



# ITESM

CAMPUS MONTERREY

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY

CCC  
AI  
0247

27/05/98

**Laura Márquez**  
**Universidad Regiomontana**

*Estimado colega:*

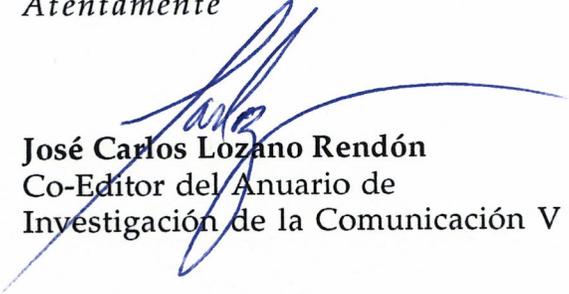
Agradezco mucho tu interés por colaborar en el Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC V.

Adjunto encontrarás los dictámenes recibidos sobre tu artículo. Deseo aclararte que seleccionamos dos evaluadores externos de reconocida trayectoria y solvencia profesional, quienes recibieron tu colaboración sin firma ni identificación alguna. Siguiendo las políticas normales de las publicaciones científicas, los nombres de quienes fungieron como dictaminadores de tu colaboración se mantienen en el anonimato.

Lamento informarte que ambos dictaminadores coincidieron en señalar que tu artículo debe rechazarse en su forma actual, por lo que no podremos considerarlo para su publicación en el anuario, a menos que le hagas cambios radicales en su estructura y contenido. Adjuntas a la presente encontrarás las razones por las que los dictaminadores, por separado y en forma anónima, decidieron que no era publicable en su versión actual.

Te reitero el agradecimiento del CONEICC y el mío propio por tu interés en este proyecto de reflexión y divulgación.

*Atentamente*

  
**José Carlos Lozano Rendón**  
Co-Editor del Anuario de  
Investigación de la Comunicación V



## **Dictamen del artículo "Las nuevas tecnologías de la comunicación en la vida diaria de la mujer"**

El artículo explora una área importantísima de las nuevas tecnologías que es la cuestión de género. En ese sentido ofrece una aportación interesante a la reflexión de un tema que requiere ser discutido y analizado ampliamente.

Desgraciadamente, en su forma actual, el trabajo constituye una especie de prueba piloto que, si bien arroja resultados interesantes, no tiene la profundidad teórica ni metodológica que permita su publicación en el anuario.

El hecho de que el autor/autora aclare que es un estudio exploratorio no justifica la publicación de un trabajo basado en solamente 20 encuestas y un marco teórico bien apuntalado en datos del censo, pero sin discusión a fondo de la bibliografía sobre género y medios de comunicación o nuevas tecnologías. Es un acierto citar a Cynthia Cockburn y Sonia Livingstone, pero se hace de manera muy rápida y superficial. Los artículos de ambas en el libro editado por Silverstone y Hirsch están muy desaprovechados, ya que son mucho más ricos y tienen mucho más que decir sobre género y nuevas tecnologías que lo que las citas tomadas de ellos parecería indicar. Asimismo, hace falta incluir más ideas, hallazgos y conceptos de ella y de otros investigadores en esa línea, como Morley, el propio Silverstone, Dholakia, o en general en el tema más amplio de medios de comunicación y género, feminismo y comunicación, etc.

Pero el problema mayor con el artículo es el método. Si bien 20 encuestas son adecuadas para un estudio piloto donde se prueben instrumentos y variables, son claramente insuficientes para un reporte formal de investigación. Sugiero al autor/autora que realice un muestreo más representativo (ya sea con bases cuantitativas o cualitativas), y que incorpore un mayor número de variables más relacionadas con las preocupaciones de género. Se observa un buen nivel de dominio del tema y sería una lástima que no se pudiera contar en el futuro con un reporte más adecuado.

## Dictaminación del artículo

Las nuevas tecnologías de la Comunicación en la vida diaria de la mujer

### **Rechazado en su forma actual por las siguientes cuestiones**

1. Aunque el trabajo contiene un binomio que resulta interesante objeto de estudio nunca acaban de establecerse realmente los condicionantes de género en el acceso a las tecnologías de comunicación. Quedándose en el nivel descriptivo de algunos elementos que pudieran ser condicionantes no sólo por cuestiones de género (culturales, sociales, económicos).
2. La revisión de la literatura es sólo una pequeña muestra de estudios previos. No se establece una conexión válida entre ellos que permita lanzar hipótesis o cuestionamientos sobre los porqués de la diferencia de género en el uso y acceso a las tecnologías.
3. La investigación tiene una desfase con la revisión de la literatura. Esta se queda únicamente con un primer paso (los datos del INEGI). Ya que solamente analiza cuales tecnologías se usan y no la dificultad que tienen las mujeres en el acceso a las mismas o la forma en la que las usan.
4. La muestra es muy sectaria y no nos permite realmente apreciar los condicionantes socio-económicos y culturales que se señalan como factores importantes en el acceso por parte de las mujeres a las tecnologías de comunicación. De hecho, al ser en su mayoría mujeres profesionistas, no se alcanza a apoyar la idea de la marginación femenina en el uso de las tecnologías.

Nuevamente se señala la importa de estos estudios en el campo de la comunicación y la pertinencia de estudios como estos.

**ANUARIO DE INVESTIGACION DE LA COMUNICACION CONEICC**  
**CRITERIOS PARA LA EVALUACION DE ARTICULOS**

El anuario de investigación de la comunicación CONEICC tiene como finalidad constituirse en una fuente de consulta para los estudiosos de la comunicación en nuestro país, basándose en la divulgación de propuestas teórico-metodológicas plurales, estados de la cuestión y hallazgos de investigación relativos a los múltiples fenómenos que confluyen en este campo del conocimiento.

Se trata, en particular, de ofrecer panorámicas generales y actualizadas sobre los nuevos desarrollos teóricos y metodológicos en las diversas áreas de la comunicación -- masiva, interpersonal, internacional, nuevas tecnologías, organizacional, política, etc.--, así como reseñas sobre publicaciones recientes en nuestro país. Se aceptan, también, ensayos y reportes de investigación sobre temas específicos que por su calidad teórica y metodológica contribuyan al desarrollo del conocimiento científico sobre comunicación.

En el anuario se incluyen dos tipos de trabajos: ensayos teóricos y reportes de investigación.

Los ensayos deberán mostrar un manejo actualizado y crítico de la bibliografía relevante en el área, y deberán ir más allá de la síntesis del estado de la cuestión, realizando aportaciones conceptuales o metodológicas.

Los reportes de investigación también deberán mostrar un manejo actualizado y crítico de la bibliografía relevante en el área, aunque su profundidad podrá ser menor que en el caso de los ensayos. Además, deberán especificar claramente los procedimientos metodológicos utilizados en el estudio. Los resultados y las conclusiones deberán ofrecer evidencias que contribuyan a un mejor entendimiento del fenómeno analizado.

Nombre del artículo Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación en la vida diaria de la mujer

Dictaminador

NOMBRE

José Carlos Lozano Ruedón

FIRMA

(No se dará a conocer al autor del artículo evaluado)

Resolución C

**A. APROBADO SIN MODIFICACIONES**

El artículo no requiere ninguna revisión conceptual, metodológica o formal, por lo que se acepta sin modificaciones.

**B. APROBADO CON MODIFICACIONES**

El artículo hace una aportación importante al conocimiento o revisión crítica de una área del conocimiento, pero requiere de correcciones, agregados, clarificación de ideas o procedimientos. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE QUE CORRECCIONES DEBERA HACER EL AUTOR).

**C. RECHAZADO EN SU FORMA ACTUAL**

El artículo tiene serias deficiencias en el manejo crítico de la bibliografía y los enfoques teóricos, en los procedimientos metodológicos, en la interpretación de los hallazgos o en el manejo de las conclusiones. Requiere de cambios radicales en su estructura y contenido. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE LAS RAZONES POR LAS QUE NO ES PUBLICABLE EN SU VERSION ACTUAL).

**ANUARIO DE INVESTIGACION DE LA COMUNICACION CONEICC**  
**CRITERIOS PARA LA EVALUACION DE ARTICULOS**

El anuario de investigación de la comunicación CONEICC tiene como finalidad constituirse en una fuente de consulta para los estudiosos de la comunicación en nuestro país, basándose en la divulgación de propuestas teórico-metodológicas plurales, estados de la cuestión y hallazgos de investigación relativos a los múltiples fenómenos que confluyen en este campo del conocimiento.

Se trata, en particular, de ofrecer panorámicas generales y actualizadas sobre los nuevos desarrollos teóricos y metodológicos en las diversas áreas de la comunicación -- masiva, interpersonal, internacional, nuevas tecnologías, organizacional, política, etc.--, así como reseñas sobre publicaciones recientes en nuestro país. Se aceptan, también, ensayos y reportes de investigación sobre temas específicos que por su calidad teórica y metodológica contribuyan al desarrollo del conocimiento científico sobre comunicación.

En el anuario se incluyen dos tipos de trabajos: ensayos teóricos y reportes de investigación.

Los ensayos deberán mostrar un manejo actualizado y crítico de la bibliografía relevante en el área, y deberán ir más allá de la síntesis del estado de la cuestión, realizando aportaciones conceptuales o metodológicas.

Los reportes de investigación también deberán mostrar un manejo actualizado y crítico de la bibliografía relevante en el área, aunque su profundidad podrá ser menor que en el caso de los ensayos. Además, deberán especificar claramente los procedimientos metodológicos utilizados en el estudio. Los resultados y las conclusiones deberán ofrecer evidencias que contribuyan a un mejor entendimiento del fenómeno analizado.

Nombre del artículo Las nuevas tecnologías de la comunicación en la vida diaria de la mujer

Dictaminador

NOMBRE Edgar Gómez Cruz

FIRMA

(No se dará a conocer al autor del artículo evaluado)

Resolución C

**A. APROBADO SIN MODIFICACIONES**

El artículo no requiere ninguna revisión conceptual, metodológica o formal, por lo que se acepta sin modificaciones.

**B. APROBADO CON MODIFICACIONES**

El artículo hace una aportación importante al conocimiento o revisión crítica de una área del conocimiento, pero requiere de correcciones, agregados, clarificación de ideas o procedimientos. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE QUE CORRECCIONES DEBERA HACER EL AUTOR).

**C. RECHAZADO EN SU FORMA ACTUAL**

El artículo tiene serias deficiencias en el manejo crítico de la bibliografía y los enfoques teóricos, en los procedimientos metodológicos, en la interpretación de los hallazgos o en el manejo de las conclusiones. Requiere de cambios radicales en su estructura y contenido. (FAVOR DE ESPECIFICAR EN HOJA APARTE LAS RAZONES POR LAS QUE NO ES PUBLICABLE EN SU VERSION ACTUAL).

CCC  
AI  
0247

# Universidad Regiomontana

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales  
Escuela de Comunicación

## Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación en la Vida Diaria de la Mujer.

(Estudio Exploratorio en el Area de Comunicación)

**Lic. Laura Márquez Elenes. M.C.C.**

Coordinadora de Area en la Escuela de Comunicación

Maestría en Ciencias en La Universidad de Montreal en Canadá en el año de 1984.

lmarquez@mail.ur.mx

Julio, 1997

**RESUMEN.-** Este es un estudio exploratorio relacionado al acceso y uso que dan las mujeres a las nuevas tecnologías de comunicación. La investigación explora este universo de la vida cotidiana desde dos perspectivas: el de género y comunicación y el del consumo cotidiano de tecnologías .

Asumimos que hay algunos factores tales como los socio-económicos y culturales que influyen en el acceso y uso que se le da a esas nuevas tecnologías , esto sin importar si son países desarrollados o subdesarrollados.

El punto de vista del cual parte esta investigación es que las mujeres no tienen acceso a ciertas tecnologías de comunicación y por tanto no las usan.

El estudio se efectuó con 20 mujeres de clase media para que llenaran una bitácora donde se detectó el acceso y uso que dan a esas tecnologías de comunicación. Los resultados de esta investigación se analizan con datos proporcionados por el Censo Nacional de Población en México 1990 y Conteo 1995, esto para explicar la relación con factores económicos y culturales.

## **INTRODUCCION**

Este estudio se refiere a la importancia que tiene en la vida diaria el uso de las tecnologías de comunicación. El uso va relacionado al acceso que se tenga a ellas y éste puede estar ligado a factores económicos, sociales y culturales. También tendrá su origen en necesidades personales muy específicas como lo pueden ser de comunicación, de socialización o de entretenimiento.

La investigación parte del punto de vista que las mujeres son un sector de la población que queda de alguna manera marginada del acceso a ciertas tecnologías de comunicación.

Para estudiar lo anterior comenzamos por explorar el universo del uso diario de algunas tecnologías de comunicación al seleccionar a un grupo de 20 mujeres de entre 20 y 40 años, profesionistas y amas de casa, de clase media, del área metropolitana de la Ciudad de Monterrey, en el Estado de Nuevo León, México.

## **REVISION DE LITERATURA**

Pierre Léonard Harvey (1995; 160-162) señala que en diversas investigaciones los autores franceses Jacques Pomonti y Gérard Métayer, llegan a la conclusión que existen tres tipos de necesidades en el uso de las tecnologías de comunicación. En primer término las biológicas primarias, las segundas a

valores culturales propias de la organización social, y en tercer término, las propias contradicciones o antagonismo que surge entre la primera y la segunda.

Las primeras son las necesidades biológicas del individuo que no pueden ser satisfechas en sus relaciones sociales. La interpretación está inspirada en el modelo psicoanalítico que sitúa a las necesidades primarias en la lógica de las pulsaciones sociales, y las necesidades están simbolizadas por EROS.

Las necesidades secundarias están relacionadas en particular a los valores culturales en la organización social. Su satisfacción es una condición para sobrevivir en esa organización. Estas necesidades dependen de una organización lógica de una sociedad determinada. En este caso de las sociedades tecnificadas, simbolizada por CHRONOS (La necesidad de saber el tiempo en un contexto).

La tercera necesidad está relacionada al antagonismo que puede resultar entre las dos primeras necesidades. Por ejemplo, la oposición entre el reloj biológico y el reloj socialmente impuesto (CHRONOS).

Si queremos analizar la organización social y su relación entre la mujer y las tecnologías entonces tendremos que hablar de las nuevas tecnologías de comunicación y el género.

Los estudios sobre comunicación y género tienen su origen a finales de los años 50 (Pearson, Turner, Todd-Mancillas, 1993; 48). Cynthia Cockburn (1994; 32-35) apunta que la diferencia entre los sexos y su relación con la tecnología es remarcable y señala que los hombres siempre han sido quienes hacen y usan las tecnologías, por ejemplo escribe que en el siglo XX las mujeres no fueron

admitidas en la Unión de Ingenieros en Inglaterra sino hasta 1942. Añade que el advenimiento de los microchips no rompió con la división sexual del trabajo técnico y no les dio el saber (know-how) del cómo diseñar, producir y controlar, sino unicamente, se convirtieron las mujeres ,en presionadoras de botones de un equipo electrónico. Señala que en el cambio tecnológico la mujer se ha visto más impactada en relación a lo que ella ha podido impactar. Cockburn (1994;40-41) apunta que los investigadores Gray (1987) y Haddon (1988) prueban que dentro del uso de las tecnologías hay símbolos de feminidad y de masculinidad y que algunas tecnologías se han girado hacia un simbolismo propiamente masculino. Por su parte Sonia Livingston (1994;117) escribe que tanto hombres como mujeres usan la televisión, la radio o el teléfono de forma diferente y para fines distintos. Por ejemplo en el hogar marido y mujer usan el teléfono en casa para diferentes tipos de llamadas, lo mismo pasará con la televisión. Señala que se debe a cuatro factores, la necesidad, el control, la funcionalidad y la sociabilidad. Al precisar acerca de la necesidad cita como ejemplo que las mujeres comparadas con los hombres hablan más explícitamente de la importancia de las tecnologías modernas en la vida diaria.

Los factores que pueden influir para que se de este fenómeno son diversos, Parson,Turner, Todd-Mancillas (1993;92-95) revelan estudios hechos en Estados Unidos donde se ha verificado como tanto dentro de la familia como en las escuelas se siguen estereotipando los roles sexuales de hombres y mujeres. Existen variables en la familia si la madre trabaja o no . En la escuela hay trato

diferente para niños y niñas dependiendo si es hombre o mujer la maestra, y también si la escuela es más o menos tradicional.

## **LA INVESTIGACION**

A partir de nuestra investigación revelamos datos sobre los tiempos de consumo de algunas tecnologías de comunicación tales como: televisión, teléfono, radiolocalizadores, teléfono celular, radio, computadora, videocasetera entre otras. También mostramos algunos datos estadísticos (INEGI, Censo 1990 y Conteo de población y vivienda 1995) acerca de la situación del hombre y la mujer en México y Nuevo León (Cuadros 2,3). Los datos más significativos son los siguientes: de una población total en México en 1990 de 81, 249, 645 habitantes, 15, 426, 946 eran hombres y 16, 690, 364 eran mujeres para 1995 se incrementó la población total en México a 91, 158, 290 habitantes, donde Nuevo León registra 3,550,114 habitantes de los cuales 1,773 790 son hombres y 1,776,324 mujeres. (Cuadro 3). La población total de profesionistas en México en 1990, era de 1,897, 377 personas, donde la población total de mujeres era de 41,400, 000 y de profesionistas de 641, 384 (Cuadro 2). Por lo que respecta al Estado de Nuevo León en 1990 observamos una población total de mujeres

de 1, 556, 072 y se traduce a un número de 37,270 la cantidad de mujeres profesionistas.(Cuadro 3,4)

Como dijimos anteriormente el estudio parte del punto de vista que las mujeres son un sector de la población que de alguna manera queda marginada al acceso de ciertas tecnologías de comunicación. Por ejemplo al observar los siguientes datos (INEGI, 1990) del Censo de 1990 se menciona en el apartado de la mujer respecto a la asistencia escolar que la población femenina va a la escuela de 5 a 24 años, se observa que conforme avanza la edad este porcentaje se va incrementando hasta alcanzar su valor máximo a los 9 años (93.1%). Después disminuye paulatinamente, de tal forma que entre los 15 y los 19 años, menos de la mitad de las mujeres van a la escuela y entre los 20 y 24 años la asistencia escolar es de tan sólo 13.8%. Este hecho se asocia por un lado a la temprana incorporación de las jóvenes a la actividad económica y por el otro, a la gran porción de mujeres que se dedican al hogar.

Asimismo, el nivel de instrucción se ha incrementado notablemente en los últimos años, sobre todo en los estudios subsiguientes a la enseñanza básica, sin embargo en este aspecto la mujer continúa ubicándose en niveles menores a los alcanzados por el hombre. (Cuadro 6)

No obstante que la participación económica de la mujer se haya incrementado , es inferior a la del hombre, ya que en 1990 se registraron 326 hombres activos por cada 100 mujeres . Considerando la edad, la participación económica de la mujer alcanza su valor máximo a una edad joven entre los 29 y los 24 años, en

cambio , la máxima participación económica del hombre se presenta entre los 25 y los 39 años. (Cuadro 5)

Con relación a la posición laboral , la mayor proporción de mujeres se concentra en el grupo de empleadas u obreras , seguidos por el de trabajadoras por su cuenta. Cabe mencionar que la mayoría de la población femenina se ocupa del sector terciario.

Este estudio es de carácter exploratorio y plantea un principio de análisis del fenómeno del acceso y uso de tecnologías de comunicación por parte de la mujer. Para este fin se les pidió a 20 mujeres de entre 20 y 40 años, amas de casa y profesionistas, de clase media del área metropolitana de la Ciudad de Monterrey, que llenaran durante el periodo de 7 días, del 5 al 11 de junio de 1996, una bitácora (Cuadro1). De las 20, quedaron 18 bitácoras para codificarse. Cabe aclarar que la bitácora forma parte importante de la investigación ya que es el instrumento que permite acercarnos a la cotidianidad en el acceso y uso de las tecnologías, y éste se encuentra a prueba.

## **ANALISIS DE RESULTADOS**

De la población total de 18 mujeres regiomontanas el 50% fluctúan entre los 26 y los 31 años y el otro 50% entre los 32 a 41 años, el 56% de éstas son casadas y el 44% solteras. El 72% son profesionistas activas y el 28% se dedica al hogar. (Cuadro 7) Las mujeres profesionistas consumen en primer

lugar la televisión con 13.30 horas a la semana, en segundo lugar la computadora con 9 horas a la semana y el teléfono en tercer lugar con 7 horas a la semana. Por su parte las amas de casa consumen también la televisión en primer lugar con 10.40 horas a la semana, el teléfono 4.10 horas ocupa el segundo lugar y la radio en tercer con 3 horas a la semana. (Cuadro 9) De esta manera la televisión es la tecnología de comunicación que consumen más tanto amas de casa como profesionistas,. También es significativo que las mujeres profesionistas consumen más tiempo cada tecnología en comparación de las amas de casa. Por ejemplo, las profesionistas consumieron el teléfono un promedio de 2 horas más a la semana en comparación de las amas de casa. (Cuadro 9).

El promedio general de uso de tecnologías por parte de las amas de casa y profesionistas es como dijimos en primer lugar la televisión, con 12.20 horas a la semana, la computadora en segundo con 6.40 horas a la semana, y el teléfono en tercer lugar con un promedio de 6.20 horas a la semana. Por su parte los teléfonos celulares son utilizados un promedio de 2 minutos por semana y ocupó el sexto lugar.(Cuadro 8)

En la vida cotidiana la actividad que ocupa más tiempo es dormir, con un promedio para las amas de casa y profesionistas de 47 horas a la semana, lo que significa 7.20 horas diarias. Ver televisión es la segunda actividad cotidiana que ocupa más tiempo con un consumo promedio de 12 horas a la semana, lo que significa 2 horas 10 minutos promedio diario.(Cuadro 10)

La tercera actividad fue el entretenimiento y el cuarto la computadora. La quinta actividad cotidiana que ocupa más tiempo es desplazarse con un promedio diario de 54 minutos, casi una hora diaria, lo mismo que hablar por teléfono, que ocupa el sexto lugar con un promedio diario de 53 minutos. La séptima actividad la ocupa escuchar la radio, con 5 horas 10 minutos diarios. (Cuadro 10)

La tecnología a la que se tiene mas acceso es la radio con un total de 63 aparatos (50 en casa y 13 en el automóvil). Le sigue la televisión con 43 aparatos , en tercer lugar el teléfono con 29 aparatos ( 16 aparatos en casa y 13 en oficina). La tecnología que ocupa el cuarto lugar en número de aparatos es la computadora con un promedio de 20 , las cuales la mayoría se encuentran en oficinas. (Cuadro11)

## **CONCLUSIONES**

En el acceso y uso de tecnologías de comunicación es la televisión la tecnología de comunicación que ocupa la mayor importancia dentro de las actividades cotidianas. Es interesante señalar que hay mayor el número de radios en casa y a pesar de ello la televisión es la más consumida. No detectamos en esta bitácora la forma de consumo de cada tecnología , pero en el apartado de observaciones de la bitácora obtuvimos comentarios que la radio se escuchaba más tiempo durante los desplazamientos en el automóvil que en la casa. El acceso a la computadora ocupa el tercer lugar, sin embargo el tiempo que es

utilizada en relación a la televisión todavía no es significativo, y añadiremos que son las profesionistas quienes realmente la utilizan. Concluimos que la marginación de la mujer ama de casa en primer lugar y luego de la profesionista al acceso y uso de tecnologías, se debe a factores tanto económicos como culturales. Ya que sabemos de la disminución de mujeres profesionistas en tanto se incrementa la edad. (Cuadro 4). La principal razón es porque la mujer abandona la vida profesional y se dedica al hogar o a otro tipo de actividades económicas. Otra razón es la marginación económica ya que el salario promedio mensual que percibe la mujer es inferior a las posibilidades de compra de varias de las nuevas tecnologías de comunicación, por ejemplo en nuestro estudio el salario promedio de las profesionistas es de \$3,942.00 pesos mensuales (\$492.00 dls al mes) y el costo de una computadora multimedia es de \$18,550.00 pesos aproximadamente (\$2,375.00 dls).

***Concluimos a manera de hipótesis lo siguiente:***

- 1.- Las mujeres profesionistas usan más las tecnologías de comunicación que las amas de casa.
- 2.- Las mujeres profesionistas entre los 25 y 35 años tienen mayor uso y acceso a las tecnologías de comunicación.
- 3.- Las mujeres amas de casa tendrán menor uso de las tecnologías de comunicación.

## **RECOMENDACIONES:**

Desarrollar una bitácora donde se detecten las siete primeras tecnologías ya señaladas en este estudio como las mayormente consumidas. Después que en esta misma bitácora se detecten tiempos promedio de consumo de cada una los lugares donde están ubicadas en la casa y en la oficina; las formas y objetivos de consumo de cada una. Especificar las otras actividades cotidianas que llevan más tiempo ,como puede ser leer un libro, tocar un instrumento, hacer ejercicio y el trabajo doméstico.

Posteriormente estudiar el acceso y uso de tecnologías en la vida diaria del hombre, para después comparar los resultados.

## REFERENCIAS

- 1.-Cockburn Cynthia ,”The Circuit of technology, gender, identity and power. Chapter 2 en Consuming Technologies, (por Silverstone Roger, London, New York, Routledge, 1994) p.p. 32, 35, 40, 41.
- 2.-Harvey Pierre Léonard (1995). Cybérespace et Communautaire. Québec . Les presses de L’Université de Laval p.p 160,161,162.
- 3.- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) 24, Feb, 1997 <http://www.inegi.gob.mx> “Estudios y Documentos del XI Censo de Población y Vivienda ,1990.”
- 4.-Livingston Sonia. “The Meaning of domestic technologies. A personal construct analysis of familial gender relations. ”Chapter 7, in Consuming Technologies.(by Silverstone Roger, London, New York, Routledge, 1994) p.p.117.
- 5.-Pearson, Turner, Todd-Mancillas(1993) Comunicación y Género. España ed Paidós ,p.p 48,92,95.

## Cuadro 1.- Bitácora

El Acceso y Uso de la Tecnología de Comunicación				Día	Mes:	Año:
Tecnología	Si	No	No. de Veces	Tiempo Aprox.	Observaciones	Observaciones
1) Teléfono						
a) Personal						
b) Público						
2) Celular						
3) Fax						
4) Radio Beep						
5) Telégrafos						
6) Computadora						
a) Texto						
b) Internet						
c) E-mail						
d) Juegos						
7) Televisión						
a) Abierto						
b) Cable						
c) Video						
8) Radio						
a) Casa						
b) Auto						
9) Rep. De Música						
a) Cassette						
b) CD						
10) Hrs. de dormir						
11) Desplazamientos						
12) Actividades						
13) Uso de Otra Tec.						
Nombre:						

## Cuadro 2.- Población Total en México

<b>Población Total</b>
1990.- 81, 249, 645
1995 .- 91,158,290

<b>Población Total</b>		
Mayor de 25 años en 1990		
Hombres	32, 117, 310	Mujeres
15, 426, 946		16, 690, 364

<b>Población Total</b>
Profesionistas
1990.- 1, 897, 377

<b>Total de Hombres</b>
en 1990
39, 893, 969
Profesionistas
1, 255, 938

<b>Total de Mujeres</b>
en 1990
41, 400, 000
Profesionistas
641, 394

Fuente.- INEGI. Censo 1990. Censo 1995.

### Cuadro 3.- Total de Población en Nuevo León

<b>Total de Hombres en 1990</b>
1, 542, 664
Profesionistas
78, 426

<b>Población Total</b>
1990.- 3, 098, 736
1995 .- 3,550,114

<b>Total de Mujeres en 1990</b>
1, 556, 072
Profesionistas
37, 270

<b>Población Total en 1990</b>
Profesionistas
115, 698

Fuente.- INEGI. Censo 1990. Censo 1995.

**Cuadro 4.- Profesionistas en Nuevo León**

**Hombres**

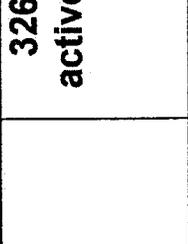
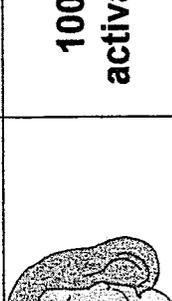
<b>Edad</b>	<b>% Población</b>	<b>% Profesionistas</b>
<b>40 a 44</b>	<b>5.3 %</b>	<b>8.7 %</b>
<b>35 a 49</b>	<b>6.9 %</b>	<b>12.3 %</b>
<b>30 a 34</b>	<b>8.0 %</b>	<b>16.1 %</b>
<b>25 a 29</b>	<b>9.5 %</b>	<b>16.9 %</b>

**Mujeres**

<b>Edad</b>	<b>% Población</b>	<b>% Profesionistas</b>
<b>40 a 44</b>	<b>5.6 %</b>	<b>2.5 %</b>
<b>35 a 49</b>	<b>7.4 %</b>	<b>5.0 %</b>
<b>30 a 34</b>	<b>8.7 %</b>	<b>8.9 %</b>
<b>25 a 29</b>	<b>10.4 %</b>	<b>13.3 %</b>

Fuente. -INEGI. Censo 1990.

**Cuadro 5.- Población Económicamente Activa**

Población Ec. Activa	México 1990	Valor Máximo
	326 activos	35-39 años
	Por cada	
	100 activas	20-24 años

Fuente.- INEGI. Censo 1990.

**Cuadro 6.- Población alfabeta según grupo quinquenal de edad 1990 y 1995.**

<b>Edad</b>	<b>1990</b>	<b>1995</b>
<b>20-24</b>	<b>7,395,703</b>	<b>8,991,528</b>
<b>25-29</b>	<b>5,929,468</b>	<b>7,192,154</b>
<b>30-34</b>	<b>4,921,654</b>	<b>6,105,261</b>
<b>35-39</b>	<b>4,019,224</b>	<b>5,290,888</b>
<b>40-44</b>	<b>2,955,583</b>	<b>3,919,727</b>
<b>45-49</b>	<b>2,376,584</b>	<b>3,051,793</b>

**Fuente.- INEGI. Censo 1995.**

### Cuadro 7.- Población Total 18 mujeres

<b>Profesionistas</b>	<b>Amas de Casa</b>	<b>Edades</b>
<b>72%</b>	<b>28%</b>	<b>50 % de 32 a 41 años</b>
		<b>50 % de 26 a 31 años</b>
<b>Salario Promedio \$ 3,942.30 mensual</b>		<b>Solteras 44 %      Casadas 55 %</b>

\* Resultados de la Investigación

**Cuadro 8.- Promedio en Horas de Uso por  
Semana de Cada Tecnología**

<b>Tecnología</b>	<b>Horas por Semana</b>
1.-Televisión	12.20 hrs.
2.- Computadora	6.40 hrs.
3.- Teléfono	6.20 hrs.
4.- Radio	5.10 hrs.
5.- Localizador	6 min.
6.- Celular	2 min.

**\* Resultados de la Investigación**

### **Cuadro 9.- Promedio en horas de Uso de las Principales Tecnologías de Comunicación**

#### **Amas de Casa**

<b>Tecnología</b>	<b>Horas Por Semana</b>
1.-Televisión	10.40 hrs
2.- Teléfono	4.10 hrs
3.- Radio	3 hrs

#### **Profesionistas**

<b>Tecnología</b>	<b>Horas Por Semana</b>
1.- Televisión	13.30 hrs
2.- Computadora	9 hrs
3.- Teléfono	7 hrs

**\* Resultados de la Investigación**

**Cuadro 10.- Promedio de Uso de Tecnologías de Comunicación  
respecto a las actividades diarias**

<b>Actividad</b>	<b>Horas por Semana</b>	<b>Horas Diarias</b>
1.- Dormir	47 hrs.	7.20 hrs.
2.-Ver Televisión	12 hrs.	2.10 hrs.
3.- Entretenerse	11 hrs.	1.30 hrs.
4.- Usar Computadora	6.40 hrs.	55 min.
5.- Desplazarse	6.30 hrs.	54 min.
6.- Hablar por Teléfono	6.20 hrs.	53 min.
7.- Escuchar la radio	5.10 hrs.	40 min.

\* Resultados de la Investigación

**Cuadro 11.- Cantidad de Aparatos**

<b>Aparatos</b>	<b>Cantidad</b>	
1.- Radios	63	Casa 50 y Auto 13
2.- Televisión	43	
3.- Teléfonos	32	Casa 16, Oficina 13 y Celular 3
4.- Computadora	20	
5.- Videocasetera	19	
6.- Radio Localizador	3	

\* Resultados de la Investigación