

● Juan Bautista Romero y M^a Dolores Degrado
Huelva

Recepción de telenovelas y perspectiva de género

The reception of soap operas and the genre perspective

La telenovela es un fenómeno de entretenimiento basado en el melodrama. A lo largo de su existencia ha sido cuestionada y encasillada a una forma mediocre de entretener a los telespectadores. Se ha debatido el nivel de audiencia y el éxito de las mismas; pero el objeto de este trabajo de investigación es contribuir a señalar la representación de los sexos que se ofrece a niños y niñas a través de la recepción de telenovelas, una representación que refleja y recrea la desigualdad entre los géneros, contribuyendo a configurar un orden simbólico patriarcal; una representación que reconstruye la supremacía masculina.

Soap opera is an entertainment phenomenon based on melodrama. Along its existence it has been considered as a mediocre way to entertain people. Its rating and success has been discussed, but the object of this research is to point out the representation of both sexes which is offered to children through soap operas. It reflects about the inequality between both genres, helping thus to think about a patriarchal and symbolic order; a representation that favours the male supremacy.

Educación en valores, valores de género, TV, telenovelas, consumo televisivo.
Educating in values, genre values, TV, soap operas, television consumption.

«Una mejora cualitativa de la enseñanza no puede entenderse hoy día si no tiende, aspira y actúa en la educación de ‘ciudadanos’, que sean capaces de desenvolverse de forma autónoma y responsable, y de manera crítica y creativa. Frente a la acumulación de saberes –que están ya a través de múltiples canales en la calle–, ha de primar también la formación de actitudes, de valores, de estrategias para enfrentarse a la realidad con espíritu de análisis y creatividad. Sin duda alguna, los medios de comunicación han tenido y tienen cada vez más una intensa responsabilidad en este importante cambio social, pero también es cierto que más trascendente puede ser aún su

❖ Juan Bautista Romero Carmona es asesor del CEP Bollullos-Valverde y profesor de la Facultad de Educación de la Universidad de Huelva (jbniebla@telefonica.net). M^a Dolores Degrado Godoy es maestra del CEIP «Francisco Alcalá» de Villalba (Huelva) (loliniebla@telefonica.net).

papel para poner en práctica la nueva educación que la sociedad demanda» (Aguaded, 1999a). En toda sociedad existe una serie de valores que van cambiando con el tiempo, adquiriendo algunos más relevancia que otros. Los valores tienen una poderosa influencia en el comportamiento humano, pues generan actitudes las cuales, a su vez, van a determinar la conducta social de las personas.

Teniendo en cuenta las actuales circunstancias en las que vivimos, la igualdad entre hombres y mujeres se ha convertido en uno de los valores prioritarios o que más relevancia tiene.

Nuestra sociedad ha reglamentado reformas educativas para impulsar la igualdad de oportunidades educativas de niñas y niños. Pero existen otras formas de socialización y modelización cultural, no estrictamente educativas o familiares, como la proveniente de los medios de comunicación, y dentro de éstos, la televisión es el más accesible para niños y niñas, convirtiéndose en un pilar básico en desarrollo intelectual, conductual y emocional de la población infantil.

La televisión es un referente constante para los niños y niñas; con ella conviven gran cantidad de tiempo al día y constituye una fuente potencial de aprendizaje para el menor. El mundo televisivo es un importante agente de socialización para los menores, cuantitativa y cualitativamente hablando. Son múltiples los programas televisivos a los que se enfrentan niños y niñas. Entre ellos se halla la telenovela, la cual es objeto de nuestro estudio.

La telenovela es un fenómeno de entretenimiento basado en el melodrama. A lo largo de su existencia ha sido cuestionada y encasillada a una forma mediocre de entretener a los telespectadores. Se ha debatido el nivel de audiencia y el éxito de las mismas, etc. Pero el objetivo de este trabajo de investigación es contribuir a señalar la representación de los sexos que se ofrece a niños y niñas a través de la recepción de telenovelas, una representación que refleja y recrea la desigualdad entre los géneros, contribuyendo a configurar un orden simbólico patriarcal; una representación que reconstruye la supremacía masculina.

Esta comunicación, resumen breve de un trabajo de investigación llevado a cabo, pretende reflejar los hábitos de consumo de telenovelas de niñas y niños de once y doce años, un consumo que explica la influencia o los efectos del entretenimiento televisivo, al suponer un tipo de interacción diaria y, a la vez, cómo esa recepción confirma, desde la cultura lúdica televisiva, la socialización diferencial de género, contribuyendo al establecimiento de modelos sociales y, por tanto, identidad y expectativas vitales desiguales para niñas y niños.

1. Valores de género

Según Encabo y López (2004), uno de los temas trascendentales en este comienzo de siglo XXI es el referido a las diferencias de género, a los problemas que se derivan de la desigualdad y, cómo no, la violencia existente entre mujeres y varones, ya sea ésta de índole física o bien psíquica. Esta situación viene dada por la configuración social que se establece como marco de referencia para las actuaciones de las personas. No hay duda que el ascenso de la notoriedad de las mujeres dentro del entorno social es un hecho, y tal vez por ello nos genera un mayor rubor la denuncia de las injusticias relacionadas con la diferencias de género, pero no por ello debemos interpretar que éste es un hecho característico de los tiempos en los cuales vivimos. No, no lo es ya que las cuestiones de género son algo que ha trascendido a lo largo de la historia humana y es algo que siempre ha existido –la desigualdad– pero por los condicionantes sociales no era algo que pudiera ser instado al cambio o bien simplemente reseñado. Entre ellos encontramos el sexismo o diferencias de género, y es por ello por lo que merece la pena reflexionar sobre las situaciones que se conciben a partir del planteamiento de la temática.

En el I Plan de Igualdad entre hombres y mujeres en educación (2005: 40), se dice que «un gran cambio que caracteriza nuestra época, y que afecta de forma singular a la vida de las mujeres y de los hombres, es la progresiva incorporación de las mujeres al trabajo remunerado y su acceso a casi todos los ámbitos de la vida pública, la educación, la política, la industria, los sindicatos, la sanidad, la justicia, etc.».

2. Valores y género en la sociedad televisiva

Los hombres y mujeres, biológicamente, nacen diferentes, pero no con una posición diferenciada. Es la sociedad la encargada de que representemos papeles diferentes; o que incorporemos pautas de configuración psíquica y social que hacen posible la diferenciación de género, a través de construcciones sociales. Asimismo, Maisch (1999) apunta que el sexo, hecho biológico, se convierte en género en la medida en que las diferencias sexuales son imaginadas o significadas por la sociedad. Y en la sociedad actual no podemos obviar el papel mediático e influyente de los medios de comunicación de masas como agentes que refuerzan y divulgan determinadas creencias y valores tradicionales, como reflejo de las normas sociales imperantes (Balletbó, 1984). Dentro de estos medios de

comunicación, la televisión es actualmente el principal narrador de historias sobre el mundo y la vida, sobre la sociedad y el ser humano. Entre muchas otras cosas, en sus narraciones va transmitiendo estereotipos diferenciados para hombres y mujeres que vamos interiorizando poco a poco, haciéndolos nuestros, hasta convertirlos en actitudes y conductas; en maneras de ser, de estar y de comportarnos en la vida (Charles, 2002).

3. La educación en valores desde la perspectiva de género

Uno de los objetivos de la educación es enseñar a adaptarse a las nuevas generaciones a comportarse según los valores y pautas socioculturales existentes. Este proceso empieza en la familia y continúa en las escuelas, además de la influencia de la TV a la hora de transmitir dichos valores, entre otros factores.

La familia es el primer lugar donde se perpetúan los roles que la sociedad ha establecido para hombres y mujeres. Numerosos estudios nos demuestran las diferentes actitudes, comportamientos, actitudes etc., que tienen con sus hijos o hijas según su sexo: a las niñas se les potencia la sensibilidad, el miedo, la obediencia, la dependencia, la afectividad. A los niños la agresividad, la competitividad, la independencia... En la escuela se sigue perpetrando la educación segregada, esto es, diferenciando lo que es apropiado para las niñas y lo que es propio para los niños. No se visibiliza lo femenino y se potencia una sola forma de entender la vida, la del género masculino. Esta circunstancia se hace palpable cuando se conduce a las niñas a adoptar actitudes agresivas y competitivas, y no valorando comportamientos cooperativos (considerados femeninos) y olvidando el componente emocional de la educación.

Y por último, no debemos olvidar, la influencia que la televisión ejerce sobre todo en niños y jóvenes a la hora de mostrar imágenes sobre hombres y mujeres, que muchas veces son estereotipadas, irreales... Muñoz y Guerreiro (2001) muestran unas propuestas desde la perspectiva de género para trabajar la diversidad desde la igualdad, se destaca entre varias:

- Educar en la responsabilidad compartida.
- Facilitar y promover el acceso a las nuevas tecnologías.
- Enseñar y aprender las viejas tecnologías o tareas básicas (arreglar un enchufe, coser, etc.).
- Trabajar la afectividad como elemento educativo.
- Favorecer una adecuada autoestima.
- Elaborar un proyecto educativo común vertebrado por la filosofía coeducativa.
- Desterrar la sumisión y el sentimiento de culpa por no agradar, por no responder al modelo que se pide a las chicas.
- Exigir un lenguaje no sexista: medios de comunicación, videos, juegos, imágenes, libros de texto, etc. Nombrar a las mujeres, que estén presentes y sean sujetos del discurso (a través del lenguaje pensamos, nos identificamos y reconocemos, si no se nombra a la mujer se la oculta).
- Trabajar en la cooperación, no en la competitividad. Menos competitividad y más competencia personal.
- Concienciar de la importancia del reparto de tareas y responsabilidades en todos los ámbitos (valorar por igual lo privado –familiar– y lo público).

Además, de todas estas propuestas que hacen referencia sobre todo a la escuela y la familia, no debemos olvidar la educación en los medios de comunicación.

4. Televisión y niños/as

La llegada del nuevo medio tuvo por efecto cambiarles las vidas a los niños, según afirma Vilches (1997). Son numerosos los datos que demuestran que es innegable el protagonismo alcanzado por la televisión en la vida de los niños». Los niños crecen bajo el influjo directo de medios como la televisión, como nos sugiere Sander (1990: 24): «Niños y jóvenes participan ya desde muy pronto con ayuda de los medios de comunicación en el mundo adulto de la política, las catástrofes y las diferentes culturas. Su conocimiento ha cambiado: saben mucho más del mundo de los adultos, lo conocen gracias a la televisión y a los medios de comunicación, incluso antes de ser capaces de experimentarlos por sí mismos».

5. Las telenovelas

El desarrollo de la industria de la telenovela y su actual exportación hacia países de culturas disímiles es un fenómeno tan espectacular como el llamado boom de la novela latinoamericana, el cual ocurrió con diez o quince años de anterioridad. A pesar de sus diferencias, ambos fenómenos tienen en común el terreno de la ficción narrativa,

la cual por primera vez en la historia latinoamericana adquiere circulación internacional. Pero ambos fenómenos son valorados diversamente. El boom de la novela goza del prestigio de los productos de la alta cultura. La telenovela, en cambio es un género contradictoriamente apreciado: disfrutado por millones de televidentes pero estigmatizado por las elites culturales y políticas.

Parece ser que estamos asistiendo al renacer de un fenómeno que arrasó a finales de los 80 y principios de los 90. Alguien habrá que aún se acuerde de aquella inocente muchacha sin padres que pasa una vida..., pues eso, de culebrón. Sí, esa no era otra que «Cristal». Aquello fue algo sin precedentes en España. Pero esta vez el fenómeno televisivo de los culebrones va un poco más allá. La banda sonora es también un objeto de adoración por parte de seguidores y seguidoras (la gran mayoría de la audiencia son mujeres). Entre estos seguidores y seguidoras no podemos obviar que se encuentra la población infantil. Son numerosos los niños y niñas que tararean la banda sonora de alguna telenovela de moda, o que comentan sus historias. ¿Qué está pasando?, ¿dónde está el éxito de estas apasionadas historias?, ¿serán los cuerpos?, ¿será la intensidad del argumento? La respuesta está en la audiencia, que igual que encumbra un programa, lo puede hacer descender al momento.

La telenovela «es un género que forma parte de la dinámica cultural de una sociedad y tiene una finalidad mediática porque funciona dentro de un sistema productivo concreto, atiende a las lógicas del consumo y reproduce al mismo tiempo esquemas culturales. Este género utiliza las diferentes expresiones de la cultura como: la música, el teatro popular, la religiosidad y la vida cotidiana de sus personajes para establecer procesos comunicacionales y generar diferentes lecturas por las audiencias» (Molina y Carvajal, 1999).

6. Los valores de género en las telenovelas

El género telenovela es transmisora de los valores que una sociedad tiene y desea preservar: Para sobrevivir en un lugar dado, es necesario apoyarse en las estrategias que le han funcionado a quienes antes que nosotros han sobrevivido en ese mismo lugar. Implica, por lo mismo, un aprendizaje; pero un aprendizaje no como resultado de un 'sermón', sino por el rechazo intenso a las consecuencias que trae un comportamiento negativo (esto es: por el rechazo a una estrategia que ya antes se ha demostrado como poco adecuada para sobrevivir en ese ambiente y lugar dado)... La literatura permite homogenizar y dar continuidad a esta tarea, y constituyen un instrumento primordial de sobrevivencia. La literatura, en consecuencia, tiene tal importancia que no hay sociedad humana que haya sobrevivido sin ella incluyendo a las sociedades ágrafas, ya que por medio de sus mitos y relatos ellas transmiten igualmente, de una generación a otra los conocimientos que ha permitido su sobrevivencia en el lugar en el que se encuentran.

Para esta autora es indiscutible que la telenovela transmite modelos y forja estereotipos. «¿Significa esto que las telenovelas influyen en niños y adultos? Claro es que sí, y no sólo para bien, sino también para mal (naturalmente el grado variará de una obra a otra, y de una persona a otra). El mecanismo es sencillo: la telenovela (como toda la literatura) hace que odiemos o amemos determinados comportamientos, por la manera como los muestra. Si nos muestra el sufrimiento, miseria y desorientación de un viudo y sus hijos, después de que un rufián asesinó a la madre, nos comprometerá emocionalmente a no repetir el comportamiento del asesino; nos mostrará, por las consecuencias, que matar es un comportamiento destructivo» (Lizaur, 1999: 153-154).

Entre los valores que la telenovela transmite a los telespectadores están los valores de género, como nos comentan Muñoz, Asqueta, y Martínez (2004): «Luego, la telenovela al igual que otros discursos mediáticos actúa como un freno que mantiene al público al margen de la participación en las transformaciones sociales y niega, al fomentar la antidemocracia, la posibilidad de que ciertos sectores se autodeterminen, como es el caso de la mujer, de los marginados, de las minorías étnicas y logren adquirir el status que legítimamente les corresponde en la sociedad y la vida».

La mujer que aparece en la telenovela es una mujer que busca al hombre casi perfecto, una mujer sumisa, obediente, que acepta que éste se involucre con otras mujeres, pero no al contrario, de lo cual sería juzgada, rechazada hasta el final de la telenovela donde sería perdonada: «En estos tipos de mujeres, están al mismo tiempo, encarnados los valores de nuestra sociedad: obediencia, amor, fidelidad, paciencia, resignación y toda la lista de virtudes teologales que no cesan de multiplicarse en la compleja vida moderna. Valores tanto más relativos cuánto más mediatizados por esa forma invisible que constituye el verdadero motivo del conflicto: el poder. La telenovela por lo general, no plantea un conflicto de valores, sino una lucha por mantener el poder. Y es así como la imagen de la mujer, se convierte en un factor ideológico de innegable contenido político» (Osuna, 1984: 25). Llegamos entonces a un punto importante: el subtema de la telenovela (la que realmente tiene el nivel de audiencia) es esa lucha

política en la que se le da a la mujer un rol social de sumisión e inferioridad, ante el papel que desempeña el hombre dentro de la sociedad.

Ortega y Solsona (2000) resaltan los estudios de Modleski (1982), trabajo sobre narrativas femeninas populares que se convirtió en esencial a la hora de establecer un marco definitivo del discurso crítico de las soap operas. La investigadora sostiene que uno de los hechos que hace que la telenovela sea apreciada por la audiencia femenina es que el género se adapta muy bien a las tareas de las mujeres en el hogar, porque las telenovelas son repetitivas y no necesitan ser seguidas con una concentración continua; pero además, a diferencia de las radionovelas, éstas animan a dedicar un tiempo «para una», sentándose frente al televisor, y deteniendo por unos momentos las actividades domésticas. Modleski también destaca que las «soap operas» no representan familias ideales sino todo lo contrario, de manera que las mujeres se ven acompañadas por las protagonistas en sus mismos problemas familiares. En la misma hay que preguntarse si las espectadoras pueden usar las telenovelas, y en particular las redes de «cotilleo» (gossiping en inglés), como un escalón más hacia la emancipación y como un catalizador del cambio social, o si, como se supone generalmente, las telenovelas refuerzan los valores culturales que mantienen a las mujeres en el lugar tradicional. Después de entrevistar a telespectadoras australianas de soap operas australianas, británicas y americanas desde 1986 a 1988, Mary Ellen Brown llega a la conclusión que es posible que algunos hombres y mujeres usen las conversaciones en los grupos de amistad sobre telenovelas para definir su espacio en el interior de una cultura que les deja poco lugar para constituir sus propias nociones de identidad.

7. Trabajo de Investigación

Siguiendo a Romero (1999: 81), la investigación educativa no constituye hoy patrimonio exclusivo de los altos organismos oficiales, cada vez con mayor fuerza ésta se impone como una necesidad básica para el perfeccionamiento del profesorado, el desarrollo y evolución del currículum.

Con la nueva Ley de Educación (LOE), esta educación en valores queda reflejada, incluso incorporando nuevas asignaturas, como es Educación para la Ciudadanía.

La Junta de Andalucía, ha presentado el anteproyecto de Ley de Educación de Andalucía, quedando reflejado en el artículo 41 (Competencias básicas de las enseñanzas obligatorias), en las que incluye: Competencia social y ciudadana, entendida como aquélla que permite vivir en sociedad, comprender la realidad social del mundo en que se vive y ejercer la ciudadanía democrática.

Este mismo anteproyecto recoge en el artículo 42, la educación en valores (2006: 43): «Las actividades de las enseñanzas en general, el desarrollo de la vida de los centros y el currículo tomarán en consideración como elementos transversales el fortalecimiento de los derechos humanos y de las libertades fundamentales, los valores que preparan al alumnado para asumir una vida responsable en una sociedad libre y democrática, con espíritu de comprensión, paz, tolerancia, igualdad de los sexos y amistad entre todos los pueblos y grupos étnicos, nacionales y religiosos, así como la adquisición de hábitos de vida saludable y el respeto al medio ambiente. Con objeto de favorecer la igualdad real y efectiva entre hombres y mujeres, el currículo permitirá apreciar la contribución de las mujeres al desarrollo de nuestra sociedad y al conocimiento acumulado por la humanidad».

Queda claro, la necesidad de educar en valores, y como se resalta, sobre la educación para la igualdad. La influencia mediática de la televisión en nuestros días, adquiere gran relevancia en la configuración de un orden simbólico patriarcal, que establece la jerarquía de los géneros, dando lugar a la supremacía de lo masculino sobre lo femenino. Los medios de comunicación suelen ofrecer una visión estereotipada y reduccionista de los sexos, como ha sido manifestado desde estudios que han empleado la perspectiva de género.

El trabajo de investigación se centra en el estudio de la representación de los sexos que se ofrece a niños y niñas a través de la programación televisiva, concretamente de las telenovelas; una representación que contribuye a la supremacía masculina, que aleja a los varones de tareas domésticas, donde los varones sólo se dedican a actividades tradicionalmente masculinas, donde se usa la violencia como recurso de identidad masculina, etc.

Se trata, por tanto, de desarrollar la «competencia televisiva». Aguaded (1999a, b) hace referencia al estudio de Grégoire, quien establece cuatro dimensiones para desarrollar la competencia televisiva:

- «Una actitud de comprensión del fenómeno televisivo en todas sus dimensiones. (...) Conocer y experimentar el proceso de producción de los mensajes, sus lenguajes, sus moldes y esquemas lingüísticos, sus significaciones...».
- «Una actitud crítica» ('percepción orientada'). La recepción crítica implica no sólo recibir los mensajes sino interrogarlos, resituarlos, confrontarlos...

- «Una actitud selectiva»: seleccionar significa elegir conforme a unos valores.
- «Una actitud participativa», que suponga, también, la interacción y posterior apropiación del mensaje.

Desde este trabajo se propone incorporar en este proceso de alfabetización audiovisual con la finalidad de desarrollar la competencia televisiva la perspectiva de género.

7.1. Objetivos de la investigación

La finalidad y objetivo general de este trabajo de investigación es reflejar los hábitos de consumo del género telenovela en niños y niñas de once y doce años; y a la vez como esa recepción contribuye o reafirma la desigualdad de género.

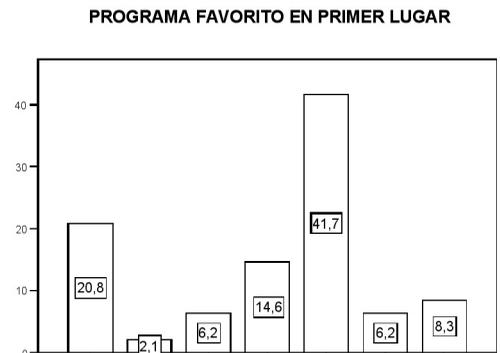
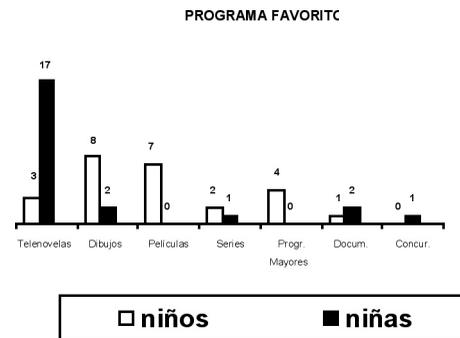
7.2. Los resultados

Al preguntar por el programa favorito, son las telenovelas las que sobresalen sobre los demás, con un 41,7%, ocupando un segundo lugar los dibujos animados con un 20,8%, prácticamente la mitad del primero. Queda claro y confirmado que estos niños y niñas consumen este género televisivo, llegando incluso a ser su favorito. Las niñas prefieren las telenovelas, ya que casi todas, a excepción de dos alumnas, han elegido alguna telenovela como programa favorito, y aunque los alumnos también han optado por ella, se decantan por los dibujos animados.

Pero dado que es el género del que es objeto el trabajo de investigación, uno de los bloques de preguntas del cuestionario estaba dirigido a profundizar sobre éste. Se

pre-

tendía recoger qué telenovelas conocían los niños y niñas.



7.3. Conclusiones

Si se tiene en cuenta que un porcentaje de niños y niñas ven la televisión en horarios (mediodía/tarde) donde son más frecuentes las emisiones de telenovelas; que es el tipo de programa más permitido por los padres a la hora de su visión; que el 60,4% tienen TV para ellos solos y por tanto aunque se lo prohíban pueden que no lo cumplan; es evidente que los niños y niñas lo tienen muy fácil para consumir este género televisivo, como ha quedado demostrado, con un 41,7%, más del doble del segundo programa televisivo favorito elegido.

Además, telenovelas de gran éxito y audiencia adulta como «Pasión de Gavilanes», ha resultado tener semejante audiencia

en la población infantil de esta investigación, con un 50%. A esto le sumamos el 8,3% que han optado por otras telenovelas, y comprobamos que un 58,3% han elegido telenovelas como programas favoritos.

Todo ello se ha reafirmado y confirmado aún más, cuando además se ha indagado en sus personajes favoritos de la programación televisiva en general, ocupando personajes de telenovelas el 68,7% frente al 31,5% que han elegido otros personajes del mundo televisivo.

Del análisis de los hábitos de consumo de telenovelas, en la interiorización de la representación de géneros se concluye que: la representación de personajes masculinos favoritos es mayor que la de personajes femeninos; los niños y niñas encuestados eligieron como favoritos a una mayoría de personajes masculinos, el 70,8%, frente al 29,1% de personajes femeninos; las niñas valoran más a estos personajes favoritos por el aspecto físico agradable (modelos de cuerpos muy vendidos en los medios de comunicación, al que muchas niñas quieren imitar, el culto al cuerpo) y las cualidades relacionales, de habilidad social; los niños, aunque también resaltan el aspecto físico agradable, es más compartido con otras cualidades que no aparecen el grupo femenino encuestado, como son la agresividad y la violencia, estereotipos masculinos. Por tanto, el refuerzo estereotípico de género muestra su influencia en

¿Conoces algunas de estas telenovelas?	
TELENOVELAS	TOTAL
Pasión de Gavilanes	85,4%
Arrayán	81,25%
El cuerpo del deseo	62,5%
Amarte así	60,42%
Rubí	56,25%
La Tormenta	52,08%
Los Plateados	47,92%
El auténtico Rodrigo Leal	45,83%
Amar en tiempos revueltos	39,58%
Betty la fea	29,17%
Obsesión	16,67%
Otros	6,25%

la socialización diferencial de género. Por otra parte, al disponer de TV gran parte de éstos, para ellos solos, el control de programas resulta más complicado. Aunque ha quedado demostrado que tanto los niños como las niñas de esta investigación, consumen telenovelas, el grupo femenino lo hace en mayor proporción que el masculino, con un 40,7% frente al 7,1%. Los niños se decantan por los dibujos animados y las películas.

Si tenemos en cuenta, que los programas concretos o específicos que han resultado favoritos, se vuelve a constatar lo anteriormente expuesto, ya que del 50% que

han elegido la telenovela «Pasión de Gavilanes» como programa favorito, el 35,4% son niñas, frente al 14,5% que son niños. Por otro lado, la realización de este trabajo de investigación nos ha llevado a conocer que son sus madres, las mayores consumidoras de telenovelas en sus casas, con un 56,2% frente a un 4,1% de padres, por lo que además de ser consumida por la mayoría de las niñas de este estudio, lo es también por el sexo femenino adulto.

En definitiva, y entre otras conclusiones finales del trabajo, se resalta y se puede confirmar que los niños y niñas, sujetos de este trabajo de investigación y que pueden servir de referencia para conocer la situación en otros contextos, consumen telenovelas y al mismo tiempo esa recepción está influyendo y afirmando la socialización diferenciada de género.

Referencias

- AGUADED, J.I. (1999a): Educación para la competencia televisiva. Fundamentación, diseño y evaluación de un programa didáctico para la formación del telespectador crítico y activo en Educación Secundaria. Universidad de Huelva, Tesis doctoral en edición electrónica.
- AGUADED, J.I. (1999b): Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva. Barcelona, Paidós.
- BALLETBÓ, A (1984): «La mujer en los medios de comunicación social», en Revista Leviatán. Madrid.
- CHARLES, M. (2002): «La televisión y la construcción de género», en Segundo Congreso de Imagen y Pedagogía, Mazatlán, Sinaloa; noviembre.
- ENCABO, E. y LÓPEZ, A. (2004): «Diferencias de Género y Comunicación: aspectos no verbales y propuestas didácticas», en Didáctica (Lengua y Literatura), vol. 16, Murcia.
- JUNTA DE ANDALUCÍA (2006): Anteproyecto de Ley de Educación de Andalucía. Consejería de Educación de la Junta Andalucía.
- JUNTA DE ANDALUCÍA (2005): I Plan de Igualdad entre Hombres y Mujeres en Educación. Sevilla, Consejería de Educación de la Junta de Andalucía.
- MAISCH, G. (1999): «Los discursos de género en la juventud peruana y la experiencia comunicativa de andamios», en La Ventana, 10. México.
- MODLESKI, T. (1982): Living with a vengeance. Nueva York, Methuen.
- MOLINA, X. y CARVAJAL, L. (1999): «Trayectoria de la telenovela latinoamericana: el caso de telenovela brasileña», en Revista Latina de Comunicación Social, 21, septiembre.
- MUÑOZ, C.; ASQUETA, M.C. y MARTÍNEZ, B. (2004): «La telenovela: ¿Ritualización antidemocrática del espacio público», en Ritualización antidemocrática del espacio público: La telenovela. Universidad Minuto de Dios.
- MUÑOZ, A. y GUERREIRO, B. (2001): «Materiales previos. Conclusiones del Grupo de trabajo: Sexo y género en la educación», en Congreso Construir la escuela desde la diversidad y para la igualdad.
- ORTEGA, M. y SOLSONA, M. (2000) «Demografía, cambio familiar y telenovelas. De la realidad a la representación y viceversa», en La familia en Cataluña. Continuidades y cambios. Centre d' Etudis Demogràfics.
- OSUNA, Y. (1984): «Imagen de la mujer en la telenovela», en Revista Comunicación, 47.
- ROMERO, J.B. (2005): «Televisión y adolescentes: una crítica y controvertida relación», en Comunicar, 25; 147-151.
- VILCHES, L. (1997): «La fuerza de los sentimientos», en VERÓN, E. y ESCUDERO, L.: Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales. Barcelona, Gedisa.