

II. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es un estudio etnográfico sobre los usos y preferencias televisivas de las amas de casa de San Pedro Cholula. Desde muy pequeña, la televisión ha estado presente en las actividades rutinarias de mi vida y he sido, por mucho tiempo, parte de la audiencia de diversos programas televisivos. Al llegar a México, y aprender sobre los comportamientos de las audiencias, descubrí que los usos y las formas de interpretar un mensaje televisivo no ocurren de manera homogénea en las diferentes culturas. El estar en contacto con las personas del municipio de San Pedro Cholula me hizo entender que para los miembros de esta comunidad, la televisión es el medio de comunicación a través del cual adquieren gran parte de su conocimiento. El interés específico por las amas de casa de esta comunidad surge por el descubrimiento de que son ellas quienes más se exponen al medio televisivo y quise encontrar las razones de este comportamiento.

Los estudios cualitativos que se han realizado en torno a la televisión no han tomado en consideración los contextos semi-urbanos en los cuales el acto de ver televisión llega a formar parte muy importante de las rutinas de los integrantes de esas culturas. Esto es debido a que en los niveles socioeconómicos más bajos en México, existe una tendencia a exponerse al medio televisivo por mayor número de horas.

Se han realizado estudios significativos enfocados en las preferencias televisivas de las amas de casa de otros países, tales como Inglaterra y Estados Unidos. Sin embargo, muy poco se sabe sobre las preferencias de las mujeres mexicanas, mucho menos aún, si se trata de una comunidad semi-urbana, como es el caso de San Pedro Cholula. Con el propósito de ofrecer una nueva perspectiva en la corriente de los estudios culturalistas acerca de los usos de la televisión, surge este trabajo con las amas de casa de esta comunidad. La metodología utilizada para este estudio es la etnografía, ya que ésta permite un mayor grado de inmersión a la subcultura que se desea analizar a través de sus técnicas de observación participante y entrevista a profundidad o etnográfica.

Esta investigación etnográfica tiene como objetivo general analizar los usos y preferencias televisivas de las amas de casa de San Pedro Cholula. Los objetivos específicos son los siguientes:

- Conocer la relación que existe entre las amas de casa y la televisión;
- Descubrir cuáles son los programas a los que las amas de casa le prestan más atención;
- Explorar cuáles son los programas con los que las amas de casa realizan otras actividades en el hogar;
- Estudiar cómo cambia el comportamiento de las amas de casa en torno a la televisión cuando están presentes los demás miembros de la familia; y
- Analizar el significado que las amas de casa le dan al acto de ver televisión

En el primer capítulo se asentarán las bases teóricas de este trabajo, las cuales nacen en los estudios culturales británicos formados en el Centro Contemporáneo de Estudios Culturales en Birmingham (CCCS). El interés principal de esta corriente de estudios cualitativos es analizar a las culturas en su cotidianidad, explorando al individuo común para poder comprender cómo están construidas las vidas de los sujetos. Uno de los máximos representantes de esta corriente es el estudioso Stuart Hall, quien creó el modelo “Encoding/Decoding” para analizar los significados que crean las audiencias sobre los programas a los que se exponen.

Hall establece, en este modelo, que el receptor de un medio de comunicación puede decodificar un mensaje de tres formas diferentes. En términos generales, se dice que el receptor puede aceptar completamente el mensaje que ha sido enviado por el medio, por lo cual tendrá una *lectura preferente* hacia dicho mensaje; en segundo lugar, el receptor puede estar de acuerdo con ciertas partes del mensaje, mientras rechaza otras, es decir que tiene una *lectura (o postura) negociada*; y, finalmente, el receptor puede rechazar por completo el mensaje emitido por el medio, es decir mostrar una *postura oposicional* hacia el mensaje. El modelo de “Encoding/Decoding” será la herramienta a través de la cual se interpretarán los discursos de las amas de casa de San Pedro Cholula.

Basándose en el modelo de Stuart Hall, los investigadores de la corriente de los estudios culturales realizaron numerosas investigaciones para conocer los significados que las audiencias crean con los mensajes mediáticos a los que se exponen. Los estudios que se tomarán en cuenta para este análisis etnográfico serán el de David Morley con su trabajo "*Domestic Relations: The Framework Of Family Viewing In Great Britain*" (1988); Janice Radway con su análisis "*Reading The Romance: Woman, Patriarchy And Popular Literature*" (1991); "*Thirtysomething And The Contradiction Of Gender*" (1995) de Margaret Heide; y finalmente "*El Género en el Análisis Integral del Proceso de Recepción Televisiva*" (2000) de Aimée Vega. El modelo de "Encoding/Decoding" de Stuart Hall junto con estas cuatro investigaciones cualitativas, servirán para analizar los resultados de este trabajo etnográfico.

En el capítulo dos se describirá el contexto en el cual se llevará a cabo el trabajo de campo de esta investigación. Se darán a conocer los datos demográficos del municipio de San Pedro Cholula, incluyendo su ubicación, el número de habitantes tomando en cuenta su género y edad, el índice de alfabetización, la religión que practican, los matrimonios y divorcios, así como también los tipos de vivienda que habitan los integrantes de la comunidad, los aparatos domésticos que poseen en su hogar. Con estos datos y con la ayuda complementaria de las clasificaciones establecidas por la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública (AMAI), se determinará el nivel socioeconómico al que pertenecen las informantes de este estudio. Como segundo punto en este capítulo se darán a conocer los medios de comunicación con los que cuenta esta comunidad.

En el capítulo tres se establecerá la metodología utilizada para el trabajo de campo. Como se ha mencionado, éste es un estudio cualitativo con un enfoque culturalista que, además, se apoyará en la etnografía, un método antropológico utilizado para entender las culturas. Aunque en la antropología este método sirve para estudiar a las culturas en su cotidianidad, se ha adaptado a las investigaciones de audiencia para comprender cómo cada subcultura crea significados a través de los productos mediáticos, en este caso los mensajes televisivos.

Una característica de la etnografía es su interés por abarcar todos los escenarios posibles de un acontecimiento. En el caso de un estudio acerca de los usos de la

televisión, no basta conocer únicamente el momento específico en que ocurre el acto de exponerse al medio, sino que también es necesario descubrir todos los aspectos que influyen a los espectadores en cuanto a la selección de los programas, las formas de exponerse al medio y los significados que crean a través de la programación que seleccionan. Por esta razón, es importante tomar en cuenta el “Contextualismo Radical” expuesto por Ien Ang.

En su discurso, Ang explica que para hacer etnografía es preferible contextualizar lo más posible el escenario en el cual se realiza la investigación para, así, poder abarcar la “pluralidad de contextos” que determinan el acto de ver televisión. En la práctica, no es posible llevar esta radicalización de los contextos a sus extremos, ya que esto implicaría que el investigador estuviera en todas partes en un mismo tiempo. Sin embargo, Ang sugiere que es favorable que el investigador abarque la mayor cantidad de aspectos posibles, ya que esto le ayudará a comprender mejor los usos y significados que cada informante crea acerca de un mismo mensaje.

En esta investigación, se pretenderá abarcar la mayor cantidad posible de escenarios que puedan influenciar el acto de ver televisión. La etnografía con el “Contextualismo Radical” en mente será la forma de realizar el análisis etnográfico. Las herramientas cualitativas con las cuales se llevará a cabo el trabajo de campo serán la observación participante, como primera etapa, y la entrevista a profundidad o etnográfica, como segunda.

La observación participante es una convivencia entre el etnógrafo y el informante, en el contexto natural donde el fenómeno a estudiar. En esta etapa, el investigador analiza los comportamientos del individuo tomando en cuenta sus actividades, comentarios, lenguaje no verbal y su relación con las personas que lo rodean. Esta herramienta me ayudará a conocer la relación que existe entre las amas de casa y la televisión; descubrir en qué momentos (o con qué programas) las amas de casa centran su atención en el mensaje televisivo y en qué momentos la actividad de ver televisión se realiza a la par de otras labores del hogar; y cómo cambian estos comportamientos cuando está presente otro miembro de la familia. La observación participante me servirá, además, para establecer un vínculo de confianza con las amas de casa, logrando que la entrevista a profundidad fluya con mayor facilidad.

La entrevista etnográfica es una o varias sesiones de preguntas y respuestas donde el investigador platica con sus informantes acerca del fenómeno que desea estudiar. En mi estudio, la etapa de la entrevista a profundidad me permitirá reforzar los aspectos observados en la primera etapa, así como también, me ayudará a descubrir, a través del discurso de las informantes, la importancia de ver televisión y cuáles son los significados que crean con los mensajes emitidos por este medio.

Al final del tercer capítulo se expondrá una breve descripción de las informantes para poder ofrecer un contexto completo acerca de cada una de ellas. Estas descripciones son de gran importancia ya que, de acuerdo a lo que cada una haya vivido, y las diferencias en cuanto a su estructura familiar y rutinas diarias, pueden establecer diferentes perspectivas a la hora de exponerse al medio televisivo. Los rasgos que se analizarán para descubrir las diferentes exposiciones de las amas de casa serán: su estado civil, el número y edades de sus hijos, el hecho de que trabajen o no y la cantidad de televisores en el hogar. La única característica que comparten las informantes es su pertenencia al mismo nivel socioeconómico.

En el capítulo cuatro se darán a conocer los resultados del trabajo de campo, obtenidos a través del análisis de lo observado en la primera etapa y de los discursos de las amas de casa expuestos en la entrevista etnográfica. Los resultados más relevantes se dividirán en cuatro puntos: las rutinas de las amas de casa, las negociaciones familiares, los medios de comunicación como parte de la rutina diaria y los significados que crean las amas de casa por medio de la televisión. Este análisis se relacionará con las características que cada una de las amas de casa presenta.

Finalmente, en el capítulo cinco, se concluirá sobre el trabajo presentado relacionando estas conclusiones con la base teórica de este análisis etnográfico. Se utilizarán los estudios de otros autores para relacionar los resultados obtenidos en esta investigación, y explicar en qué aspectos se asemeja a lo encontrado anteriormente y qué rasgos de este trabajo son diferentes a los realizados en otras culturas. A manera de mejorar lo obtenido en este estudio, se propondrán investigaciones posteriores que puedan reforzar los resultados de mi análisis, así como también otros estudios relacionados con este tema de acuerdo a lo encontrado.