y así poder recopilar la información que se buscaba. La primera pregunta de investigación que realizamos fue: *¿Cuál es el motivo por el cual estudiantes mexicanos ven series estadounidenses?* se preguntó la frecuencia de exposición a la serie y la razón por la cual veían *Modern Family*. De acuerdo a los resultados obtenidos mediante las diferentes entrevistas se encontró que la serie estadounidense

Modern Family es un programa que representa diferentes tipos de familias las cuales no están representadas en los medios de comunicación mexicanos comúnmente. Los jóvenes estudiantes ven las series de televisión porque les causa gracia y es una forma de entretenimiento para salir de la rutina diaria y como la duración del programa es de 20 minutos a los entrevistados se les hace muy accesible y fácil de incluirla en su horario cotidiano. Afirmaron que aunque tratan de ver cada capítulo como se va estrenando, a veces sus actividades, no los dejan. Como la serie es de un capítulo de estreno por semana, terminan viendo los episodios en sus tiempos libres pero tratan de que no pase mucho tiempo de haber salido al aire el episodio. En otros casos se pudo conocer que existen personas que solamente ven series norteamericanas porque están de moda o para no sentirse excluidas de su grupo de amigos. “*Porque es un programa divertido y me hace reír mucho y como es corto, no pierdo mucho tiempo*” (Sonia, 20 años). “*Lo veo cada semana como vaya saliendo cada capítulo nuevo*” (Jesús, 21 años). “*La serie no me gusta ni me disgusta, simplemente la veo por el hecho de que mucha gente la ve*” (Paulina, 22 años)

La segunda pregunta de investigación fue: *¿Qué valores culturales de la temática de la serie Modern Family identifican los jóvenes con su entorno social?* Esta pregunta sirvió para poder pedirles a los entrevistados que nos nombraran el personaje con el cual más se sienten identificados. De esta manera pudimos ir interpretando la percepción de los personajes. También se buscó que el entrevistado nombrara a la familia la cual le resultara la más funcional entre todas las familias. Con los resultados de esa pregunta surgieron comentarios acerca de las grandes diferencias que existen entre la cultural mexicana y la estadounidense. La forma de vivir, los pensamientos y temas tratados dentro de las familias que dan vida a la serie *Modern Family* se pueden comparar con la cultura y sociedad mexicana.

5.3.1 Identificación con personajes

En general, en la serie *Modern Family* existen diferentes personajes que representan diferente estereotipos relacionados con factores como género, edad, orientación sexual, nacionalidad, etc. La mayoría de los participantes aseguraron que no se relacionaban directamente con ninguno de los personajes pero hubo respuestas en donde los entrevistados si se identificaban con alguno debido a su forma de pensar, actuar o por el simple hecho del estilo de vida que muestran. Los subtemas que fueron surgiendo en relación a la identificación con personajes son las siguientes: por la orientación sexual, nacionalidad, relaciones sociales y visión del futuro. En cuanto a la orientación sexual nos otorgaron la siguiente respuesta; “*Yo me identifico con Cam y Mitchell porque soy gay*” (Hernán, 22 años). Al hablar de la nacionalidad, entrevistados dijeron que se relacionan con personas que provienen de su mismo país o de un mismo continente. “*Me encanta el papel de Sofía Vergara (Gloria) me gusta como representa una mujer latina de una forma distinta a la que se ve normalmente en la televisión americana*” (Ana, 19). Otros participantes imaginan su estilo de vida y relaciones personales futuras con los personajes: “*Tal vez con el que más me relaciono es con Phil, siento que me portaría así con mi esposa*” (Gil, 18 años).

5.3.2 Familia

Dentro de la entrevista se trató de descubrir cuál de las familias era la más popular o considerada como favorita para los espectadores, encontrando que son todas: “*Cam y*

Mitchell porque son súper chistosos, exagerados y tienen una relación que para mí no es común (pareja del mismo sexo)” (Sonia, 20 años). Por el contrario otro participante respondió *“Mi familia favorita es la de Cam y Mitchell porque soy gay y porque es un modelo de familia que no se había presentado de esta manera en la televisión”* (Hernán, 22 años). Además de buscar respuestas acerca de las familias favoritas de los entrevistados, quisimos buscar con cual de todas las familias los estudiantes consideraban que se identificaban más. La mayoría de los participantes contestó que la familia con la que se identificaban era con aquella que más se acercaba a su propia realidad. *“Phil y Claire pues por lo mismo, o sea se parece a mi familia”* (Olga, 25 años). Por lo general contestaban con un punto de vista muy cerrado y negado hacia diferentes ideas. Una joven comentó *“La de los Dunphy porque son los normales; papá y mamá junto con sus tres hijos”* (Ana, 19 años); *“Con la de Claire porque creo que es la más “funcional” ”* (Zorayda, 22 años).

Para descubrir cuál de las familias es la más *funcional*, los entrevistados tomaron el concepto de funcionalidad no como lo más cercano a su realidad sino como la familia con menos problemas. Los entrevistados afirmaron que aunque existen diferentes grados de funcionalidad ninguna de las familias carecía de una manera estable de vivir. *“Todas tienen sus virtudes y defectos como cualquier otra familia y eso no impiden que funcionen en sociedad”* (Carlos, 22 años). De igual forma obtuvimos respuestas las cuales se mostraba cerradas a una sola idea. *“La de la pareja gay por alguna razón, en la serie son los que tienen menos problemas entre ellos”* (Sean, 21 años). *“La de Phil y Claire porque es una pareja heterosexual”* (Ana, 20 años). Descubrimos que existe un gran contraste en cuanto a la funcionalidad de las familias y entretenimiento. Funcionalidad se refiere a la identidad y forma de vivir de la familia. En cambio, entretenimiento se considera como la diversión que provoca cuando el espectador, en este caso, los estudiantes, perciben al ver a las familias interactuar.

La tercera pregunta de la cual parte la investigación es *¿De qué manera la cultura mexicana percibe y adopta valores extranjeros presentados en la serie Modern Family?* A esta interrogante surgieron más preguntas acerca de los valores que ven en su entorno así de los valores los cuales nunca se habían expuesto en México para que de esa manera se pudieran comparar los resultados.

5.3.3 Valores

Los valores, para cada uno de los estudiantes, fueron muy fáciles de extraer de los diferentes episodios de la serie estadounidense. Se encontró que varios de los valores que tiene el programa son los que se observan cotidianamente en la vida de una familia mexicana. la unión familiar, la amistad y el respeto. Los entrevistados nos dijeron que a pesar de que durante cada capítulo del programa surgen peleas y situaciones anormales, los personajes logran actuar de acuerdo a los valores que fortalece una familia. De igual forma los estudiantes se basaron en sus propios valores para poder contestar las preguntas. *“Mmmm... unión en la familia, al final todos terminan en paz y se respetan mutuamente”* (Carlos, 22 años). *“La primera que se me viene a la mente es obviamente la unidad de la familia, lo cual es muy importante en mi entorno”* (Paulina, 22 años). *“Tolerancia porque existen diferentes gustos, ideales de los familiares pero por ser familia se toleran y así también es mi familia”* (Sonia, 20 años).

Los entrevistados dicen que si se siguen produciendo series como *Modern Family* se logrará que el ciudadano mexicano logre aceptar esos valores y tradiciones del país vecino. *“Pues yo creo que la aceptación de los homosexuales, yo creo que ya se está viviendo en México”* (Cassandra, 20 años) *“Creo que sí porque es lo que se está viviendo en todo el mundo, un cambio sociocultural que ya está afectando la sociedad mexicana”* (Ana, 19 años). Por otro lado se comentó que los valores son en estos tiempos universales y que ya son normales en cualquier lugar del mundo. Es así como tales valores se mantendrán para el futuro. *“Creo que los valores siempre serán universales”* (Paulina, 22 años).

Finalmente, otra parte de los entrevistados comentaron que la manera de ver la cultura y las ideas de otros países es impuesta por sociedades las cuales buscan un establecimiento amplio en cuanto a su estilo de vida y de pensamiento. *“Eso es lo que la sociedad nos está diciendo que “está bien” y que debemos de aceptar. O sea se te va haciendo normal todo lo que comienzan a ver y lo que se transmite por la televisión y pues comienzas a aceptarlo”* (Alfredo, 21 años).

La cuarta pregunta de investigación que se realizó fue *¿La identidad mexicana se ve amenazada con el incremento de consumo de series norteamericanas como *Modern Family*?* Con esta pregunta se buscó que los alumnos entrevistados nos dijeran su pensamiento acerca de cómo se sitúa la cultura y las tradiciones de Estados Unidos dentro de la sociedad mexicana; si en el futuro México cambiará sus tradiciones e ideales por lo que aparece en la televisión.

5.3.4 Amenaza para la identidad mexicana

Los resultados arrojan dos posturas: *“No creo que sea una amenaza, más bien lo veo como oportunidad de aprendizaje y adaptación ante el cambio”* (Ana, 19 años) *“Si hemos adoptado un chorro de cosas gringas pero al final de cuentas somos mexicanos.”* (Olga, 25 años). Por el contrario hubo personas que están de acuerdo que la cultura y la identidad mexicana si son amenazadas por series producidas en Estados Unidos, ya que los entrevistados culpan a los medios por transmitir estos programas que a fin de cuentas hacen que los mexicanos comiencen a adoptar un cultura parecida a la estadounidense. Los estudiantes no ven una amenaza hacia México el hecho de transmitir series como *Modern Family*, sino que ven más bien una imposición por parte de los medios de idealizar estilos de vida. Esto se refiere a que los televidentes comienzan a adoptar ese estilo de vida y llega un momento en donde no se puede diferenciar si es lo normal o no. *“Los medios de comunicación nos están bombardeando con información que al principio puede causarnos “shock” pero conforme vamos viendo lo empezamos a normalizar y terminamos viéndolo como algo cotidiano que no nos causa asombro como lo fue al principio.”* (Olga, 25 años) *“Si no vemos las series y películas de Estados Unidos con un criterio bien formado y teniendo en mente lo que para nosotros es correcto, corremos el riesgo de poco a poco ir cayendo en ver como “normal” dichas conductas que se presentan cada vez mas”* (Ana, 19 años).

5.3.5 *Moderno versus tradicional*

Al hablar de modernidad se refiere a aquello que se manifiesta en la actualidad. En otras palabras lo que es adoptado por las nuevas generaciones que surgen con nuevas ideas, formas de interactuar y maneras de percibir el mundo. En cambio lo tradicional es aquello que ha ido pasando a través de las generaciones y que es muy difícil de manipular o de cambiar. Con esto se buscó que los entrevistados nos dieran su opinión sobre el programa. En su mayoría, los estudiantes entrevistados consideran la serie *Modern Family* como una serie moderna. Esto quiero decir que, transmite situaciones las cuales apenas son vistas en la vida cotidiana. Los entrevistados dijeron que ideologías, estilos de vida y formas de actuar son solo algunos aspectos que se pueden ver a través del trama de la historia. *“Es una familia no muy convencional que rompe paradigmas”* (Carlos, 22 años). En cuanto a lo que se preguntó de los valores modernos o tradicionales se logró conocer que existe un equilibrio de ellos en la serie. Los estudiantes comentaron que así como existe la unión de la familia, dentro de la serie, se puede ver que una pareja de homosexuales adoptan a una hija. Para darle una categoría tradicional se puede decir que la unión en la familia ha existido desde siempre. En cambio, una adopción de una pareja gay es algo que no comúnmente se manifiesta. *“Pues considero que tanto moderno como tradicional, inculca valores familiares importantes como la unión y el respeto de la familia pero lo hace en escenarios de familias que hoy en día tienen problemas...Es como una combinación y fusión de los valores que tanto mis papás me inculcaron (o sea los tradicionales) y los impuestos por la sociedad de estos tiempos (moderna)”* (Alfredo, 21 años). Para poder complementar mejor acerca de el tradicionalismo y del modernismo que se pueden ver en la serie, se realizó una pregunta para poder conocer como consideran los entrevistados a este programa, real o exagerado. Se conoció que la serie es de tendencia realista sin embargo existe una porcentaje de ella en donde se apodera la exageración de las situaciones. *“Siento que es totalmente realista, que cualquier situación por las que pasan los personajes le podría pasar a cualquiera.”* (Priscila, 21 años). *“Los personajes, tienen una parte muy realista de un cierto estereotipo de personas en la cultura norteamericana y se nota muy claramente pero también es algo extremista”* (Paulina, 22 años). Aunque existen exageraciones en cuanto a los personajes, los entrevistados dijeron que en todo momento se presentan situaciones posibles que a cualquier persona le pueden pasar.

6. Conclusiones

Se puede afirmar que el televidente mexicano no reacciona ante lo que está expuesto, sino que comienza a ver normal las tradiciones, culturas y estilo de vida de una familia común de Estados Unidos. En el caso de esta investigación, concluimos que las ideologías estadounidenses comienzan a infiltrarse poco a poco dentro de los mexicanos. Cabe recalcar que aunque existan valores universales los cuales se ven en la mayoría de los países es necesario seguir cultivando tradiciones y valores tanto familiares como culturales que pertenecen a México. México siempre seguirá siendo México a pesar de las distorsiones de los medios de comunicación. Se requiere de un criterio por parte del espectador para que aquellos valores nuevos inculcados así como ideologías se puedan interpretar con un criterio amplio y objetivo. Se puede decir que la serie *Modern Family* no amenaza significativamente la identidad mexicana sino que simplemente comienza a transmitir y a penetrar poco a poco ideologías, valores y temas los cuales la sociedad mexicana no está acostumbrada a ver.

7. Limitaciones del estudio

Una de las limitaciones de este estudio es que no podemos generalizar los resultados a todos los estratos de la sociedad mexicana, debido a que los programas de origen estadounidense de este tipo (*Modern Family*) comúnmente son vistos por una porción de la sociedad, y el tamaño de la muestra tampoco es representativo, a pesar de que reflejó un punto de vista de una población en particular.

8. Futuros estudios

Futuros estudios apuntan hacia un estudio comparativo entre hombres y mujeres y grupos de edades, para conocer la percepción de los temas tratados en este trabajo y conocer su impacto, por ejemplo, en la audiencia más joven que también ve estos programas televisivos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARIZPE, Lourdes. (2005): “La identidad nacional mexicana como problema político y cultural: nuevas miradas”. *CRIM UNAM*. Cuernavaca, Morelos. México. pp. 37-56.

AVENDAÑO RUZ, Claudio. (2002): “Americanización de la vida diaria y empoderamiento cultura”l, en *Agora Digital*, 3. Disponible en:

<http://www.uhu.es/agora/version01/digital/numeros/03/03-articulos/monografico/pdf3/avendano.PDF>

BONGIOVANNI, Paula, GONZÁLEZ, S.G., MORALES, V., LEAL, L.M., SAUCEDO, K. (2007): “Análisis del impacto cultural e ideológico de la serie *Grey’s Anatomy*: Estudio de caso en el área metropolitana de Monterrey”, en *Global Media Journal Mexico*, 4 (8). Pp. 107-158. Disponible en:

http://www.gmjei.com/journal/index.php/GMJ_EI/article/view/94/80.

BROPHY-WARREN J. Adviser -- Television / Modern Family': Happy TV Families Aren't Alike --- New shows move away from the traditional nuclear family. Wall Street Journal 2009 Sep 11(00999660):W.2-W.2. <http://o-search.proquest.com/millennium.itesm.mx/docview/399080136?accountid=11643>

CARABAZA, Julieta, AGUILAR, Beatriz Coss, HERNÁNDEZ, Aída, GONZÁLEZ, Gabriela, y HERNÁNDEZ, Claudia (2009): “El consumo de programación extranjera de la televisión nacional: Una aproximación a la construcción de la identidad de los habitantes de Saltillo, Coahuila” en *Global Media Journal Mexico*. Disponible en Internet:

http://www.gmjei.com/journal/index.php/GMJ_EI/article/view/232

DOMÍNGUEZ GONZÁLEZ, Jessica Leticia y VÁZQUEZ BARRAGÁN, Ariana (2008): Asimilación e identidad entre México y Estados Unidos: Los efectos negativos

de la influencia cultural. *Tesis Licenciatura. Relaciones Internacionales*. Departamento de Relaciones Internacionales y Ciencias Políticas, Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, Universidad de las Américas Puebla. Recuperado de:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/dominguez_g_il/capitulo_2.html Esteinou, J. (2002). Televisión nacional y globalización cultural. *Revista Razón y Palabra*, (28), Recuperado de:

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n28/jesteino.html>

GARCÍA, J. & LEÓN, B. (2002): “Análisis de la diversidad cultural en los programas de mayor audiencia (1995-2000) y de los espacios culturales de calidad en las televisiones europeas”, en *Comunicación y Sociedad*, 15(1), 69-99.

GONZÁLEZ HERNÁNDEZ David (2006). “En busca del entretenimiento: televisión y audiencia juvenil en la frontera norte”. 157-179. Retrieved from:

<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=34600508>

GONZÁLEZ HERNÁNDEZ, David (2006). “Televisión estadounidense y ciudadanía juvenil. Talleres a futuro para acciones fronterizas”. XII *Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social*.

LOZANO, José Carlos (1996). “Oferta y recepción de televisión extranjera en México”. 260-284. Retrieved from:

<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=31601205>

LOZANO, José Carlos (2008). “Consumo y apropiación de cine y TV extranjeros por audiencias en América Latina”, en *Revista Científica de Comunicación y Educación* 3022 67-72. Print.

LOZANO, José Carlos (2006). “Diversidad Cultural y televisión en

México”, en *Comunicación y Sociedad*, 5. Pp. 137-156. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/346/34600507.pdf>

LOZANO, José Carlos (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. (Segunda edición ed., p. 58, 70). México: Pearson.

MEDINA, Mercedes y Barrón, Leticia (2010). La telenovela en el mundo. (Spanish). *Palabra Clave*, 13(1), 77. Retrieved from:

<http://personaybioetica.unisabana.edu.co/sabana/index.php/palabraclave/article/viewArticle/1635>

MONSIVÁIS, Carlos (2000, Octubre 1). "Eliminen los cuerpos". *El Norte*. Retrieved from:

<http://busquedas.gruporeforma.com/elnorte/Documentos/DocumentoImpresasa.aspxsearch.proquest.com.millennium.itesm.mx/docview/316411612?accountid=11643>

ORTIZ, Miguel Angel (2005): "Televisión, globalización y cambio social" en *Revista Científica de Comunicación y Educación*, 79-85. Recuperado de: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15825011>

PÁEZ, Darío, FERNÁNDEZ, Itziar, BASAVE, Nakane, y GRAD, Hector (2001): "Valores culturales y motivacionales: Creencias de auto-concepto de Singelis, actitudes de competición de Triandis, control emocional e individualismo-colectivismo vertical-horizontal. R.E.M.E.", en *Revista Electrónica de Motivación y Emoción* 4(8-9), Retrieved from:

<http://reme.uji.es/articulos/apaezd8o62112101/texto.html>

PURCELL, Fernando (2009): "Una mercancía irresistible. El cine norteamericano y su impacto en Chile, 1910-1930", en *Historia Crítica* 2009 (38):46-69.

ROSMAN, K. Television: All in the Modern Family. Wall Street Journal, 2010 Feb 26(00999660):W.1-W.1.

<http://osearch.proquest.com/millennium.itesm.mx/docview/399067214?accountid=11643>