

2004

Televisión, rutinas y vida cotidiana en mujeres de México, Guadalajara y Monterrey

Consuelo Yarto

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Monterrey.

Juan Carlos Lozano

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Monterrey.

Follow this and additional works at: <https://rio.tamiau.edu/gmj>

Recommended Citation

Yarto, Consuelo and Lozano, Juan Carlos (2004) "Televisión, rutinas y vida cotidiana en mujeres de México, Guadalajara y Monterrey," *Global Media Journal México*: Vol. 1 : No. 1 , Article 4.

Available at: <https://rio.tamiau.edu/gmj/vol1/iss1/4>

This Article is brought to you for free and open access by Research Information Online. It has been accepted for inclusion in Global Media Journal México by an authorized editor of Research Information Online. For more information, please contact benjamin.rawlins@tamiau.edu, eva.hernandez@tamiau.edu, jhatcher@tamiau.edu, rhinojosa@tamiau.edu.

Televisión, rutinas y vida cotidiana en mujeres de México, Guadalajara y Monterrey (1)

[Consuelo Yarto](#) y [José Carlos Lozano](#)
[Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey](#)

Resumen

Basada en los hallazgos de la Cátedra Televisa en el Tecnológico de Monterrey, la ponencia explora la manera en que mujeres de distintas edades, ocupaciones y niveles socioeconómicos integran la televisión en sus rutinas diarias, y cómo varían sus modos de ver televisión y sus preferencias programáticas frente a los hombres. Mediante 1,200 encuestas y 90 entrevistas enfocadas a mujeres de Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, el trabajo muestra cómo la adscripción de género se relaciona en gran medida con los modos de ver y con las preferencias de géneros y contenidos televisivos.

Palabras clave: Televisión, rutina, preferencias, género.

Abstract

Based in the discoveries made by the Cátedra Televisa in Tecnológico de Monterrey, the document explores the way in which women of distinct ages, occupations and socioeconomic levels, integrate television in their daily routines; how they vary in the manners of watching TV, and their program preferences compared to those of men. By means of 1,200 surveys and 90 focused interviews to women from Mexico City, Guadalajara and Monterrey, the work shows how genre attribution is closely related to the ways of watching and the preferences of genres and TV contents.

Key words: Television, routine, preferences, genre.

Introducción

Los patrones de exposición, usos y apropiación de la televisión sólo pueden entenderse en el ámbito más general de las dinámicas familiares (Barrios, 1988; Lull, 1988; Morley 1992; Morley y Silverston, 1994; Morley 1997; González, 1998). La investigación de la audiencia, de hecho, no debe ignorar el contexto doméstico en el que este proceso tiene lugar si se desean comprender determinantes clave relacionados tanto con la selección que hacen los sujetos de ciertos programas, como con las respuestas que dan a los mismos. No hay que olvidar, sin embargo, que estas selecciones y respuestas son direccionadas por múltiples discursos que constituyen la subjetividad del individuo, discursos que pueden coincidir y traslaparse o ser contradictorios entre sí (Radway, 1988).

Tomando como base esa premisa, este trabajo explora la manera como mujeres de distintas edades, ocupaciones y niveles socioeconómicos integran la televisión en sus rutinas diarias, y analiza el grado en que las variables señaladas determinan, de manera significativa, diferentes formas de ver televisión.

Por lo tanto, estudiar cómo ven televisión las mujeres investigadas, antes de proceder al estudio de cómo esas mismas mujeres efectúan diferentes lecturas de determinados programas o géneros, es una etapa que consideramos necesaria para lograr un mejor entendimiento del proceso de recepción.

Método

Buscando un acercamiento al fenómeno desde diversas perspectivas, la investigación incluyó técnicas cuantitativas y cualitativas considerando en ambos casos las variables de edad y nivel socioeconómico y en el caso de las últimas la ocupación.

Durante los meses de marzo y abril de 1999 se aplicaron 1,200 encuestas a mujeres del área metropolitana de las ciudades de Monterrey, Guadalajara y México, a partir de un muestreo aleatorio por conglomerados geográficos o manzanas. La muestra tuvo un margen de error de 5% y un índice de confiabilidad de 95%.

El cuestionario se elaboró a partir de la revisión de la literatura, y para validar el instrumento se realizó una prueba piloto en la que participaron un total de 45 encuestados de la ciudad de Monterrey, N.L. Luego de algunas modificaciones al instrumento se procedió al trabajo de campo.

La parte cualitativa incluyó 90 entrevistas 30 en cada ciudad de las que Lindlof (1995) denomina "entrevistas con respondientes" (p.171), realizadas a partir de un cuestionario estructurado con preguntas directas que permitían una respuesta abierta. Ello nos aseguró cubrir los mismos temas o contenidos con cada sujeto de la muestra, a la vez que posibilitó la expresión de particularidades de cada uno.

En el caso de las entrevistas se decidió considerar sólo dos bloques de edad para la muestra (de 18 a 25 años y de 35 a 50) para diferenciar más claramente las posiciones de jóvenes y adultos.

La aproximación cuantitativa nos permitió obtener datos y tendencias generales sobre las preferencias de programación y las maneras de exposición a la televisión de las mujeres entrevistadas a partir de una muestra representativa y confiable, mientras que la perspectiva cualitativa nos dio oportunidad de "aprender acerca de las diferencias sutiles en las que la gente se involucra con la televisión" (Ang, 1989, p. 96), además de capturar la multidimensionalidad y complejidad de la actividad de la audiencia, superando las limitaciones propias del trabajo cuantitativo.

Feminismo, Estudios de Género e Identidad

Aunque existen variantes de acuerdo a la cultura, la clase social, el grupo étnico o el nivel generacional, la dicotomía masculino/femenino guarda siempre en el imaginario social una relación con la división del trabajo más primitiva: las mujeres tienen hijos y deben cuidarlos, por lo tanto su ámbito de acción es el hogar, lo privado; mientras que los hombres para alimentar a la mujer y los hijos deben salir fuera del hogar, por lo tanto su ámbito de acción es lo público. Adicionalmente, el sistema presenta como constante una subordinación de la mujer con respecto al hombre(2).

Si bien las diferencias sexuales son la base para la distribución de los papeles sociales, y esta asignación no se desprende de la biología de manera natural sino que es un hecho social, es importante subrayar que, con el tiempo, este hecho social adquiere tanta fuerza que termina pensándose como natural, pues como apunta Radway (1988) "Nuestras concepciones pueden estar validando nuestra situación social, mientras ocultan el origen material y social de la misma" (p. 362).

Para Conway, Bourque y Scott (1996), la producción de formas culturalmente apropiadas respecto al comportamiento de los hombres y las mujeres es determinada por la autoridad social, y está mediada por la compleja interacción de instituciones sociales, dentro de las cuales la familia y los

medios de comunicación juegan un papel determinante.

Así, los sistemas de género no representan la asignación funcional de papeles sociales biológicamente prescritos, sino un "medio de conceptualización cultural y organización social" (Conway et al, p. 32). De ahí que la identidad del individuo no se piense, en esencia, como una propiedad intrínseca del sujeto, sino como una construcción de carácter relacional e intersubjetivo que requiere no sólo de la autopercepción del sujeto en relación con los otros, sino también del reconocimiento y la aprobación de esos otros (Giménez, 1997).

Desde esta visión, la identidad femenina es una construcción cultural que se asume y se reafirma sólo en relación con la identidad masculina, en un proceso de interacción social que implica con frecuencia una relación desigual: una relación de diferencia de poder.

Ahora bien, asumirse como mujer implica compartir, al menos en parte, el núcleo de representaciones sociales que caracteriza y define a las mujeres, entendiendo aquéllas como "construcciones simbólicas que dan atribuciones a la conducta objetiva y subjetiva de las personas" (Lamas, 1996c, p. 340), y que sirven "como marcos de percepción e interpretación de la realidad, y... como guías de los comportamientos y prácticas de los agentes sociales" (Giménez, 1997, p. 15).

De lo anterior se desprende que cualquier práctica social ver televisión, por ejemplo está enmarcada en el contexto de representaciones sociales de los diversos grupos que conforman la identidad del individuo, y que estas representaciones se construyen dentro de determinadas estructuras de poder.

Así, el estudio de la actividad de ver televisión por parte de las mujeres debe tomar en cuenta tanto el contexto social en el que tiene lugar dicha actividad el hogar de manera primordial, como los rasgos distintivos de los sujetos que conforman esa misma audiencia la identidad femenina, ya que ambos inciden en las perspectivas y puntos de vistas que las mujeres desarrollan con respecto al medio y sus contenidos. Esto significa, en resumen, contextualizar el proceso de recepción.

La práctica de ver Televisión

Ver televisión es probablemente una de las experiencias que podemos considerar común para la gran mayoría de los hombres y mujeres de la segunda mitad del siglo XX, independientemente de su nacionalidad, nivel socioeconómico, preferencia religiosa o ideología política.

Sin embargo, aunque "ver televisión" es, en esencia, situarse frente a un aparato encendido, dicha actividad puede presentar múltiples variantes dependiendo de características personales como la edad, sexo, intereses o disponibilidad de tiempo; de cuestiones materiales, como el número de aparatos existentes, el tipo de señal que se recibe o el espacio físico donde tiene lugar la acción; y de factores culturales, como las costumbres o prácticas sociales que rigen la actividad en un lugar y tiempo determinado.

El cruce de estas variables arroja un número de posibilidades difícil de cuantificar, por lo que hablar de ver televisión como si hubiera una forma única de hacerlo, resulta peligroso. Y pretender determinar los efectos que ver televisión tiene sobre el público, como si ello significara lo mismo para todos, resulta más arriesgado aún.

Al respecto, Lindlof y Traudt (en Morley, 1992), señalan el error de muchos investigadores que buscan describir las causas y las consecuencias de ver televisión el "por qué" sin tener un entendimiento adecuado del fenómeno el "qué" y el "cómo", dejando sin contestar muchas preguntas relacionadas con lo que el acto de ver televisión conlleva.

Los estudios muestran que ver la televisión de manera atenta es la forma menos común de ver, y que la gente acostumbra realizar otras actividades como comer, fumar, tejer, zurcir, hacer tareas

de limpieza, arreglarse, estudiar, leer el periódico, conversar o hacer el amor (Fiske, 1987; Collet en Alen, 1992; Gunter y Svennevig en Morley y Silverstone, 1994; Covarrubias, Bautista y Uribe (1994)) al mismo tiempo que ven la televisión. Incluso, es usual que se levanten, salgan de la habitación y luego regresen (Lull y Sun, 1988).

Sobre el mismo punto diferentes maneras de ver televisión Lull (1988) destaca que este proceso está influido por factores de tipo cultural (actitudes culturales de la audiencia hacia el medio), factores relacionados con el contexto doméstico donde tiene lugar la acción (incluidos los miembros de la familia y el espacio físico), y aspectos relacionados con la personalidad de los individuos, y añade que "diferentes tipos de programas despertarán diferentes estilos de ver televisión para diferentes personas, en diferentes horas del día" (p. 252).

En esa línea, Livingstone (1993) apunta que la diversidad de contextos sociales en los que se ve televisión, la naturaleza variable del involucramiento de los televidentes dependiendo del programa o del género y la proliferación de nuevas tecnologías, han transformado la práctica de ver televisión en una actividad que es esencialmente diversa y dependiente del contexto.

Resultados

En el caso específico de la mujer, cuyo consumo de televisión se realiza principalmente en el hogar y por lo general como parte de las rutinas domésticas diarias, Charles (1995) distingue tres esquemas de ver televisión: de manera individual, en familia y en pareja.

El esquema individual se asocia con mujeres que se dedican exclusivamente al hogar y se quedan solas buena parte de la mañana mientras los hijos se van a la escuela y el marido al trabajo, por lo que la televisión les sirve de compañía mientras realizan labores de limpieza o preparan la comida. Los resultados de las 90 entrevistas focalizadas ilustra este tipo de conclusiones. Una de las informantes, de 39 años y nivel socioeconómico bajo, comentó:

"Mi televisor allí en mi casa es una compañía, sobre todo cuando estás sola". (Sandra)

En la mayoría de los casos el aparato permanece encendido para oírlo sin prestarle verdadera atención (McQuail, Blumler y Brown, en Fiske, 1987; Barrios, 1988; Edwards, 1989; Llano, 1992; Fuenzalida, 1993; Charles, 1995), sirviendo como telón de fondo para otras actividades.

"Más bien la escucho que verla, como de fondo... no le pongo mucha atención en la mañana" (Silvia, 50 años, nivel AB).

Sólo esporádicamente la mujer se detiene a ver rápidamente algo que le parece interesante, pero por lo regular sin dejar sus otras ocupaciones:

"Si hay algo del tiempo, o de algo que pase así trágico, pues si me pongo a... (ver); si no, nomás estoy oyendo, pero sigo lo que estoy haciendo" (Rosalía, 35 años, nivel AB).

Este "oír" más que "ver" la televisión es una práctica común durante las mañanas, cuando el carácter ligero de muchos programas permite atender la emisión sin dejar de realizar las labores domésticas (Fuenzalida, 1993). Pero como señalan algunas de las entrevistadas esta situación es más obligada que elegida, pues:

"En la cocina no puedes estar viendo televisión, nada más estás oyendo" (Magda, 50 años, nivel AB).

"Ya estando ahí en la cocina, muchas veces nada más la estoy escuchando; está uno haciendo la comida" (Laura, 42 años, nivel C).

En el esquema familiar, la televisión está encendida mientras la mujer se ocupa de terminar sus

labores domésticas de la tarde, por lo que debe compartir su atención entre lo que falta por hacer, las conversaciones familiares con los hijos y alguna película o telenovela vespertina.

"Pues sí, porque cuando me ocupo pues no los veo, pero... si no me voy a ocupar trato de verlos; si estoy aquí... y veo que voy a poder ver la televisión me siento a verla. Así como con la telenovela que hago algo rápido y me voy y me siento y que nadie me moleste. Trato de que no me interrumpen con mis programas" (Juanita, 38 años, nivel DE).

Por lo regular, a esta hora la mujer puede seleccionar los programas que quiere ver no sin antes tener que negociar con algún otro miembro de la familia:

"Cuando vemos la televisión mi familia y yo ellos escogen lo que quieren ver, pero como... saben que a mí me gustan mis programas, cuando yo estoy me dejan verlos y ven lo que a mí me gusta" (Irene, 38 años, nivel DE).

La recepción en pareja tiene lugar por la noche o durante los fines de semana, y generalmente es el hombre quien elige qué se ve mientras la mujer debe adaptarse a la selección que hace el marido, efectuando lo que Morley denomina una visión forzada.

Nuestro estudio parece confirmar este supuesto, pues aunque los resultados de las encuestas señalan que el porcentaje de mujeres que manifiestan ver lo que otros deciden es muy bajo 4% en nivel DE, 2% en nivel C y 1% en nivel AB y la mayoría de las entrevistadas aseguran decidir qué es lo que ven en especial durante el día, sus respuestas apuntan a que, al llegar la noche, sus parejas o padres toman el control de la televisión ya sea en forma autoritaria o con la anuencia de ellas mismas.

"Por lo regular, en la noche, él es el poder absoluto en la tele" (Patricia, 40 años, nivel DE).

"El fin de semana mi esposo decide qué se ve" (Rebeca, 47 años, nivel C).

"Si hablamos de fin de semana y está el esposo, pues lo dejo como que fuera él el dueño de la televisión. Entonces me pongo a ver lo que él escogió" (Olivia, 41 años, nivel AB).

Aunque nuestro estudio no se enfoca a la familia ni a la pareja como unidad de análisis, sino a la mujer en lo individual, buscaremos contextualizar cómo se articulan las prácticas femeninas de ver televisión dentro de la casa, ya que, como señala Morley (1997), el consumo televisivo de las mujeres se inscribe mayormente dentro de las estructuras de comunicación doméstica, "en donde se entretajan los esquemas de comunicación propios de la dinámica familiar, las nuevas tecnologías de comunicación y las redes de conversación con familiares y amigos" (p. 31).

El hogar, el Poder y Modos de Ver Televisión

Dado que tradicionalmente el lugar "natural" de la mujer es el hogar, y que la televisión es un medio preeminentemente doméstico, es en este espacio donde debemos analizar en primer término la relación entre ambas.

El espacio físico en el que viven las personas tiene un significado cultural que incide en la manera como se establecen las rutinas familiares domésticas, que dan por resultado discursos sociales diversos que soportan distintas lecturas y maneras de ver televisión (Lull, 1988; Silverstone, 1994).

Factores materiales como la disponibilidad de una mayor o menor cantidad de espacio físico, el número de aparatos en la vivienda, y la localización de los mismos, ejercen una influencia importante no sólo en las distintas manera de ver televisión (Lindlof y Traud, en Morley 1992), sino también en quién ve y cuándo (Bryce y Leichter, en Barrios, 1988).

De esta manera, mientras en hogares que cuentan con espacios amplios y varios aparatos en uso

la actividad de ver televisión tiende a ser personal y existen grandes posibilidades de que cada miembro pueda ver sus programas preferidos por lo que se elimina casi cualquier fuente de conflicto, en hogares donde el espacio es reducido y se cuenta con un solo televisor, se hace necesario un proceso continuo de negociación interpersonal para poder satisfacer las demandas de todos, y ver televisión se convierte en una actividad necesariamente social la mayor parte del tiempo.

Los procesos de negociación varían de familia en familia y en ocasiones implican una serie de complejas actividades de comunicación que involucran las relaciones de estatus en la familia, el contexto temporal, el número de aparatos disponibles y las reglas que rigen la dinámica familiar (Lull, 1988).

Así, el estudio de los patrones de consumo de la televisión debe ser ubicado dentro de un análisis sociológico del escenario doméstico en el cual esta actividad tiene lugar, ya que "las prácticas de ver televisión serán significativamente diferentes en distintos tipos de hogares, y éstas diferencias serán incomprensibles sin la referencia a las determinaciones ejercidas por la naturaleza del espacio doméstico" (Morley, 1992, p.164).

Ahora bien, en el modelo dominante de relaciones de género de nuestra sociedad, el hogar es considerado el espacio de trabajo de la mujer en oposición a lo que se considera el espacio de descanso para el hombre. Esta posición, que tiende a prevalecer incluso en los casos en que la mujer trabaja fuera de la casa, impacta en gran parte de sus actividades y rutinas domésticas, incluida la de ver televisión (3).

La diferenciación de roles con base en el trabajo dentro o fuera del hogar, y el poder desigual adscrito a cada uno de ellos, puede explicar, en parte, las diferentes maneras de ver televisión que exhiben hombres y mujeres.

Para el hombre, llegar a su casa significa llegar a su lugar de descanso; y ver televisión de manera concentrada y sin interrupciones (Brundson, en Seiter et al, 1991; Morley, 1992), le permite desconectarse completamente del estresante mundo del trabajo.

Al respecto, las entrevistadas coinciden en que los hombres gustan de ver televisión vestidos cómodamente o desvestidos, acostados o tirados sobre los cojines, con los pies arriba de la cama o el sofá, disfrutando de un merecido momento de descanso después de la jornada de trabajo.

Una de ellas nos refiere los comentarios de su esposo:

"Yo estoy en mi casa, estoy descansando" (Irene, 38 años, nivel DE); mientras otra señala:

"Cuando mi papá está viendo televisión, no le hables, no le molestes... Si tú le dices: papá necesito esto... ¡Chihuahua! que no estás viendo que estoy viendo la televisión, no puedes buscarme en otro espacio, otro lugar, estoy descansando" (Sara, 25 años, nivel C).

Para las mujeres, en cambio, el hogar representa su lugar de trabajo; a ellas el aparato les roba tiempo que deberían dedicar a sus labores como madres, esposas o amas de casas, por lo que la actividad de ver televisión distraída y de pasada es compartida generalmente con otras ocupaciones (Ang, 1989; Seiter et al, 1991; Luna, 1992), como recoger, sacudir, barrer, lavar, planchar, zurcir, guardar la ropa, preparar los alimentos, dar de comer o sacar cuentas.

"Porque de mujer, estás viendo la tele y estás al pendiente de que... si tienes familia chica, el niño; ya puse los frijoles a cocer, y que chécame los frijoles o que haz la cena; y el hombre no, el hombre ya no más se acuesta, y se acuesta a sus anchas porque él ya cumplió con su trabajo de la calle" (María, 38 años, nivel DE).

De esta manera, mientras el hombre ve la televisión de manera fija, en silencio y sin interrupciones:

"Los hombres la ven con más atención porque ya llegan a la casa y ya terminaron su labor" (Eugenia, 43 años, nivel AB);

la mujer, en particular la casada y con hijos, la ve de manera distraída, comentando lo que sucede y haciendo otras cosas (Lull, 1998; Morley, 1991):

"Ellos sí se sientan y le prestan toda la atención y las mujeres no..., como que también estamos haciendo otras cosas" (Marcela, 19 años, nivel C).

Aunque estos modelos reflejan distintas maneras de cómo ven televisión hombres y mujeres, las diferencias sobre los hábitos televisivos masculinos y femeninos no pueden ser atribuidas a las características biológicas que los identifican como tales, sino que pueden considerarse efectos de los particulares roles sociales que esos hombres y mujeres desempeñan dentro del hogar, y el poder otorgado a cada uno de acuerdo a su género y edad (Morley, 1991).

Brundson (en Morley, 1992, p. 146) señala que, lo que la investigación empírica arroja como modo masculino o femenino de ver televisión, es en realidad una cuestión de poder. Poder tradicionalmente detentado por el hombre, y cuyo origen podríamos rastrear a través de las teorías patriarcales. Poder que determina, en ciertos casos, qué es lo que ve la mujer:

"Mi papá es el que pone y ahí vemos lo que está viendo él" (Marcela, 19 años, nivel C), o cómo y dónde puede verlo.

"Mi mamá está viendo sus novelas pero tiene que ir a lavar o tiene que hacer la comida, y en lo que está haciendo, ahí se va y le echa un vistazo a la tele y se regresa; si por ella fuera tendría la televisión en la cocina, pero es por mi padre que no nos deja" (Sara, 25 años, nivel C).

Ang (1991) apunta que lo que denominamos hábitos televisivos no constituyen en sí mismos un conjunto de características fijas exhibidas por un individuo o grupo de individuos, sino que más bien son el resultado temporal de un proceso dinámico de relaciones hombre/mujer, siempre cruzadas por "el poder, la contradicción y la lucha" (p. 109).

De esta manera, los modos de ver televisión de hombres y mujeres no deben verse como experiencias separadas o discretas, expresiones de una naturaleza femenina o masculina, pues representan una forma de materialización de las relaciones de poder dentro del hogar.

Este tipo de visión femenina fragmentada y desconcentrada tiende a modificarse dependiendo de la edad, la ocupación y el nivel socioeconómico, pues más mujeres jóvenes dicen poder ver los programas de manera concentrada, las solteras tienen menos obligaciones y pueden ver sus programas favoritos sin interrupciones, y las mujeres de niveles económicos altos, al disponer de ayuda doméstica, gozan de más oportunidades para ver televisión sin tener que realizar otras labores al mismo tiempo.

Desafiando el poder

En hogares donde se cuenta con dos o más aparatos pocas entrevistadas dicen tener una sola televisión en su vivienda, y es común que haya tres y cuatro independientemente del nivel socioeconómico la mujer tiene la opción de cambiarse de cuarto para ver los programas que ella prefiere, y en esos casos el poder masculino se ejerce forzándola a salir de la habitación.

"Cuando estoy con mi esposo él es el que pone. Si él va a poner un programa que no me gusta, me voy al cuarto de Rosy..., y ella sí me deja ver, o veo yo lo que ella está viendo" (Juanita, 38 años, nivel C).

"Yo siempre escojo lo que quiero ver, porque como hay otra televisión no tengo que

estar viendo. Si no quiero ver lo que él ve, me voy a otra televisión..., y ya cuando me voy a dormir me regreso; así que sentarme muy obediente a ver lo que él quiere..., no". (Rosa, 48 años, nivel AB).

Lo anterior refuerza la idea de que los patrones femeninos y masculinos de ver televisión sólo pueden entenderse desde una perspectiva relacional, y que cada uno es, en cierta medida, constitutivo del otro. En ese sentido, los esquemas como la mujer ve televisión deben ser estudiados en el contexto de subordinación que tiene con respecto al hombre.

Algunas de las participantes parecen haber desarrollado ciertos mecanismos de resistencia, negociación e incluso de justificación, con respecto al poder que ejercen sus parejas en la selección de programas, mismos que exhiben con diferentes grados de intensidad.

La resistencia estaría asociada con la búsqueda de otro espacio donde poder ver un programa diferente:

"Yo no me siento ahorita con Ricardo para estar viendo lo que (él) está viendo; no, mejor me voy a otra tele y prendo lo que yo quiero ver" (Socorro, 46 años, nivel AB).

Mientras que la negociación dependería básicamente de las circunstancias y el tipo de relación entre la pareja:

"Cuando es un programa que ya él lo está viendo, pues ya no le digo nada; pero ya cuando está un programa que yo veo que él no le está poniendo atención y la tele está (prendida), pues yo le cambio; El me dice ¿por qué le cambias?, yo estoy viendo eso. Ay, no seas mentiroso Carlos, andas allá atrás. ¿Cómo que estás viendo el programa?, entonces ya le digo eso y ya me deja que le cambie" (María, 38 años nivel DE).

En cuanto a la justificación, esta puede apelar a la armonía familiar:

"Muchas veces me adapto también a lo que está viendo, para que de esa manera también sea una conexión; o sea, que la televisión no nos separe" (Olivia, 41 años, nivel AB);

a la consideración que merece el marido que trabaja todo el día:

"Sí, él (escoge), porque como es un rato nada más que ve la televisión, entonces ya... y yo me ocupo de otras cosas" (Patricia, 40 años, nivel DE);

o simplemente al hecho de que él es quien manda:

"El quiere ver eso, él ve. La novela que se pase" (Martha, 35 años, nivel DE).

Quizá por eso algunas mujeres disfrutaban ampliamente aquellos horarios en los que la televisión es para ellas solas, y pueden gozar de su programa o programas favoritos sin tener que estar pendientes de los deseos, las necesidades o las preferencias de los otros (Barrios, 1998; Muñoz, 1994).

Una de las entrevistadas señala enfáticamente:

"Quisiera verla más seguido sola" (Olivia, 41 años, nivel AB);

mientras otra, en una posición más conciliadora apunta:

"Pues me gusta verla (sola). Si están conmigo y les gusta lo que estoy viendo pues sí, sí me gusta que estén conmigo. Pero si estoy sola... no me siento mal" (Laura, 42 años, nivel C).

Sin embargo, esa misma situación, tan deseada y gozada por algunas, trae para otras una especie de placer culpable que incide en la manera distraída como ven televisión muchas mujeres:

"Concentrada, concentrada, no. Estoy pensando, que voy a hacer esto mañana y que voy a hacer lo otro" (Martha, 35 años, nivel DE),

y haciendo varias cosas al mismo tiempo:

"Veó el programa mientras voy doblando la ropa" (Juanita, 38 años, nivel DE) para de esta forma:

"No estar perdiendo el tiempo nada más viendo televisión" (Sandra, 39 años, nivel DE).

Pero como señala Brundson (en Morley, 1991, p.149), no es que la mujer no quiera ver la televisión de manera atenta o concentrada, sino que su posición dentro del hogar lo hace casi imposible pues, como explica una de las entrevistadas:

"En mi casa, no falta que suene el teléfono, que tocaron a la puerta, que el niño te pidió algo; o sea, no sales de tu rutina de trabajo y es difícil que te claves totalmente en X película por ejemplo" (Olivia, 41 años, nivel AB).

Con relación a esto, el trabajo de Radway sobre lectoras de novelas rosa en Inglaterra pudiera ofrecer algunas consideraciones de interés. Ella encuentra que, a través de la lectura, las mujeres eluden las exigencias de su papel doméstico escapándose a un mundo de romance y fantasía sexual en lo que consideran uno de sus raros momentos de privacidad dentro del hogar, y va más allá al señalar que ello constituye un gesto de protesta contra las estructuras de su vida diaria, dentro de una sociedad patriarcal (en Seiter et al., 1991; en McRobbie, 1997).

Sin embargo, en el caso de las mujeres entrevistadas, los resultados no evidencian que éstas utilicen la televisión para escapar de sus deberes domésticos y, por el contrario, la actividad de ver televisión es frecuentemente compartidas con otras obligaciones del hogar, principalmente en los niveles medio y bajo.

Al respecto, los resultados de la encuesta indican en estos dos niveles que alrededor del 35% de las mujeres dijeron realizar actividades domésticas frecuentemente cuando ven televisión, contra sólo 23% de nivel alto. Por el contrario, el 40% de las mujeres de nivel AB nunca realizan actividades domésticas cuando ven televisión, mientras que para los niveles C y DE los porcentajes son de 31% y 30% respectivamente.

Las diferencias con los hallazgos de Radway pudieran explicarse por las características y exigencias de ambos medios, ya que mientras el libro requiere mayor concentración por parte de las lectoras para su disfrute, muchos de los programas de televisión se estructuran de manera que no exigen a las televidentes una atención constante:

"A esa hora, entonces, me estoy arreglando y, o sea, en ratitos lo estoy viendo, en anuncios me sigo maquillando, y otra vez empieza y dejo de hacer lo que estoy haciendo, en anuncios me pongo los tenis..." (Erica, 20 años, nivel DE).

La movilidad que permiten algunos géneros televisivos las telenovelas y los programas misceláneos, por ejemplo, parece ser un rasgo muy apreciado por las mujeres entrevistadas, pues les da la oportunidad de hacer otras cosas e irse y regresar en repetidas ocasiones, sin perder el hilo de la trama.

Una de ellas comenta:

"La veo así, tantito, y luego ya me voy a volver a hacer (sus labores); y capto enseguida todo

de lo que se está tratando (Angelina, 35 años, nivel DE). Otra señala: "De repente me levanto y hago esto, me levanto y hago lo otro y me gusta..., no pierdo el hilo de lo que estoy viendo" (Irene, 38 años, nivel DE).

Nuevamente se refuerza la idea de que los diferentes estilos de ver televisión no obedecen a las características biológicas del hombre o la mujer como tal, sino más bien a los roles masculino y femenino dentro del contexto doméstico.

El control remoto

Otro factor que subraya las diferencias de género preestablecidas en el hogar, y que reafirma el poder del hombre sobre la mujer con respecto a la televisión es la posesión del control remoto del aparato.

En su estudio sobre el manejo del mismo en los Estados Unidos, Lull (1988) encontró que el padre es nombrado por los otros miembros de la familia como quien más tiempo tiene el control y el que por lo regular decide qué se ve; y los resultados obtenidos por Morley (1991) entre familias inglesas de clase baja son similares.

Las respuestas de las mujeres entrevistadas confirman este supuesto, pues la mayoría sostiene que el hombre (esposo o padre) es quien generalmente maneja el control cuando está en el hogar.

"Siempre veo a mi papá con el control en la mano" (Claudia, 23 años, nivel DE).

"A la hora en que él llega, él toma el control" (Patricia, 40 años, nivel DE).

"El señor de la casa (es) el dueño del control remoto" (Nicolasa, 42 años, nivel C).

Existen casos extremos como el de Carlos que:

"Lo pone debajo de la almohada, y yo cuando ya despierto, o ya prendió la tele, o le quiero apagar, le ando arañando el control; a veces lo esconde pa'no (prestarlo); pero él casi siempre tiene el control (María, 38 años, nivel DE).

La explicación que da Olivia a esta expresión de poder masculino es la siguiente:

"Ellos se posesionan de él (el control) y no lo sueltan...; o sea, como que quieren llevar el control precisamente de la situación" (41 años, nivel AB).

La apropiación masculina del aparato parece llevar implícito el mensaje de que el equipo se compró con su dinero, y por lo tanto es su prerrogativa mantener el control (Sorlin, 1994).

Morley (1991) indica que las excepciones a este patrón de dominio del hombre sobre el control remoto se localizan en aquellas familias en las que la mujer es la que trabaja fuera y el marido se queda en el hogar, lo que pone de manifiesto, una vez más, que la posición de poder que parece "tan natural" al hombre no está basada simplemente en los atributos biológicos masculinos, sino, más bien, en una definición social de la masculinidad en la cual la posición de sostén de la familia es un elemento constitutivo importante.

Por otra parte, a diferencia de los resultados obtenidos por el mismo Morley quien señala que ninguna de las mujeres entrevistadas para el estudio de Family Television usaba el control remoto de manera regular, nuestros hallazgos apuntan que, aún cuando para las entrevistadas es poco común disponer del control por las noches, la mayoría de ellas lo maneja de manera regular durante el día.

Sin embargo, el uso que hacen del mismo presenta marcadas diferencias con respecto a los

hombres, especialmente entre las mujeres adultas.

"A los hombres no les interesa en realidad el programa, sino ver si sirve el control; yo, si estoy viendo algo, le cambio en comerciales, pero él constantemente le cambia y hasta se pierde la continuidad; puede estar viendo 3 programas al mismo tiempo o 3 películas y le está cambiando aunque se pierda pedacitos" (Irma, 32 años, nivel C).

Este rasgo distintivo masculino de cambiar continuamente de canal se presenta de manera consistente en los tres niveles, provocando molestia e incomodidad en sus parejas.

"Apenas estoy emocionada viendo algo y él le cambia y le cambia" (Juana, 38 años, nivel DE).

"Hay veces que yo le digo, "ya no le estés cambiando, por favor", déjame ver la película" (Laura, 42 años, nivel C).

"El control lo trae mi esposo y le da vuelta a todos los canales y nunca encuentra un programa que ver, entonces me dice 'a ver si tú encuentras algo', y yo siempre encuentro (Eugenia, 43 años, nivel AB).

El manejo del control, y la forma de ver televisión asociada con él, parecen contradecir la idea de que los hombres ven la televisión de manera fija y concentrada, pues como señala Eugenia:

"(A) los hombres yo no les he podido encontrar cuál gusto tienen..., porque se la pasan con la manía de estar cambie y cambie y no ven ningún programa... Yo te digo porque así con todas mis amigas que platico es lo mismo; así se la pasan... cambiándole, se fastidian, dejan el control y se duermen... no vieron nada... puros pedazos...; eso si, le dieron la vuelta a los sesentaitantos canales que hay" (43 años, nivel AB).

En la misma línea, otras mujeres señalan:

"Los hombres no ven nada completo, siempre le están cambiando, nunca ven algo completo de principio a fin, es imposible ver la tele con un hombre " (Mónica, 24 años, nivel AB).

"El no aguanta estar viendo un solo programa; le pone, le cambia al 20 y a otros, no aguanta" (Rebeca, 47 años, nivel C).

Los comentarios de las entrevistadas parecieran apuntar, que la manera atenta, concentrada y sin interrupciones que caracteriza el estilo masculino de ver televisión, pudiera estar quedando en el pasado.

Otros hallazgos parecen indicar que el dominio del hombre sobre el control remoto parece enfrentar la competencia de las mujeres jóvenes, especialmente las que pasan buena parte del día en su casa, quienes expresan su creciente afición a la posesión del mismo para saltar de canal en canal atendiendo varios programa a la vez.

"Y le cambio y le cambio y me regañan, pero le cambio y le cambio, no puedo estar en un canal" (Alejandra, 19 años, nivel AB).

"En los anuncios de lo que yo estoy viendo, me gusta estar viendo que hay en los demás canales" (Penélope, 25 años, nivel C).

"Si alguien está en la tele y la está manejando (con el control) yo me voy a otra tele, pero yo tengo que manejar" (Mónica, 24 años, nivel AB).

Habría que profundizar si ésta es una conducta momentánea atribuible a su edad, o si la tendencia se mantiene entre estas jóvenes una vez que establecen sus propios hogares y adquieren el rol de

ama de casa, dado que muchas de ellas están en contacto con el control remoto de la televisión desde pequeñas.

Espacio familiar y rutinas domésticas

Algunos autores señalan que la televisión ha reorganizado el espacio de reunión familiar convirtiéndose en un intruso que interfiere en los patrones de interacción al interior del hogar creando un espacio centrífugo que avanza hacia el público e interfiere en la privacidad real de la casa, y que desintegra la cohesión propia de la familia al inhibir la conversación entre sus miembros (Seiter, 1992; Gubern, 1997; Sodré, 1997).

Aunque no parece ser algo común, en hogares de nivel bajo, donde el espacio es reducido y hay una sola televisión, ésta puede reorganizar el espacio familiar modificando la disposición del mobiliario e impactando sobre algunas rutinas domésticas.

"De hecho yo quité la mesa de un cuarto de en medio que había, porque tenía la mesa en la cocina; de la cocina la pas  al cuarto de en medio; aunque no me crea, del cuarto de en medio la pas  a la sala porque era todo un pleito porque todos querían comer viendo televisión. Y era un pleito, era un pleito, hasta que llegó un momento en que dije: 'no,  ya fue mucho!', mejor les voy a quitar la mesa porque es mucho lugar que ocupa aquí y compr  una así de éstas (mesita de servicio); y todos, hasta yo, como en la sala viendo la televisión; sí, todas, todos, viendo la televisión, comiendo" (Patricia, 40 años, nivel DE).

Por el contrario, en hogares donde hay más espacio y es común tener varios aparatos incluso uno en cada habitación, la televisión parece afectar más los patrones de interacción familiar al ofrecer a los miembros la posibilidad de alejarse para ver "su" programa, en alguno de los otros televisores de la casa.

Esto sucede principalmente entre mujeres jóvenes:

"En caso de que alguien más escoja me voy a mi cuarto y veo mi tele" (Margo, 19 años, nivel AB).

"Casi nunca soy yo (la que decide), siempre me tengo que cambiar de televisión" (Penélope, 25 años, nivel C).

"Cuando no se puede entre todos, pos uno en una tele y otro ve en otra" (Gabriela, 19 años, nivel DE).

y aunque la práctica se presenta también entre mujeres adultas, es menos frecuente en mujeres de nivel bajo.

"Si alguien est  viendo algo que no (me gusta), pues me cambio de televisión, tan fácil" (Magdalena, 50 años, nivel AB).

"Si se est  acabando (el programa), ya me vengo yo al otro cuarto y le prendo" (Rebeca, 47 años, nivel C).

"Pos él si ya "ta" viendo la película, me "va" a otra tele, a la novela sola" (Martha, 35 años, nivel DE).

En sentido opuesto, Barrios (1988) encuentra que, entre algunas familias venezolanas, ver televisión es la única actividad compartida durante el día, y que los programas vistos en común propician el acercamiento físico y ofrecen un tema de conversación entre cónyuges y entre padres e hijos.

Nuestros hallazgos parecen apoyar, en parte, también esta hipótesis, pues la mayoría de las entrevistadas dicen comentar lo que ven con sus esposos e hijos, padres o hermanos, tanto en lo que se refiere a noticias como a series de comedia, películas o telenovelas:

"Comentamos la temperatura que va a haber del día... pues que va a hacer calor. Si hay algún incidente, oiga ¿supo del accidente?; o que ha habido un... un robo ¿verdad? en alguna parte; que mataron a alguien" (Laura, 42 años, nivel C).

Otras investigaciones coinciden en que la televisión no sólo ejerce su influencia sobre el espacio físico y los patrones de comunicación familiar, también la organización temporal de las rutinas domésticas labores de limpieza, horarios de comida, períodos de sueño, tareas escolares, momentos de charla, se ven modificadas, en mayor o menor grado, por la presencia de la televisión (Seiter et al, 1991; Lull, 1992; Morley, 1992; Covarrubias, Bautista y Uribe, 1994; Morley, 1997).

En World Families Watch Television, Lull (1988) reporta como en la India y China los tiempos relacionados con la preparación e ingestión de alimentos se han modificado por la presencia del aparato de televisión en los hogares; lo mismo sucede entre las mujeres venezolanas y colombianas quienes adelantan la preparación de los alimentos o hacen aprisa sus quehaceres para poder ver la novela (Barrios, 1988; Muñoz, 1994); o las mujeres inglesas que adelantan o retrasan la hora del té para poder ver Crossroads (Hobson en Fiske, 1987).

Sin embargo, en el caso de las mujeres entrevistadas, la mayoría coincide en que ellas no organizan sus actividades diarias alrededor de la televisión y que más bien la ven cuando tienen tiempo.

Son raras las ocasiones en que cambian el horario de sus labores domésticas por ver un determinado programa:

"Si hay alguna película interesante ahí si puedo decirte que a veces digo... voy a hacer la cena a tal hora para que a esa hora esté lista... y podamos ver el programa de televisión o la película. Pero es raro" (Rosario, 27 años, nivel C).

y lo hacen siempre y cuando no se afecte a la familia:

"Pues ahora programo la cena antes o después de la novela... lo único que pasa es que si estoy viendo la novela esa de "La vida en el espejo" les digo: "Espérate a las 9 y cuarto, espérate a las 10 para que ya cenemos, ¿no?". Pero pos, no tengo niños chiquitos ni nada así como que me preocupe, o que tuviera que darles a unos sí y a unos no; todos están llegando cerca de las 10, así que no les perjudico más" (Rosa, 48 años, nivel AB).

Aunque algunas buscan hacer coincidir sus momentos de descanso o ciertas labores en las cuales pueden ver televisión con el horario de sus programas preferidos, no tienden a estructurar sus actividades en torno a ciertos géneros o series, ni los usan como referencia para sus tareas cotidianas.

Conclusiones

Con base en el análisis de las encuestas y entrevistas podemos concluir que, para la muestra estudiada, las maneras de ver televisión de hombres y mujeres dentro del hogar difieren de manera importante, aunque ello parece deberse a sus respectivos roles de género dentro del ámbito doméstico más que a las diferencias biológicas que los distingue como tales (Ang, 1990; Brundson, en Seiter et al, 1991; Morley, 1992).

La atención desconcentrada y compartida que prestan las mujeres a la televisión y el uso que hacen de tecnologías como la videocasetera y el control remoto, parecen estar relacionados con su

posición como esposas y madres, posición frecuentemente marcada por la desigualdad y subordinación (Lull, 1998; Morley, 1992; Fuenzalida, 1992, 1993; Muñoz, 1994) con respecto a quien es considerado el sostén económico de la familia.

Entre mujeres jóvenes, particularmente de nivel alto y medio, este estilo de "ver televisión" parece estar cambiando hacia una atención más concentrada, mayor poder de decisión sobre los programas que ven y un uso intensivo del control remoto, características asociadas con el esquema masculino de ver televisión.

Esto pudiera explicarse por las transformaciones sociales que ha traído consigo la incorporación de más mujeres a niveles de educación media y superior, su participación cada vez mayor en los mercados de trabajo y un reconocimiento de sus derechos a opinar y disentir, tanto dentro como fuera del hogar.

En el caso de las mujeres de menos recursos, en especial las casadas con hijos, la actividad de ver televisión sigue siendo compartida en buena medida con otras ocupaciones (Covarrubias, Bautista y Uribe, 1998; Edwards, 1989; Fuenzalida, 1989, 1992; Lull, 1988; Muñoz, 1992, 1994) y el menor poder de decisión sobre la programación y el uso restringido del control remoto parece todavía algo común.

Sin embargo, aún en el nivel bajo, donde tradicionalmente la posición subordinada de las mujeres parece ser mayor, éstas han desarrollado diversos mecanismos de resistencia y negociación que les permiten escapar, en parte, de la hegemonía y el control masculino con respecto a la televisión.

Con relación al uso de la videocasetera, las evidencias parecieran indicar que en nuestro país es poco común utilizarla para grabar programas, en una tendencia similar para hombres y mujeres.

En cuanto al control remoto, la posesión del mismo por parte de los hombres parece estar enfrentando la competencia de las mujeres jóvenes, quienes acostumbradas a manejar el control desde pequeñas han descubierto el placer de saltar de canal en canal a la manera masculina.

En conjunto, los resultados parecen apuntar a que las variables "género", "clase" y "generación" constituyen importantes mediaciones que determinan la manera como diferentes grupos de mujeres ven televisión, dando origen a distintos discursos o posiciones de lo femenino con respecto al medio.

Las diferencias significativas que evidencia la investigación sobre las maneras de ver televisión entre mujeres jóvenes y adultas, de nivel medio, alto o bajo, estudiantes, trabajadoras o amas de casa, nos lleva a concluir que, lo que comúnmente consideramos como preferencias femeninas no serían tales, al menos no en el sentido de que son preferencias compartidas por todas las mujeres o por la gran mayoría de ellas (Geraghty, 1991); pensar de otra manera significaría caer en una posición reduccionista que puede sesgar los resultados de cualquier investigación si no se contextualiza la recepción de manera adecuada (Ang, 1989, 1990).

Ello parece conducir a la necesidad de abordar el estudio de las diferentes prácticas televisivas no sólo entre hombres y mujeres, sino entre mujeres con características diferentes, si queremos tener una comprensión más completa de lo que la actividad de ver televisión conlleva.

En esa línea, estudios posteriores sobre el análisis de la recepción deberán llevarnos a profundizar en la manera como las mujeres negocian con los textos y con la tecnología de los medios dependiendo de variables individuales y socioculturales, considerando la recepción como un actividad eminentemente cultural y no sólo como un proceso psicológico (Ang, 1997)

Incorporar la variable generacional nos permitirá distinguir las prácticas televisivas de las mujeres jóvenes de las de mujeres adultas, en particular si consideramos que la vida moderna ha incrementado las diferencias entre ambas produciendo distancias y tensiones que es necesario

explorar y explicar.

Será pertinente también, cuestionar si las variaciones en las preferencias por un determinado tipo de programa y la decodificación del mismo pueden explicarse por una diferencia en el acceso a códigos y competencias culturales específicas, y si la accesibilidad a esos códigos y competencias remite o no a las diversas posiciones socioeconómicas de las audiencias (Morley, 1997).

Aún con la determinación que puedan ejercer las variables relacionadas con el género, la edad o el nivel socioeconómico, el análisis de la recepción debe conducirnos al estudio de las particularidades de los sujetos femeninos dentro de esas mismas categorías en un intento por rescatar la individualidad (agency) de los mismos, buscando entender la manera como los sujetos sociales son influidos por los discursos dominantes, al mismo tiempo que puede adaptarlos a sus propios intereses, e incluso resistirlos o rechazarlos (Radway, 1988; Ang, 1997).

Adicionalmente, considerando que con el desarrollo de los mercados transnacionales de la comunicación los productos culturales importados adquieren cada vez mayor relevancia, en especial entre los segmentos jóvenes y los niveles económicos altos, será importante explorar el tipo de lecturas que realizan las audiencias femeninas de los programas televisivos extranjeros, y como refuncionalizan los contenidos para adaptarlos a su situación particular.

En esa misma línea, habrá que investigar las diferencias surgidas con relación al consumo de televisión abierta (local y nacional en su mayoría) y televisión de paga (eminentemente extranjera), pues los condicionantes de la emisión son asimismo condicionantes de la recepción.

A manera de comentario final podemos concluir que los patrones femeninos de consumo televisivo deberán ser explicados desde una perspectiva social de la identidad el enfoque de género más que de sexo, considerando factores adicionales como la edad de la mujer, su nivel socioeconómico, su grado de escolaridad y su ocupación, sin dejar de lado los aspectos culturales relacionados con el contexto donde se realiza el proceso de recepción y las contradicciones de poder inherentes al mismo.

Referencias bibliográficas

Ang, I. (1989). Wanted: audiences. On the politics of empirical audience studies. En E. Seiter, H. Borchers, G. Kreutzner y E.M. Warth (Eds.), *Remote control. Television, audiences y cultural power* (pp. 96-115). Londres: Routledge.

Ang, I. (1990). The nature of the audience. En J. Downing, A. Mohammadi y A. Serberny-Mohammadi (Eds.), *Questioning the media. A critical introduction* (pp. 155-165). Newbury Park, California: Sage Publications.

Ang, I. (1997). Cultura y comunicación. Hacia una crítica etnográfica del consumo de los medios en el sistema mediático transnacional. En D. Dayan (Comp.), *En busca del público* (pp. 83-106). Barcelona: Gedisa.

Barrios, L. (1988) *Television, telenovelas, and family life in Venezuela*. En J. Lull (Ed.), *World families watch television* (pp. 49-79). Newbury Park, California: Sage Publications.

Conway, J., Bourque, S. y Scott, J. (1996). El concepto de género. En M. Lamas (Comp), *El género, la construcción cultural de la diferencia sexual* (pp. 211-234). Serie Ciencias Sociales, Estudios de Género. México, D.F.: UNAM.

Covarrubias, K., Bautista, A. y Uribe, B. (1994). *Cuéntame en qué se quedó. La telenovela como fenómeno social*. México: Trillas.

Edwards, P. (1989). La TV de la mujer pobladora. En V. Fuenzalida y M. E. Hermsillo. Visiones y Ambiciones del televidente, estudios de recepción televisiva (pp. 61-87). Chile: CENECA.

Fiske, J. (1987). Television Culture. London: Methuen y Co. Ltd.

Fuenzalida, V. (1992). La ética cotidiana de la teleficción. Chasqui 41, pp. 22-24.

Fuenzalida, V. (1993). TV broadcasting para el desarrollo. Chasqui 45, pp. 94-100.

Geraghty, C. (1991). Feminismo y consumo mediático. En J. Curran, D. Morley y V. Walkerdine (Comps.), Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo, (pp. 454-479). Barcelona: Paidós.

Giménez, G. (1997, jul-dic). Materiales para una teoría de las identidades sociales. Frontera Norte 9, 18, pp. 9-27.

González, J. (1998). El regreso de la cofradía de las emociones (in)terminables: telenovela y memoria en familia. En J. González (Comp.), La cofradía de las emociones (in)terminables, (pp. 163-181). Guadalajara, Jal.: Universidad de Guadalajara.

Gubern, R. (1997). Fabulación audiovisual y mitogenia. En E. Verón y L. Escudero (Comps.), Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales, (pp. 29-36). Barcelona: Gedisa.

Lamas, M. (1996). Usos, dificultades y posibilidades de la categoría género. En M. Lamas (Comp), El género, la construcción cultural de la diferencia sexual, (pp. 327-366). Serie Ciencias Sociales, Estudios de Género. México, D.F.: UNAM.

Livingstone, S. (1993) The rise and fall of audience research: an old story with a new ending. Journal of Communication 43(4), pp. 5-12.

Lindlof, T.R. (1995). Qualitative communication research methods. Thousand Oaks, California: Sage Publications.

Llano, C. (1992) Usos Sociales de la telenovela. La telenovela en el barrio popular. En J. Martín-Barbero y S. Muñoz (Coord.), Televisión y Melodrama, (pp. 215-231). Bogotá: Tercer Mundo Editores.

Lull, J. (1988). Constructing rituals of extension through family television viewing. En J. Lull (Ed.), World families watch television, (pp. 237-259). Newbury Park, California: Sage Publications.

Lull, J y Sun, S. (1988). Agent of Modernization: Television and Urban Chinese Families. En J. Lull (Ed.), World families watch television, (pp. 193-236). Newbury Park, California: Sage Publications.

McRobbie, E. (1991). Nuevas sexualidades en las revistas para chicas y mujeres. En J. Curran, D. Morley y V. Walkerdine (Comps.), Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo, (pp. 269-282) Barcelona: Paidós. Angela,

Morley, D. (1992a). Television, Audiences y Cultural Studies. London: Routledge.

Morley, D. (1992b). Electronic communities and domestic rituals. Cultural consumption and the production of European cultural identities. En M. Skovmand and Kim C, Schroder (Eds.), Media Cultures, (pp. 65-83). London: Routledge.

Morley, D. (1997). La recepción de los trabajos sobre la recepción. Retorno al público de Nationwide En D. Dayan (Comp.), En busca del público, (pp.29-48). Barcelona: Gedisa.

Morley, D. y Silverstone R. (1994) Comunicación y Contexto. Perspectivas etnográficas sobre la audiencia de medios. Versión, 4, pp. 69-87.

Muñoz, S. (1992) Mundos de vida y modos de ver. En J. Martín-Barbero y S. Muñoz (Coord.), Televisión y Melodrama, (pp. 233-255). Bogotá: Tercer Mundo Editores.

Muñoz, S. (1994). Barrio e Identidad. Comunicación cotidiana entre mujeres de un barrio popular. México: Trillas.

Rubin, G. (1996). El tráfico de mujeres. Notas sobre la economía política del sexo. En M. Lamas (Comp), El género, la construcción cultural de la diferencia sexual, (pp. 35-96). Serie Ciencias Sociales, Estudios de Género. México, D.F.: UNAM.

Seiter, E., Borchers, H., Kreutzner, G. y Warth, E.M. (Eds.), I., (1991). "Don't treat us like we're so stupid and naive": Toward an ethnography of soap opera viewers. En E. Seiter, H. Borchers, G. Kreutzner y E.M. Warth (Eds.), Remote control. Television, audiencias y cultural power, (pp. 223-246). New York: Routledge.

Silverstone, R. (1994). Televisión y vida cotidiana. Buenos Aires: Amorrourtu Editores.

Sodré, M. (1997). Telenovela y novela familiar. En E. Verón y L. Escudero (Comps.), Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales, (pp. 37-50). Barcelona: Gedisa.

Notas:

(1) Una versión previa de este artículo fue presentado como ponencia en el XIV Encuentro Nacional AMIC "Tendencias de la Investigación de la Comunicación: Hacia la construcción de un nuevo escenario". Tequisquiapan, Querétaro, 24-26 de mayo del 2002.

La investigación en la que se basa esta ponencia fue realizada con el financiamiento de la Cátedra Televisa en el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey.

(2) Según Rubin (1996), independientemente del período histórico de su desarrollo, los sistemas sexo-género han sido siempre sistemas binarios que oponen lo masculino a lo femenino en un plano de jerarquización de lo primero sobre lo segundo; y a pesar de las diversas asociaciones simbólicas relacionadas con el género, éstas siempre se han presentado como oposiciones (razón-intuición, ciencia-naturaleza, público-privado) que esconden procesos sociales y culturales complejos, en los que las diferencias hombre-mujer no son tan evidentes ni tienen límites precisos.

(3) En su estudio sobre la televisión en China, Lull (1988) reporta que incluso en esta nación, donde la mayoría de las mujeres trabajan fuera del hogar, las actividades domésticas se consideran principalmente como responsabilidad femenina.

Artículo recibido: 19 de noviembre de 2003

Artículo aceptado: 03 de febrero de 2004