

5 CONCLUSIONES

En el capítulo anterior se dieron a conocer los resultados de este trabajo etnográfico. Para realizar esto se dividieron los resultados en cuatro partes: rutinas de las amas de casa, las formas en que los integrantes de la familia negocian lo que se va a ver en la televisión, los programas a los que se exponen las amas de casa de acuerdo a su rutina diaria y, por último, los significados que esos programas tienen para cada una de las amas de casa.

Después de haber realizado este análisis, es posible ofrecer las conclusiones que han surgido de esta investigación cualitativa. Es necesario establecer que las conclusiones de este trabajo no pueden ser generalizadas como definitivas para el caso de todas las amas de casa de San Pedro Cholula, ya que los resultados que este estudio encontró tienen valor en el tiempo y espacio que duró la investigación únicamente. Aunque pueden llegar a ser significativos, en ningún momento se consideran representativos de todas las mujeres de esta comunidad.

Para dar a conocer las conclusiones pertinentes a este trabajo, se relacionarán los resultados obtenidos en esta investigación con los cuatro estudios de audiencia explicados en el capítulo uno: David Morley y su estudio con las familias británicas (1988); Janice Radway y su estudio con las mujeres que leen novelas de romance (1991); Margaret Heide y la teleserie “Thirtysomething” (1995); y finalmente, Aimée Vega y su estudio de la elección del voto de las amas de casa mexicanas (2004). También se utilizará el modelo de Stuart Hall de “Encoding/Decoding” para conocer las diferentes lecturas que las amas de casa hacen de un mismo mensaje televisivo. Como ya se mencionó, en este modelo, Hall establece que el receptor puede decodificar el mensaje emitido por un medio tomando tres posturas diferentes: una postura preferente a la codificación del mensaje, una postura negociada y una oposicional.

Al igual que en el estudio de David Morley con las familias británicas (Lull, 1988), en cuanto a las relaciones de poder existentes en las familias, en la investigación con las amas de casa de San Pedro Cholula, se descubrió que el hombre es quien toma la decisión de lo que se ve en la televisión. En el caso de las mujeres que no están casadas, son los hijos los que toman esta decisión. Esto demuestra que, así como en el

análisis de Aimée Vega (Russi, 2004) sobre la decisión de voto de las amas de casa de la Ciudad de México, son ellas las últimas en escoger la programación televisiva en el hogar, accediendo en la mayoría de las ocasiones a lo que el resto de la familia prefiere ver.

Morley explica en su estudio que en las sociedades patriarcales siempre es el hombre quien tiene el poder y que esto se veía reflejado en los discursos de sus informantes al comentar que siempre era el padre quien tenía en sus manos el control remoto (En Lull, 1988). Aunque esto también resultó cierto en mi investigación, también salió a relucir que, en ocasiones, si dos o más hijos estaban de acuerdo con una programación en particular, éstos sí se enfrentaban a la preferencia del padre y trataban de quitarle el control remoto para ser ellos quienes decidieran la programación.

Las formas en que la televisión entra dentro de las rutinas diarias de las amas de casa están relacionadas con el rol social que se le ha designado a las mujeres en las sociedades patriarcales. Así como concluyeron tanto Morley (1988) como Lembo (2000), para la mujer el hogar representa un área de trabajo, incluso cuando tiene un empleo fuera de casa (En Lull, 1988). Este hecho hace que las mujeres no dediquen sus horas de ver televisión únicamente a esta actividad, sino que siempre están realizando parte de sus labores domésticas mientras se exponen al medio.

Por su parte, Janice Radway, en su estudio sobre las novelas de romance (1991), explica que las mujeres dividían los libros que leían en dos categorías: los “libros rápidos”, que son aproximadamente de doscientas hojas y que se leen rápidamente y los “libros gordos”, que reservaban para los fines de semana cuando tenían más tiempo. Haciendo una comparación con estas categorías, se podría decir que los “programas rápidos” para las mujeres amas de casa de San Pedro Cholula son las teleseries, ya que su tiempo de duración es de una hora y ellas consiguen esa satisfacción emocional al llegar a la conclusión de un caso. Los “programas gordos” son las películas, ya que éstas son reservadas para verlas los fines de semana cuando las amas de casa tienen menos interrupciones y pueden disfrutar de estas dos horas de programación.

Como ya se ha mencionado, los programas de televisión ofrecen a las amas de casa temas de conversación con sus familiares y amigos, haciendo de este medio una

herramienta para la socialización. En el estudio de Morley (Lull, 1988) se hace evidente que mientras los hombres no admiten que hablan sobre lo que ven en la televisión, las mujeres sí disfrutan el comentar sobre la programación televisiva con sus amigas y compañeras de trabajo. Aunque no se puede hacer una comparación con los hombres de San Pedro Cholula, sí se puede establecer que al igual que en el estudio de Morley estas mujeres hacen uso de algunos programas de televisión, como los de espectáculos y los de noticias, para tener temas de conversación con las personas que las rodean.

Morley encontró además, que las mujeres hacen poco uso de los aparatos electrónicos como la videograbadora por el hecho de que no se sienten cómodas con los artefactos modernos (en Lull, 1988). En mi estudio este hecho es similar aunque la razón no es la misma, ya que lo que a las amas de casa no les gusta de ver las películas en DVD es la cantidad de horas que tienen que estar atentas al televisor sin poder realizar otras actividades. Esto está relacionado con lo que se decía de las mujeres y la carga laboral que tienen dentro del hogar, lo cual les impide dedicar el tiempo únicamente a ver la televisión.

En cuanto a la creación de significados, todas las amas de casa hacen lecturas diferentes acerca de los programas a los que se exponen. Para entender estas lecturas, es necesario utilizar el modelo de "Encoding/Decoding" propuesto por Stuart Hall, aplicando sus tres posturas a los diferentes programas que ven las amas de casa de San Pedro Cholula. En general, todas las amas de casa hacen lecturas preferentes o negociadas acerca de los programas que ven, casi nunca hacen una lectura oposicional.

Las mujeres de esta comunidad hacen una lectura preferente de las teleresias, ya que llegan a sentirse identificadas con los problemas que tienen las mujeres de los programas, así como también escuchan y siguen los consejos que en ellos se presentan. En otro programa en el que tienen una lectura preferente es en los programas de farándula, ya que consideran que las noticias de las estrellas son verdaderas y, además se entretienen al conocer la vida de los famosos. Las noticias también llegan a tener una lectura preferente por parte de estas amas de casa, ya que se implican en los acontecimientos noticiosos y tratan de darles seguimiento para estar informadas.

Los programas que tienen una lectura negociada son los “talk shows”, ya que casi todas las amas de casa coinciden en que la historia que presentan puede ser real, pero que todo es un montaje donde se les ha pagado a los personajes para salir en el programa. Hay ocasiones en que los programas de noticias pueden tener una lectura oposicional, ya que han tenido experiencias en que los noticiarios han hecho un evento más espectacular de lo que realmente es, y esto las motivó a perder la credibilidad de lo que ven en las noticias.

Al igual que el estudio de Margaret Heide sobre el programa “Thirtysomething” (1995), las amas de casa de San Pedro Cholula se sienten identificadas con las situaciones que enfrentan los personajes de las teleseries como “Mujer, Casos de la Vida Real” y “Lo que Callamos las Mujeres” y su manera de resolverlos. Además, estas amas de casa encuentran en las teleseries una manera de desahogar los problemas que enfrentan las mujeres de este nivel socioeconómico. Es decir, que al igual que las mujeres del estudio de Heide, las amas de casa de San Pedro Cholula consideran que estas teleseries tienen cercanía con su realidad, ya que se identifican con los conflictos, deseos y frustraciones de los personajes de estos programas.

Además de esta identificación, se ve reflejado en las mujeres de mi estudio que “Mujer, Casos de la Vida Real” y “Lo que Callamos las Mujeres” les dan el impulso para tomar acción en las decisiones de su vida, ya sea para aconsejar a sus hijos o para su propio bienestar. Al enfrentarse a situaciones similares a las que han visto en las teleseries, las amas de casa de San Pedro Cholula, recuerdan los casos expuestos en el programa y las formas en que los personajes resolvieron sus problemas.

Estas son las conclusiones arrojadas por este estudio etnográfico. Es necesario establecer que debido al corto tiempo en el que éste se llevó a cabo, y por las pocas oportunidades para realizar el trabajo de campo, los resultados pueden parecer inconclusos en ciertos aspectos. Es por esta razón que es necesario proponer estudios posteriores que ayuden a complementar lo encontrado en esta investigación.

En primer lugar, se recomienda volver a hacer un estudio similar utilizando más mujeres y abarcando los diferentes niveles socioeconómicos mencionados en este trabajo. Aunque los estudios cualitativos no pretenden ser representativos de un

universo como es el caso de los estudios cuantitativos, sí es necesario tomar en cuenta diversas características en los informantes que puedan influenciar el acto de ver televisión. El abarcar más mujeres puede reforzar los resultados encontrados en este estudio y el tomar en cuenta los diferentes niveles socioeconómicos, podría aumentar la variedad de usos, relaciones de poder y significados que las mujeres crean al exponerse al medio televisivo.

Como se pudo observar a lo largo de los resultados de este estudio, las teleseries como “Mujer, Casos de la Vida Real” y “Lo que callamos las Mujeres” son programas significativos para estas amas de casa. Con el propósito de profundizar en los resultados encontrados en esta investigación acerca de las teleseries, se invita a realizar un estudio con las amas de casa de San Pedro Cholula enfocado únicamente a los usos y preferencias de este tipo de programación televisiva.

Para ampliar lo encontrado en este análisis etnográfico, se propone la realización de un estudio enfocado en los usos que los hombres de esta comunidad le dan a la televisión, para contrastar las preferencias televisivas de los hombres con las de las mujeres. Finalmente, se propone realizar un estudio similar con las amas de casa de la Ciudad de Puebla y, de esta manera, contrastar las diferencias en cuanto a la creación de significados a través del medio televisivo de las amas de casa de San Pedro Cholula con los de las mujeres de la Ciudad de Puebla