

Una de las principales preocupaciones desde el surgimiento de los medios como fenómeno masivo ha sido la audiencia y los efectos de los mensajes sobre ella. Desde entonces se ha abierto un intenso debate en torno al impacto que tiene la televisión en la sociedad.

En torno a estas preocupaciones se han realizado una gran cantidad de investigaciones que toman en cuenta tanto las diferencias individuales de los sujetos, como los condicionamientos sociales que tiene el sujeto de acuerdo a su posición social.

Al inicio del modelo *Efectos de los Medios* la pregunta que se hacían los investigadores de la comunicación era: ¿Qué hace la TV con su audiencia?, con el fin de conocer el impacto diferencial que la transmisión de mensajes televisivos podría generar sobre la audiencia, entre otras cosas.

Una pregunta novedosa que surgió en el marco del modelo de *Usos y Gratificaciones* fue ¿Qué hace la audiencia con la TV?, la cual ha tenido la

virtud de cambiar el eje de la discusión, porque bajo esta perspectiva, lo que importa es comprender el uso social que la audiencia hace de los medios.

En este sentido, las aportaciones de la corriente llamada, *Estudios Culturales* han sido muy importantes ya que señalan que las interpretaciones de los medios dependen de las diferentes situaciones en las que vive el espectador, desde su pertenencia a una clase social, hasta sus prácticas culturales. Por considerarlo un marco teórico pertinente para los fines que persigue este trabajo de investigación, orientado a la comprensión de un fenómeno mediático como lo es un Reality Show, he considerado fundamentar en ella el proceso de reflexión y análisis que aquí realizo.

Los Estudios Culturales conjugan un gran número de autores y tradiciones con diferentes posturas, combinándose teorías sociales y psicoanalíticas francesas, así como distintas versiones de estructuralismo y semiótica, tiendo como punto en común, considerar a la cultura “como una variable central en el análisis de lo social” (Bórquez, 2001)

El Reality Show ha sido un programa televisivo de altísimo impacto en la sociedad mexicana, porque desde su llegada hace más de dos años a nuestro

país ha desatado una gran cantidad de debates en su entorno, ya que no ha sido del todo aceptado por diferentes sectores del país.

Big Brother fue el primer Reality Show que entró a México proveniente de Holanda. Llegó a una cultura diferente y a un público que no estaba acostumbrado a ver una televisión de realidad, en dónde se presentan personajes que viven historias reales dentro de la pantalla y no existe un guión previo, por lo que todas las reacciones de los participantes son espontáneas y auténticas.

Ante la gran importancia que adquiere Big Brother en México, al ser un parte aguas por su formato televisivo, esta investigación se propone analizar como es que la sociedad mexicana reacciona frente al fenómeno del Reality Show, Big Brother, bajo la perspectiva de la corriente de los Estudios Culturales.

El trabajo consta de cuatro capítulos, en donde se desarrollan los conceptos que van a servir para sustentar toda la investigación, desde definiciones hasta teorías y estudios realizados con anterioridad sobre las audiencias.

En el primer capítulo, se lleva a cabo una revisión conceptual sobre los Reality Shows; la evolución histórica de este género, dónde surgen y hasta adónde se han extendido, así como su aparición en México, con una breve descripción de los que han sido transmitidos en nuestro país desde su llegada. Asimismo, se realiza una revisión bibliográfica de los estudios realizados con anterioridad sobre este tema.

En el segundo capítulo, se presentan las bases teóricas de los Estudios Culturales, su surgimiento junto con un detalle cronológico de sus avances. También se encontrará una breve descripción de la importancia de los estudios sobre la recepción dentro de los Estudios Culturales y diferentes definiciones de Cultura y su relevancia en la actualidad. Además al final del capítulo existe una descripción de algunos estudios realizados que han permitido replantear la importancia de los medios de comunicación en la vida de cada individuo.

En el capítulo tres se encuentra la metodología para este estudio tomando como modelo un trabajo realizado por David Morley, importante investigador dentro de la corriente de los Estudios Culturales.

Siendo los Grupos Focales el instrumento metodológico utilizado para probar los objetivos trazados a lo largo de esta investigación, se describen sus características y se aborda la forma en que estos son utilizados para cumplir los objetivos establecidos.

En el capítulo cuatro, se presentan los resultados arrojados por las sesiones de grupo realizadas, mismas que fueron realizadas a tres diferentes grupos de personas: jóvenes profesionales; universitarios y estudiantes de Preparatoria, de nivel socioeconómico medio alto.

Ahí se describe el modo en que impacta de manera diferenciada el Reality Show estudiado, destacándose precisamente la naturaleza de las diferencias y el modo en que éstas están determinadas por aspectos de tipo cultural y del entorno de cada individuo.

En el capítulo cinco se encuentran un conjunto de conclusiones sobre los distintos aspectos del análisis elaborado.