

2 SAN PEDRO CHOLULA: DEMOGRAFÍA Y ACCESO A MEDIOS

En el capítulo anterior se dio a conocer brevemente la historia de los estudios culturales, se explicó el modelo de Stuart Hall acerca de la codificación y decodificación, el cual representa la base de mi estudio etnográfico y, además, se expusieron algunos de los trabajos de investigación que se han realizado en esa corriente. Después de haber dado a conocer esta información, es necesario ofrecer una contextualización del grupo cultural con el que realizaré mi estudio. Las informantes que formarán parte de mi investigación son las mujeres amas de casa de San Pedro Cholula; y para poder realizar un análisis etnográfico, es necesario conocer a los informantes, saber cuáles son las características del lugar que habitan, sus costumbres, creencias y, en este caso, los medios a los que tienen acceso.

A pesar de que el acto de ver televisión ocurre en un momento específico, los factores que influyen y condicionan esta acción, están más allá de ese espacio y tiempo determinados. Como ya se mencionó, cuando un espectador ve televisión (o se expone a cualquier medio de comunicación), la posición del espectador en cuanto a la recepción del mensaje se verá determinada por sus creencias, ideologías, experiencias pasadas, las personas a su alrededor, las características de la cultura en la que vive, entre muchas otras cosas. Por lo tanto, para poder entender completamente las interpretaciones de los informantes, es necesario también conocer el contexto en el que éstos llevan a cabo la creación de significados a través de los mensajes mediáticos.

En este capítulo se dará a conocer el contexto en el que sucede el acto de ver televisión para las amas de casa de San Pedro Cholula. En primer lugar, se ofrecerá una breve descripción demográfica del municipio. Aquí se explicará la ubicación del municipio, la cantidad de personas que lo conforman, qué parte de la población trabaja, el nivel de alfabetización, la religión, tipos y características de las viviendas, y los servicios con los que cuentan, dando a conocer, de esta manera, el nivel socioeconómico predominante en la comunidad. Posteriormente, se darán a conocer los medios de comunicación a los que tienen acceso los integrantes de este municipio.

2.1 DATOS DEMOGRÁFICOS DE SAN PEDRO CHOLULA

El municipio de San Pedro Cholula se localiza en la parte centro-oeste del Estado de Puebla. Tiene una superficie de 51.03 kilómetros cuadrados que representa el 0.23% de la superficie del Estado. El Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) estableció que en el año 2000 el Estado de Puebla tenía 5,076,686 habitantes, mientras que San Pedro Cholula contaba con 99,794 habitantes de los cuales 47,980 eran hombres y 51,814 eran mujeres. Esta cifra representa casi el 2% de la población total del Estado.

En el 2002, el INEGI estableció que hubo un total de 2,766 nacimientos, siendo 1,391 hombres y 1,374 mujeres. A pesar de que nacen más hombres que mujeres, está claro que la población femenina es más abundante que la masculina en San Pedro Cholula y esto se debe a que en este municipio mueren más hombres que mujeres. El INEGI demostró en las gráficas de ese mismo año, que murieron en total 477 personas, de las cuales 266 fueron hombres y 211 fueron mujeres. Esta tendencia también ocurre con los niños menores de un año, ya que en el año 2002 murieron 28 niños menores de un año y 20 niñas, dando como resultado 48 muertes de infantes en el municipio.

El INEGI estableció que en el 2000 habían 36,854 mujeres mayores de 12 años y un total de 89,547 nacimientos en el municipio de San Pedro Cholula. En promedio, de acuerdo a estos datos, nacen 2.43 hijos por cada mujer mayor de 12 años en esta comunidad. Un patrón similar ocurre en el resto del Estado, donde, según los datos del INEGI de ese mismo año nacen en promedio 2.77 hijos por cada mujer mayor de 12 años.

Por otro lado, en el tema de uniones maritales, el INEGI encontró que en el 2003 hubo 644 matrimonios y 128 divorcios. Esta comparación entre matrimonios y divorcios indica que, de las personas que contraen matrimonio, aproximadamente un 20% deshace la unión y realizan el trámite del divorcio. Si se toman en cuenta los datos ofrecidos por el INEGI en años pasados, se puede observar que existe un incremento en el número de divorcios por año. En 1997 se documentaron 499 matrimonios y 57 divorcios, lo cual representaba que un 11% de los matrimonios totales terminaban en divorcio.

En cuanto a la religión que practican los habitantes de San Pedro Cholula, los datos obtenidos por el INEGI (2000) muestran que 80,003 personas son católicas, representando esta cifra el 92.4% del total de los encuestados (86,566). Después de la religión católica, las religiones protestantes y evangélicas son las más predominantes con 3,291 (3.8%) practicantes. Como se puede observar, la diferencia entre la cifra de la religión católica y de las protestantes y evangélicas es determinante, ya que así como en el resto del país la mayor parte de la población practica la religión católica.

En San Pedro Cholula hay un total de 20,849 hogares y un promedio de 4.9 habitantes por casa. De acuerdo con el INEGI (2000), del total de viviendas en este municipio, 16,431 son dirigidas por hombres, es decir el 79% de los hogares, mientras que únicamente un 21% (4,418) de los hogares tienen como jefe de familia a una mujer. Las viviendas en que viven los residentes de San Pedro Cholula pueden tener diferentes características, por lo que el INEGI ha dividido el tipo de viviendas en las siguientes categorías:

Hogar familiar: vivienda en la que, por lo menos, uno de los miembros tiene relación de parentesco con el jefe de la casa. Los hogares familiares se clasifican en nucleares, ampliados y compuestos.

- **Hogar nuclear:** hogar conformado por el jefe y su cónyuge; el jefe y su cónyuge con hijos no casados o el jefe con hijos no casados. Se consideran hijos no casados, los hijos solteros, divorciados, viudos y separados así como los casados que viven con sus padres pero no con su pareja. Dentro de estos hogares puede haber empleados domésticos y sus familiares.
- **Hogar ampliado:** formado por un hogar nuclear más otros parientes o un jefe con otros parientes. Dentro de estos hogares puede haber empleados domésticos y sus familiares.
- **Hogar compuesto:** formado por un hogar nuclear o ampliado con personas sin lazos de parentesco con el jefe del hogar (no parientes). Dentro de estos hogares no se consideran los empleados domésticos ni sus familiares.

Hogar no familiar: hogar en el que ninguno de los miembros tiene lazos de parentesco con el jefe del hogar. Los hogares no familiares se clasifican en unipersonales y de co-residentes.

- Hogar de co-residentes: formado por dos o más personas que no guardan relaciones de parentesco con el jefe del hogar.
- Hogar unipersonal: hogar formado por una persona

(<http://www.inegi.org>)

En cuanto a las características físicas de las viviendas se demuestra en los datos del INEGI (2000), que los materiales más comunes para construir los pisos de las casas son el cemento y firme, así como también la madera, el mosaico y otros recubrimientos. Para las paredes, se utilizan más frecuentemente el tabique, ladrillo, piedra, cantera, cemento, concreto y adobe. Finalmente, para la construcción del techo se utiliza la losa de concreto, el tabique, ladrillo y terrado con vigas, así como también la lámina de asbesto y metálica.

Del total de las viviendas (20,849), el INEGI menciona que en el año 2000 el servicio de agua entubada estaba disponible en 13,924 hogares, es decir en el 67% de los hogares; 16,412 (79%) contaban con servicio de drenaje; y más del 90% de los hogares (19,373) tenían servicio de energía eléctrica. Además de estos servicios, las viviendas de San Pedro Cholula contaban también con los siguientes bienes: 17,078 de los hogares, es decir un 82% tenían una licuadora; el 59% de las viviendas (12,294) contaban con un refrigerador; 10,308 (49%) disponían de un calentador; el 43% de las casas (9,138) tenían un refrigerador, 41% de los hogares, es decir 8,487 contaban con servicio telefónico; 6,640 (32%) poseían un automóvil y, apenas el 11% de las casas, es decir 2,376 tenían una computadora en su residencia.

En el año 2000, el total de la población económicamente activa en el municipio de San Pedro Cholula era de 35,536 individuos (INEGI). De esta cantidad, únicamente 11,090, es decir el 31% del total eran mujeres. Por otro lado, los hombres ocupan el 68% (24,446) de la población económicamente activa en este municipio. Esta información demuestra que en esta comunidad, la mujer sigue permaneciendo al cuidado del hogar y de los hijos, mientras que el hombre es el que sale a trabajar y mantiene económicamente a su familia.

Tomando en cuenta a los individuos de 15 años en adelante (63,656), el INEGI estableció que de ese total, el 93% de las personas (59,681) son alfabetas, de los cuales 31,117, es decir el 52% son mujeres. En el 2000, San Pedro Cholula contaba con 137 instituciones de aprendizaje para los diferentes niveles de educación. En el nivel de preescolar, el municipio contaba con 41 escuelas, teniendo un total de 4,601 alumnos inscritos; para el nivel de primaria existían 50 instituciones, y contaba con 16,983 estudiantes inscritos; tenía 26 instalaciones a nivel secundaria con 6,164 estudiantes inscritos; a nivel profesional técnico disponía de 4 instituciones y tenía 203 estudiantes inscritos; para el nivel de bachillerato, existían 16 escuelas, con 3,544 estudiantes inscritos.

En ese mismo año, el municipio también contaba con una Escuela de Estudios Superiores de Medicina y Zootecnia, la cual tenía 169 alumnos inscritos en licenciatura y 15 a nivel especialidad; el Instituto Universitario Angelus que contaba con 4 alumnos inscritos; y el Colegio de posgraduados con 85 alumnos inscritos. Además, en el 2003 el municipio tenía a disponibilidad de los ciudadanos 14 bibliotecas públicas con 40,224 libros en existencia y 33,676 usuarios; también tenía al servicio de la comunidad 8 videotecas públicas y 3 casas de cultura.

Tomando en cuenta las características de los hogares, los niveles de estudios disponibles para los integrantes de esta comunidad, y otros datos mencionados, se puede definir el nivel socioeconómico al que pertenece. Para lograr esto, se utilizará la división creada por la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública (AMAI). Esta agencia se encargó de definir “un conjunto de Niveles Socioeconómicos que se convirtieran en el estándar de la industria, así como la de establecer una regla que permitiera asignar a cualquier hogar el Nivel Socioeconómico que le corresponda, sin tener que ‘ver’ físicamente el hogar” (<http://www.amai.org>). Estas son las divisiones socioeconómicas que plantea AMAI:

1. **Nivel A/B:** Este es el estrato que contiene a la población con el más alto nivel de vida e ingresos del país.

Perfil Educativo y Ocupacional del Jefe de Familia

En este segmento el Jefe de Familia tiene en promedio un nivel educativo de licenciatura o mayor. Los jefes de familia de nivel AB se desempeñan como grandes o medianos empresarios (en el ramo industrial, comercial y de servicios); como gerentes, directores o destacados profesionistas. Normalmente laboran en importantes empresas del país o bien ejercen independientemente su profesión.

Perfil del Hogar

Los hogares de las personas que pertenecen al nivel AB son casas o departamentos propios de lujo que en su mayoría cuentan con 6 habitaciones o más, 2 ó 3 baños completos, el piso de los cuartos es de materiales especializados distintos al cemento y todos los hogares de este nivel, tienen calentador de agua. En este nivel las amas de casa cuentan con una o más personas a su servicio, ya sean de planta o de entrada por salida. Los hijos de estas familias asisten a los colegios privados más caros o renombrados del país, o bien a colegios del extranjero.

Artículos que posee

Todos los hogares de nivel AB cuentan con al menos un auto propio, regularmente es del año y algunas veces de lujo o importados, y tienden a cambiar sus autos con periodicidad de aproximadamente dos años. Los autos usualmente están asegurados contra siniestros.

Servicios

En lo que se refiere a servicios bancarios, estas personas poseen al menos una cuenta de cheques (usualmente el jefe de familia), y tiene más de 2 tarjetas de crédito, así como seguros de vida y/o de gastos médicos particulares.

Diversión/Pasatiempos

Las personas de este nivel asisten normalmente a clubes privados. Suelen tener casa de campo o de tiempo compartido. Además, más de la mitad de la gente de nivel alto ha viajado en avión en los últimos 6 meses, y van de vacaciones a lugares turísticos de lujo, visitando al menos una vez al año el extranjero y varias veces el interior de la república. La televisión ocupa parte del tiempo dedicado a los pasatiempos, dedicándole menos de dos horas diarias.

2. **Nivel C+:** En este segmento se consideran a las personas con ingresos o nivel de vida ligeramente superior al medio.

Perfil educativo del Jefe de Familia

La mayoría de los jefes de familia de estos hogares tiene un nivel educativo de licenciatura y en algunas ocasiones cuentan solamente con educación preparatoria. Destacan jefes de familia con algunas de las siguientes ocupaciones: empresarios de compañías pequeñas o medianas, gerentes o ejecutivos secundarios en empresas grandes o profesionistas independientes.

Perfil del Hogar

Las viviendas de las personas que pertenecen al Nivel C+ son casas o departamentos propios que cuentan con 5 habitaciones o más, 1 ó 2 baños completos. Uno de cada cuatro hogares cuenta con servidumbre de planta o de entrada por salida. Los hijos son educados en primarias y secundarias particulares, y con grandes esfuerzos terminan su educación en universidades privadas caras o de alto reconocimiento.

Artículos que posee

Casi todos los hogares poseen al menos un automóvil, aunque no tan lujoso como el de los del nivel alto. Usualmente tiene un auto familiar y uno compacto. Normalmente, sólo uno de los autos está asegurado contra siniestro. En su hogar tiene todas las comodidades y algunos lujos; al menos dos aparatos telefónicos, equipo modular, compact disc, dos televisores a color, videocassettera, horno de microondas, lavadora, la mitad de ellos cuenta con inscripción a televisión pagada y PC. Uno de cada tres tiene aspiradora. En este nivel las amas de casa suelen tener gran variedad de aparatos electrodomésticos.

Servicios

En cuanto a servicios bancarios, las personas de nivel C+ poseen un par de tarjetas de crédito, en su mayoría nacionales, aunque pueden tener una internacional.

Diversiones/Pasatiempos

Las personas que pertenecen a este segmento asisten a clubes privados, siendo éstos un importante elemento de convivencia social. La televisión es también un pasatiempo y pasan en promedio poco menos de dos horas diarias viéndola. Sus

vacaciones generalmente son en el interior del país, y a lo más una vez al año salen al extranjero.

3. **Nivel C:** En este segmento se considera a las personas con ingresos o nivel de vida medio.

Perfil Educativo del Jefe de Familia

El jefe de familia de estos hogares normalmente tiene un nivel educativo de preparatoria y algunas veces secundaria. Dentro de las ocupaciones del jefe de familia destacan pequeños comerciantes, empleados de gobierno, vendedores, maestros de escuela, técnico y obreros calificados.

Perfil de Hogares

Los hogares de las personas que pertenecen al nivel C son casa o departamentos propios o rentados que cuentan en promedio con 4 habitaciones y 1 baño completo.

Los hijos algunas veces llegan a realizar su educación básica (primaria/secundaria) en escuelas privadas, terminando la educación superior en escuelas públicas.

Artículos que posee

Dos de cada tres hogares de clase C posee al menos un automóvil, regularmente es para uso de toda la familia, compacto o austero, y no de modelo reciente; casi nunca está asegurado contra siniestros. Cuentan con 1 aparato telefónico, equipo modular, 2 televisores, y videocassettera. La mitad de los hogares tiene horno de microondas y uno de cada tres tiene televisión pagada y PC. Muy pocos cuentan con servidumbre de entrada por salida.

Servicios

En cuanto a instrumentos bancarios, algunos poseen tarjetas de crédito nacionales y es poco común que usen tarjeta internacional.

Diversión/Pasatiempos

Dentro de los principales pasatiempos destacan el cine, parques públicos y eventos musicales. Este segmento usa la televisión como pasatiempo y en promedio la ve diariamente por espacio de dos horas. Gustan de los géneros de telenovela, drama y programación cómica.

Estas familias salen de vacaciones en el interior del país, aproximadamente una vez por año van a lugares turísticos accesibles (poco lujosos).

4. **Nivel D+:** En este segmento se consideran a las personas con ingresos o nivel de vida ligeramente por debajo del nivel medio, es decir es el nivel bajo que se encuentra en mejores condiciones (es por eso que se llama bajo/alto o D+).

Perfil Educativo del Jefe de Familia

El jefe de familia de estos hogares cuenta en promedio con un nivel educativo de secundaria o primaria completa. Dentro de las ocupaciones se encuentran taxistas (choferes propietarios del auto), comerciantes fijos o ambulantes (plomaría, carpintería), choferes de casas, mensajeros, cobradores, obreros, etc. Suelen existir, dentro de esta categoría, algunos jefes de familia que tienen mayor escolaridad pero que como resultado de varios años de crisis perdieron sus empleos y ahora se dedican a trabajar en la economía informal.

Perfil del Hogar

Los hogares de las personas que pertenecen a este nivel son, en su mayoría, de su propiedad, aunque algunas personas rentan el inmueble. Cuentan en promedio con 3 o más habitaciones en el hogar y 1 baño completo. Los hijos asisten a escuelas públicas.

Artículos que posee

Uno de cada cuatro hogares posee automóvil propio, por lo que en su mayoría utilizan los medios de transporte público para desplazarse. Cuentan con un aparato telefónico, 1 televisor a color, y 1 equipo modular barato. La mitad de los hogares tiene videocassetera y línea telefónica. Estos hogares no tienen aspiradora y muy pocos llegan a contar con PC.

Servicios

Los servicios bancarios que poseen son escasos y remiten básicamente a cuentas de ahorros, cuentas o tarjetas de débito y pocas veces tienen tarjetas de crédito nacionales.

Diversión/pasatiempos

Generalmente las personas de este nivel asisten a espectáculos organizados por la delegación y/o por el gobierno, también utilizan los servicios de poli-deportivos y los parques públicos. La televisión también es parte importante de

su diversión y atienden preferentemente a las telenovelas y a los programas de concurso. Este grupo tiende a ver televisión diariamente por un espacio algo superior a dos horas.

5. **Nivel D:** El nivel D está compuesto por personas con un nivel de vida austero y bajos ingresos.

Perfil Educativo del Jefe de Familia

El jefe de familia de estos hogares cuenta en promedio con un nivel educativo de primaria (completa en la mayoría de los casos). Los jefes de familia trabajan en actividades tales como obreros, empleados de mantenimiento, empleados de mostrador, choferes públicos, maquiladores, comerciantes, etc.

Perfil del Hogar

Los hogares de nivel D son inmuebles propios o rentados. Las casas o departamentos cuentan con al menos dos habitaciones y 1 baño que puede ser completo o medio baño. La mitad de los hogares cuenta con calentador de agua y lavadora. Estas casas o departamentos son, en su mayoría, de interés social o de rentas congeladas (tipo vecindades). Los hijos realizan sus estudios en escuelas del gobierno.

Artículos que posee

Las personas de este nivel suelen desplazarse por medio del transporte público, y si llegan a tener algún auto es de varios años de uso. La mayoría de los hogares cuenta con un televisor y/o equipo modular barato. Uno de cada cuatro hogares tienen videocassetera y línea telefónica.

Servicios

Se puede decir que las personas de nivel D prácticamente no poseen ningún tipo de instrumento bancario.

Diversión/Pasatiempos

Asisten a parques públicos y esporádicamente a parques de diversiones. Suelen organizar fiestas en sus vecindades. Toman vacaciones una vez al año en excursiones a su lugar de origen o al de sus familiares. Cuando ven televisión su tipo de programación más favorecida son las telenovelas y los programas dramáticos. En promedio ven televisión diariamente por espacio de dos y media horas.

6. **Nivel E:** El nivel E se compone de la gente con menores ingresos y nivel de vida en todo el país.

Perfil Educativo del Jefe de Familia

El jefe de familia de estos hogares cursó, en promedio, estudios a nivel primaria sin completarla, y generalmente tiene subempleos o empleos eventuales.

Perfil del Hogar

Estas personas usualmente no poseen un hogar propio, teniendo que rentar o utilizar otros recursos para conseguirlo. En un solo hogar suele vivir más de una generación. Sus viviendas poseen 1 ó 2 cuartos en promedio, mismos que utilizan para todas las actividades (en ellos duermen, comen, etc.). La mayoría de los hogares no tienen baño completo propio dentro de su casa. No poseen calentador de agua, ni drenaje. Los techos son de lámina y/o asbesto y el piso muchas veces es de tierra. Difícilmente sus hijos asisten a escuelas públicas y existe un alto nivel de deserción escolar.

Artículos que posee

Estos hogares son muy austeros, tienen un televisor y un radio y en pocos casos videocassettera. La mitad de los hogares de clase E poseen refrigerador.

Servicios

Este nivel no cuenta con ningún servicio bancario o de transporte propio.

Diversión/Pasatiempos

Su diversión es básicamente la radio y la televisión. Dentro de este último medio la programación de telenovelas, programas de drama y concursos son los que más atienden. En promedio ven televisión diariamente por espacio de casi tres horas.

<http://www.amai.org>

A partir de esta descripción otorgada por AMAI, y por las características demográficas anteriormente mencionadas, se puede establecer que la gran mayoría de la población de San Pedro Cholula pertenecen a los niveles socioeconómicos D+, D y E, siendo los niveles D+ y D los más representativos de esta comunidad. Toda esta información ayuda a entender el comportamiento de los individuos de este municipio al exponerse a los medios de comunicación. Además de estos datos demográficos, también

es necesario conocer los medios a los que tienen acceso en esta comunidad. A partir de esto ya se podrá iniciar con el análisis acerca de los usos y preferencias mediáticas para que, posteriormente, se realice el análisis de los resultados. A continuación se darán a conocer los medios de comunicación más frecuentemente utilizados por los habitantes de San Pedro Cholula.

2.2 ACCESO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En la primera parte de este capítulo se explicó brevemente la información demográfica de los habitantes de San Pedro Cholula. Estas características influyen en la percepción que ellos tienen de los mensajes que reciben a través de los medios de comunicación. Los medios de comunicación forman parte importante en la vida de los individuos, ya que es la forma de mantenerse informados y de estar en contacto con el mundo que los rodea. Los integrantes de este municipio tienen acceso a diversos medios, siendo los más importantes los periódicos y revistas, la radio y la televisión.

De acuerdo con la información proporcionada por el INEGI, del total de viviendas (20,849) que había en el año 2000 en el municipio de San Pedro Cholula, 18,134 contaban con un radio o radiograbadora, es decir un 87%. Este medio les permite a los habitantes tener acceso a todas las estaciones tanto de amplitud modulada como de frecuencia modulada, siempre y cuando se encuentre dentro del alcance de la estación de radio. El aparato radiofónico es de gran accesibilidad para cualquier comunidad, ya que es el más económico y, además, puede ser portátil y ser llevado a todas partes.

A pesar de ser un objeto de mayor precio que el radio, el televisor tiene más presencia en las viviendas del municipio. El 88% (18,346) de los hogares de San Pedro Cholula contaban con un televisor en el año 2000. Además del televisor, 8,183, que equivale al 39% de las viviendas, tenían una videograbadora. Aunque esta cifra no es tan alta como el total de televisores, se puede observar un cambio de uso del medio televisivo, ya que, los individuos ahora no ven televisión únicamente sino que también graban los programas de este medio y, además, tienen acceso a ver películas en VHS.

Otro cambio de uso del medio televisivo se puede observar porque, además de recibir la transmisión de los canales locales (canal 3, Televisa Puebla) y nacionales (canal 2, 5 y 9 de Televisa y canal 7 y 13 de TV Azteca), el municipio de San Pedro Cholula también cuenta con servicio de televisión por cable. En el 2003, de acuerdo con el INEGI, un 4% de las viviendas, es decir 840, habían contratado este servicio. Esta nueva tecnología dentro de los hogares, permite a los individuos tener acceso a por lo menos 65 canales más y de diferentes países, lo cual los acerca a otras culturas y otras sociedades.

Tomando todos estos datos desde la perspectiva de las mujeres de San Pedro Cholula, podemos concluir que la mayoría de las mujeres pertenecen a los niveles socioeconómicos D+ y D. A pesar de ser mayoría en el municipio y de representar un mayor porcentaje de alfabetización, la mujer está destinada a dedicarse a las labores del hogar. Por otro lado, el aumento de los divorcios en esta comunidad, ha obligado a la mujer a trabajar para poder mantener a sus hijos, sin dejar a un lado su labor como ama de casa.

A pesar de esto, el hombre sigue siendo el jefe de la familia en la mayoría de los hogares y esto es debido a que la población económicamente activa del municipio está regida principalmente por hombres. Debido a que las mujeres son las que pasan la mayor parte del tiempo en el hogar, son las más propensas a exponerse a los medios masivos, principalmente a la radio y la televisión, ya que estos dos medios forman parte de los aparatos presentes en las viviendas de todos los niveles socioeconómicos.

Conociendo las características demográficas y los medios a los que tienen acceso los ciudadanos de San Pedro Cholula, se tiene una idea más clara acerca de esta comunidad y de su interacción con los medios de comunicación. Como se mencionó anteriormente, el medio de interés para este trabajo de investigación es la televisión, y la interacción de las amas de casa con ésta. Al conocer esta información, teniendo en cuenta el medio de comunicación y las características demográficas de las mujeres de esta comunidad, es posible crear una metodología para poder iniciar el trabajo de campo.

En el siguiente capítulo se describirá la metodología con la que se llevará a cabo el trabajo de investigación. En primer lugar, se explicará la forma en que se llevará a cabo la investigación. Para realizar el análisis sobre los usos y preferencias televisivas de las amas de casa de San Pedro Cholula, se hará uso del método con el cual la antropología estudia las culturas: la etnografía. En el capítulo tres se definirá qué es la etnografía y se mencionarán y definirán las dos técnicas a través de las cuales se realizará el análisis etnográfico: la observación participante y la entrevista a profundidad. Finalmente, se expondrá una breve descripción de las informantes