

Influencia del consumo en el entorno: la importancia de la tecnología doméstica en la vida cotidiana

GASPAR BRÄNDLE SEÑÁN

Departamento de Sociología y Política Social. Facultad de Economía y Empresa
Universidad de Murcia
gbrandle@um.es

Resumen

El hogar se ha convertido en un espacio para el consumo y se llena de objetos que afectan de una forma u otra a nuestras vidas, modificando nuestras costumbres y estilos de vida con su presencia (o ausencia). El objetivo de este trabajo se centra en explicar la importancia que adquieren estos objetos de consumo en nuestra vida cotidiana, destacando aspectos tales como: el uso del tiempo familiar en función de la posesión (o no posesión) de un determinado tipo de equipamiento, los estilos de vida a los que dan lugar los nuevos equipamientos en el hogar, qué tipo de relaciones motivan entre los miembros que forman el hogar, qué miembros de la familia utilizan un determinado aparato, quién establece las reglas de uso, quién decide la compra, etc. Por tanto, más que conocer el gasto total de los hogares españoles en equipamiento o el número de aparatos por hogar, lo que se quiere es destacar los aspectos sociales que implica este tipo de consumo. Así, si acordamos que, en la actualidad, el consumo es un factor clave en la formación de las identidades, podremos concluir que los objetos que nos rodean jugarán un papel básico en el proceso de creación de estilos de vida diferenciados.

Palabras Clave: *Objetos de consumo, Estilos de vida, Uso del tiempo, Dinámicas familiares.*

Abstract

The home has turned into a space for the consumption and fills with objects that affect to our lives, modifying our customs and lifestyles with their presence (or absence). The aim of this work centres on explaining the importance that these objects of consumption acquire in our everyday life, emphasizing such aspects as: the use of the family time depending on the possession (or not possession) of a certain type of equipment, the lifestyles to those who give place the new equipments in the home, what type of relations they provoke among the members who

form the home, what members of the family use a certain device, who establishes the rules of use, who decides the purchase, etc. Therefore, more than to know the total expense of the Spanish homes in equipment or the number of devices per home, which is wanted is to emphasize the social aspects that this type of consumption implies. This way, if we agree that, at present, the consumption is a key factor in the formation of the identities, we will be able to conclude that the objects that surround us will play a basic role in the process of creation of differentiated lifestyles.

Keywords: *Consumption objects, Lifestyles, Use of time, Families dynamics.*

1. Introducción

Hace tan sólo unas décadas las personas tenían acceso a un número muy limitado de objetos y entendían que su uso debía ser prolongado en el tiempo, ahora la lista de artículos disponibles para el consumidor es casi infinita y éstos se producen con una fecha de caducidad prevista. Todo ello induce a que los consumidores compren cada vez más, pero también que estén dispuestos a deshacerse de los bienes que compran en un corto período de tiempo¹. De manera que, “el camino que va desde el centro comercial hasta el basurero debe ser lo más corto posible, y el tránsito entre ambos lugares, cada vez más rápido” (BAUMAN 2007: 72).

Nunca antes habíamos vivido en un entorno tan materialista como el actual, estando en gran medida rodeados de objetos de consumo que condicionan nuestra vida social y personal en múltiples aspectos (BAUDRILLARD 1974). El consumo de bienes y servicios se ha generalizado para la gran mayoría de la población occidental, de manera que algunos hablan de una sociedad no ya de consumo, sino de *hiperconsumo* (RITZER 2005; LIPOVETSKY 2007). En este sentido, Bell considera que,

“La transformación cultural de la sociedad moderna se debe, sobre todo, al ascenso del consumo masivo, o sea, a la difusión de los que antaño eran considerados lujos a las clases media y baja de la sociedad. En este proceso, los lujos del pasado son constantemente redefinidos como necesidades, de modo que llega a parecer increíble que

¹ En cualquier caso, no es éste un aspecto especialmente novedoso para caracterizar a las sociedades de consumo actuales, por ejemplo Moles ya señalaba -hace más de un cuarto de siglo- que “la facilidad con la que un objeto desaparece llega a ser una virtud tan grande como su capacidad para aparecer; el objeto listo para tirar, o mejor, listo para ser destruido” (MOLES 1974: 109).

un objeto ordinario pueda haber sido considerado alguna vez fuera del alcance de un hombre ordinario” (BELL 1977: 73).

Asimismo, hay coincidencia en señalar que el papel que jugaba el trabajo como elemento base en la formación de la identidad individual ha sido desplazado en gran medida por el consumo (véanse por ejemplo: FOX 1971; CASTILLO 1989; LURY 1996; BORRÀS 1998; MARINAS 2001; ALONSO 2005; VERDÚ 2007). Se puede afirmar que la conformación de la identidad en la sociedad actual está mucho más relacionada con los objetos, las marcas y los estilos de consumo, que con la posición que se ocupa en el sistema de producción. En esta línea (BOCOCK 1995) considera que la posmodernidad implica un desplazamiento del papel desempeñado por el individuo en la cadena productiva como eje central de su vida, de su sentido de identidad, etc.; hacia otros aspectos de la vida relacionados con la familia, las asociaciones, el ocio y el consumo en general. En definitiva, la “estética del consumo” gobierna hoy, allí donde antes lo hacía la “ética del trabajo” (BAUMAN 2000).

Por ello, aunque existen múltiples factores que pueden influir en la vida cotidiana de las familias, destacando entre ellos la salud, los problemas económicos, el paro o la educación, hay que subrayar que en nuestros días el consumo es uno de los que adquiere mayor importancia. Gran parte de nuestras actividades cotidianas están relacionadas de algún modo con el consumo, de ahí que, en la actual sociedad de consumo masivo, el acceso diferencial a determinados artículos de consumo pueda tener notables consecuencias sobre las familias y su vida diaria.

2. La integración de la tecnología en la vida cotidiana

2.1. La influencia de los equipamientos en perspectiva histórica: la revolución doméstica

Ha pasado más de medio siglo desde que llegó el primer electrodoméstico a los hogares españoles y desde entonces el hogar se ha ido llenando de aparatos de todo tipo. Cada uno de los aparatos contenidos en el espacio doméstico ha supuesto una pequeña revolución en la forma de entender la vida en el hogar, ya que con su aparición han modificado nuestros estilos de vida precedentes.

Desde esos primeros años de introducción de lo que se ha venido en llamar electrodomésticos de *primera generación*, hemos asistido a la aparición de sucesivas generaciones de aparatos que han ido cubriendo, ampliando y revolucionando el entorno hogareño. De forma que lo que se conoce como el *standard*

*package*² del hogar ha ido creciendo con el paso de las décadas, se han añadido cada vez más aparatos y hemos pasado del trío de electrodomésticos (televisión, lavadora y frigorífico) a la multiplicidad de aparatos presentes en el hogar. De hecho, los hogares se han equipado de tal manera, que incluso se ha llegado a un cierto punto de saturación en este mercado, siendo necesario estimular la demanda a través del fomento del pluriequipamiento en el entorno doméstico. Así, si en un primer momento fue característico un tipo de consumo *semicolectivo*, que establecía como norma habitual la posesión un único aparato de cada tipo por hogar (una televisión, un teléfono, etc.); en los últimos años se ha superado esa lógica, generalizándose la posesión de varios aparatos de cada tipo por hogar, hasta llegar en algunos casos al equipamiento individual. Esto permite prácticas de consumo más individualizadas, más autonomía personal, mayor grado de independencia de los miembros de la familia, menores controles familiares, etc. La tecnologización del hogar permite a los individuos construir su propio espacio-tiempo: es el momento de la *hiperindividualización* en la utilización de estos bienes, desajuste de los ritmos familiares, desincronización de actividades cotidianas, etc. (LIPOVETSKY 2007: 90-7).

En las últimas décadas, la revolución se ha producido principalmente en relación al ocio doméstico, donde las pantallas de alta definición, el vídeo -o su sucesor el DVD-, los reproductores multimedia o la posibilidad de descarga -legales o ilegales- de contenidos multimedia a través de Internet, han cambiado la forma de entender la diversión y el ocio dentro del hogar. De manera que, como advierte (GERSHUNY 1987a), la inversión en bienes de entretenimiento en el hogar ha supuesto que una creciente proporción del tiempo de ocio disfrutado se produzca dentro del hogar en lugar de en la *economía formal*. Así, en lugar de asistir al cine, al teatro, a un espectáculo deportivo o cultural en directo, muchas personas disfrutan de este ocio gracias a los bienes de entretenimiento presentes en el hogar³.

Con la llegada de las nuevas tecnologías las transformaciones han sido, si cabe, todavía mayores. El ordenador, Internet, el teléfono móvil o los reproductores MP3, han cambiado de forma radical la vida cotidiana de las personas, especialmente la de los jóvenes, que han crecido con la progresiva difusión de estos aparatos y los utilizan frecuentemente en su vida cotidiana⁴. Precisamente, lo que

² El *standard package* es ese conjunto *indispensable* de bienes con el que cuenta, de una manera considerablemente uniforme, la mayor parte de la población que forma una sociedad (RIESMAN 1965: 26 y ss.).

³ La gran difusión de este tipo de bienes en el hogar en las últimas décadas indica, para (BOWDEN Y OFFER 1994), que la demanda de los mismos no está muy relacionada con los ingresos y el precio, sino que su posesión se ha convertido casi en un imperativo, difundándose por la población con una mínima distancia social en su acceso.

⁴ El estudio de (HARTMAN 2005) da cuenta de esta realidad a nivel europeo, destacándose la amplia influencia que están teniendo las nuevas tecnologías en la vida cotidiana de los adolescentes (e incluso niños) europeos.

se ha venido en denominar como *efecto generación* tiene una gran importancia en este sentido, ya que las personas que nacen en diferentes momentos experimentan acontecimientos diferentes. A ello se suma el hecho de que un acontecimiento determinado tendrá una repercusión distinta en función de la edad a la que se perciba. Así, las personas que nacen antes de que una determinada tecnología aparezca la tratan como una novedad a la que deben adaptarse; mientras que aquellas personas que nacen después de la aparición de una tecnología la utilizan como una solución habitual en su vida diaria⁵, algo cotidiano que no supone nada novedoso y que, incluso, constituye un problema para ellas cuando, por cualquier motivo, deben prescindir temporalmente de estas tecnologías.

2.2. El entorno doméstico y los usos familiares

Las funciones y posibilidades que nos permiten los aparatos presentes en nuestros hogares son muy diversas, por ejemplo favorecen que las familias se relacionen con otras redes sociales (teléfono); sirven para relajarse en el entorno doméstico (vídeo o televisión); también pueden facilitar el acercamiento entre los miembros (reunión de la familia en torno a la televisión principal del hogar) o la separación (cada miembro tiene su propia televisión, radio u ordenador en su habitación); pueden influir, incluso, en la forma en que se establecen los límites y la jerarquía dentro del hogar, instaurando distinciones por sexo o generación (por ejemplo quién decide la compra de los bienes importantes en el hogar o quién utiliza las nuevas tecnologías) (LUNT Y LIVINGSTONE 1992).

Siguiendo con esta línea argumental, podríamos señalar que la introducción de estos aparatos en el hogar permite la diferenciación e identificación dentro de las mismas familias y, también, entre ellas. De hecho, en la vida de la familia moderna hay un dilema entre la necesidad de mantenerse unida y seguir siendo un refugio para sus miembros (cohesión) y la necesidad de libertad y desarrollo individual de los mismos (separación). Si este dilema lo llevamos al terreno del equipamiento en el hogar, veremos que el uso y consumo de estos aparatos puede tanto provocar como reducir tensiones en el seno familiar. (RØPKE 2001) considera, por ejemplo, que la fricción entre los miembros de una familia puede reducirse si dicha familia tiene suficiente espacio y equipamiento para asegurar que el uso que un miembro hace, no restringe el uso que puedan hacer otros miembros. Esta tendencia al uso y posesión individual de los equipamientos explicaría el creciente número de televisores, equipos de música, cámaras, ordenadores, etc., por hogar.

⁵ Estas dos maneras de “enfrentarse” a las nuevas tecnologías encajan perfectamente en la, ya clásica, denominación de (PRENSKY 2001) cuando distingue entre “nativos” e “inmigrantes” digitales.

Además, los múltiples aparatos que forman parte del equipamiento del hogar pueden modificar la vida diaria de las familias, en unas ocasiones para bien, un ejemplo son los diferentes adelantos técnicos que facilitan la vida; y, en otras, creando conflictos internos por su uso, ejemplos de ello son la batalla por el mando de la televisión⁶ o la disputa entre padres e hijos por el volumen de la música, las horas dedicadas a jugar a la videoconsola o a ver la televisión.

Y es que el uso de los aparatos domésticos plantea una serie de necesidades de control, de regulación y de mantenimiento de unos límites, que deben servir para establecer los contenidos, la forma de utilización, etc. Por ello, los patrones de uso de la tecnología en el hogar obedecerán en muchas ocasiones a criterios de edad, género, estatus, etc.; aspectos que determinarán quién tiene acceso, cuándo, para qué, cómo se negocia el acceso, qué control se ejerce, etc. (PUNIE 2005). En cualquier caso, la asimilación de la tecnología en el hogar también puede cambiar el tradicional equilibrio de poderes, por ejemplo cuando los hijos son más competentes en el uso de una nueva tecnología que los padres, o cuando un determinado aparato cambia las creencias culturales en relación a la división sexual del trabajo y lo que cada persona puede hacer.

De hecho, aunque se han producido cambios sustanciales en el hogar, las diferencias en el seno del mismo siguen siendo visibles en muchos de los casos. De forma que el trabajo doméstico suele marcar distancias entre unos y otros dentro de la mayor parte de los hogares. Así, si bien se va extendiendo la tendencia a distribuir las tareas de una forma más equitativa, todavía recaen sobre la mujer la mayor parte de las tareas cotidianas del hogar. Además, aunque se repartan algunas de estas tareas, dentro de esta actividad doméstica habría tareas que generalmente desempeñan las mujeres: limpieza, compra, comida, cuidado de niños y ancianos, etc.; mientras que otras son desempeñadas en su mayor parte por los hombres: bricolaje, electricidad, organización del presupuesto, etc. A esto, se une una diferenciación temporal de las mismas, no sólo en la cantidad de tiempo que requieren unas y otras, sino en los condicionantes horarios que tienen estas tareas. En este sentido, las tareas de responsabilidad femenina suelen tener horarios más rígidos y establecidos que las tareas de responsabilidad masculina.

En cuanto a la organización del tiempo libre dentro del hogar, se observan algunas diferencias en función del género, siendo un espacio donde los hombres suelen disponer de mayor cantidad y calidad de tiempo libre. A ello contribuyen algunos aparatos de uso cotidiano en el hogar como la televisión, el vídeo o el DVD, utilizados generalmente por los hombres como aparatos de ocio y por las

⁶ A este respecto GRAY llega a afirmar que existe una dominación masculina en el uso del mando a distancia, concluyendo que “la mayoría de las mujeres [del estudio que esta autora realiza en los Estados Unidos] dijeron que si la familia estaba reunida en la habitación de la televisión, los miembros masculinos del hogar, bien el padre o bien los hijos varones, controlarían sin excepción el mando a distancia del televisor” (GRAY 1992: 174).

mujeres como aparatos que les permiten simultanear las tareas del hogar haciéndolas más llevaderas. Para Gray (1992), las prácticas de utilización de estos aparatos difieren en función de quién los utilice, a qué hora, en compañía de quién, etc.; concluyendo que los hombres suelen utilizarlos con mayor grado de atención, en silencio y muchas veces en solitario, mientras que las mujeres se caracterizan por una utilización menos focalizada, tendente a la distracción debido a la realización de otras actividades de manera simultánea.

Todo ello deja constancia, nuevamente, de la importancia que el equipamiento doméstico tiene en la formación y difusión de estilos de vida concretos y en su repercusión en la vida cotidiana de las personas. De ahí, la gran relevancia -incidiendo en lo señalado con anterioridad- de los aspectos *cualitativos* en relación al equipamiento en el hogar ya que, si bien existen similitudes en el nivel de equipamiento en gran parte de los hogares -y ello aunque se tengan diferentes características económicas, de estructura de hogar o de hábitat-, la diferencia vendrá determinada por el tipo de uso que se hace de estos bienes de consumo.

De manera que, si la sociedad de consumo de masas permite que amplias diferencias de clase se vean reducidas y que casi todos tengan acceso a casi todo -debido principalmente a un eficaz sistema productivo y a los avances tecnológicos que reducen el precio de los bienes de equipamiento, facilitando con ello su consumo generalizado-, las diferencias siguen existiendo bajo la forma de finas distinciones de rango social y estilo de vida.

3. La influencia del consumo de bienes superiores en el uso del tiempo doméstico

Todas las actividades de nuestra vida exigen determinados recursos, ya sean monetarios, físicos, intelectuales, etc., pero en todas ellas hay un denominador común: el tiempo. Por ello, en las sociedades avanzadas el tiempo se constituye como uno de los recursos más apreciados; pudiéndose afirmar, incluso, que el devenir de nuestra vida depende en gran medida de la capacidad para manejar nuestro tiempo. El tiempo del que dispone cada persona se emplea en la realización de las actividades que conforman la vida cotidiana, de ahí que una buena manera de conocer las características que definen a las personas que forman una sociedad, sea a través del uso que hacen de su tiempo. Y es que, como señala Marías, “cada forma de vida es, entre otras cosas, una manera peculiar de consumir el tiempo de que se dispone” (1964: 359).

Nuestra vida cotidiana queda, por tanto, estructurada de acuerdo con la distribución que hagamos de nuestro tiempo, destinando habitualmente una parte considerable del mismo a producir para conseguir recursos monetarios que nos permitan consumir y disfrutar de tiempo de ocio. Pero el tiempo productivo de

cada persona no vale lo mismo. Tampoco vale lo mismo el tiempo libre, ya que en una sociedad de consumo desarrollada como la actual, donde las posibilidades para el consumo y el ocio son casi infinitas, se generaliza una tendencia en relación a la escasez de tiempo para acceder en plenitud a la oferta que se presenta ante nosotros.

El tiempo, especialmente el tiempo libre, ocupa un lugar privilegiado en nuestra escala de valores, debido precisamente a ese sentimiento de carencia. En cualquier caso, como decíamos, no hay igualdad de oportunidades en el acceso. Y ello, tanto a nivel cuantitativo: términos absolutos de tiempo libre disponible; como a nivel cualitativo: calidad del mismo, ritmos, contenidos, etc. Así, siguiendo a (GIL CALVO 1988), podemos diferenciar entre consumos de ocio intensivos en tiempo (aquellos que requieren fundamentalmente tiempo para su realización, como el juego de los niños) e intensivos en recursos (aquellos que requieren grandes inversiones de recursos, como viajar). Es evidente, que dependiendo de lo que se posea, tiempo o recursos, el estilo de vida será diferente. Por ello, el factor trabajo resulta de gran relevancia a la hora de poder disfrutar de un ocio de calidad, entendido como aquel que necesita de recursos económicos para su disfrute. Del otro lado, estarían los grupos de personas en situación de paro, inactividad o enfermedad, con gran cantidad de tiempo libre -no deseado- y que disfrutaban de ocios de muy baja calidad como ver la televisión.

En todo caso, el valor del tiempo libre está en que es un tiempo propio, se tiene la libertad de consumirlo libremente y además -en la línea expuesta por (VEBLEN 1899)- confiere prestigio a aquellos que lo disfrutaban: “económicamente improductivo, ese tiempo es el de una producción de *valor*, valor de distinción, valor de *status*, valor de prestigio” (BAUDRILLARD 1974: 223). Por eso son tan importantes los aparatos que ahorran tiempo en la realización de determinadas tareas, ya que permiten disponer de ese tiempo para otras cosas: “la lavadora significa tiempo libre para el ama de casa, tiempo libre virtual transformado en objeto para poder ser vendido y comprado” (*Ibíd.*: 218).

En los dos siguientes apartados se tratará, precisamente, de destacar la influencia que tiene la presencia (o ausencia) de equipamiento, en el uso y la distribución del tiempo en el hogar. Para ello, se ha seguido la categorización que hacen (BOWDEN Y OFFER 1994), quienes diferencian entre:

- ***Time-saving goods***: se trataría de aquellos aparatos a los que se les supone la capacidad de ahorrar tiempo y esfuerzo en la cadena de tareas frecuentes en el hogar. Nos ayudarían, en definitiva, a disponer de una mayor cantidad de tiempo para uso discrecional. Este grupo (también denominado como *línea blanca*) estaría formado por lavadoras, microondas, lavavajillas, secadoras, etc.
- ***Time-using goods***: grupo formado por los dispositivos que necesitan de nuestro tiempo de uso discrecional para su disfrute, mejorando –aun-

que no siempre— la calidad del mismo. Son aparatos relacionados con el entretenimiento y el ocio en el hogar (también conocidos como *línea marrón*), algunos ejemplos serían el vídeo, el DVD, el ordenador, etc.

Además de *ahorrarnos* tiempo de trabajo o *necesitar* de nuestro tiempo de uso discrecional para su disfrute, habría otras características que les diferenciaría: funciones, usos que se les da, miembros de la familia que los utilizan, estilos y diseños, estatus que confieren, grado y rapidez de introducción, etc. En este último sentido, los *time-using goods* han tenido un proceso de difusión mucho más rápido que los *time-saving goods*; lo que puede ser explicado debido a que, aparentemente, los consumidores han dado mayor prioridad a la mejora en la calidad del tiempo de uso discrecional, que al incremento en su cantidad. Esto refleja un ritmo de cambio tecnológico desigual, habiendo sido más fácil —como veremos— el incremento del ocio en el hogar, que la reducción de las cargas de trabajo doméstico. A ello se suma el hecho de que los bienes de entretenimiento son bienes que utilizan y disfrutan la totalidad de aquellas personas que forman el hogar, lo que podría incidir en que la decisión de compra se tomara con mayor celeridad⁷.

3.1. Equipamiento, uso del tiempo y tareas domésticas

Se han producido algunos cambios en relación a la cantidad de tiempo que se les dedica a las tareas domésticas, a lo que se une la modificación de algunos hábitos y conductas dentro del hogar. Ahora se distribuye de otra forma, está más repartido entre los diferentes miembros del hogar, se ha producido un trasvase de tareas hacia la *economía formal* y también se han delegado tareas en el personal contratado en el hogar. A ello hay que sumar un cambio en los estilos de vida familiar, provocado por la evolución social y también, en gran medida, por la introducción de aparatos para el ocio doméstico o el desempeño de tareas en el hogar⁸.

⁷ La toma de decisiones de consumo en el hogar ha sido muy estudiada en las últimas décadas; de hecho, no se debe obviar que la familia es el grupo en el que más decisiones colectivas son tomadas, dada la prolongada interacción que se produce entre sus miembros (ALONSO RIVAS 1997 y SOLÉ 2003). Además, hay que destacar que todos sus miembros son ahora potenciales consumidores, participando del consumo con sus particulares gustos y necesidades individuales (DE MIGUEL, 2001). El consumidor tiene ahora rango *vitalicio* (LIPOVETSKY 2007). Especialmente evidente es, a este respecto, la creciente importancia que han adquirido los niños en la toma de decisiones de consumo familiares. Lo que se debe, según (SCHOR 2004), a que la publicidad también se dirige directa o indirectamente a ellos y tienen incluso más información que sus padres en cuanto a productos y marcas.

⁸ La aparición de los primeros electrodomésticos en los países más desarrollados a principios del siglo pasado, es señalado por varios autores como un aspecto clave a la hora de explicar la reducción

Es evidente que las costumbres y conductas varían a lo largo de los años, pero de lo que parece no haber duda es que la progresiva introducción y difusión de electrodomésticos revierte en una disminución del tiempo dedicado al trabajo doméstico en el hogar. Gershuny lo explica así, “más capital productivo en el hogar; por lo tanto, producción doméstica más eficaz y menos tiempo de trabajo doméstico” (GERSHUNY 1987b: 177). En la misma línea se encuentran (CARRASCO Y RECIO 2001), quienes resaltan, entre otros factores, la introducción de adelantos tecnológicos como un elemento clave a la hora de explicar la reducción de tiempo dedicado al trabajo doméstico. El argumento de (MARTINELLI Y CHESI 2005) no se aleja demasiado de los anteriores, al establecer que se han producido algunos cambios que permiten una mayor capacidad de planificación familiar. Entre éstos, destacan la introducción de tecnologías domésticas como un factor que permite ahorrar tiempo en las actividades del ama de casa y que, además, ha contribuido a reducir las diferencias de género en los modos de organizar el tiempo cotidiano. De ahí que, si una de las características de la sociedad actual es la falta de tiempo, no es de extrañar que el crecimiento de los ingresos reales sea señalado por una demanda de equipamiento y servicios que liberen al individuo de la cadena de tareas frecuentes en el hogar (DOUGLAS e ISHERWOOD 1996).

Así pues, el entorno en el que se desarrollen las tareas del hogar implica y determina que necesidades semejantes puedan atenderse de manera similar, pero con distinto esfuerzo y diferentes cantidades de tiempo. Parece lógico pensar que en los hogares donde se hace un uso satisfactorio de los adelantos tecnológicos, el tiempo y los esfuerzos necesarios tenderán a reducirse. En este sentido, (DURÁN 1988) considera que, aunque no existe ningún estudio amplio que trate el impacto de las nuevas tecnologías en el trabajo doméstico, es evidente que desde la introducción del agua corriente o de la calefacción, hasta los más recientes avances en tecnología doméstica, han modificado el modo de trabajo de las mujeres en el hogar. En cualquier caso, es importante destacar que, para esta autora, más que en términos cuantitativos –cantidad de tiempo dedicado a las tareas del hogar–, estos avances han favorecido más el cambio cualitativo. Viene a decir que lo que se ha producido fundamentalmente es un cambio en las expectativas: de la muda semanal a la muda diaria; mayor importancia dedicada a la higiene; variación, frescura y diferente elaboración de la comida; etc.

Esta línea de argumentación es compartida por (LURY 1996), para quien la introducción de las nuevas tecnologías en el hogar debe ser analizada teniendo

del número de sirvientes en los hogares de clases medias y altas. Lo curioso es que la progresiva generalización de estos equipamientos en el hogar tiene otra consecuencia, destacada por Miller al señalar que “los ricos de siglos anteriores podrían envidiar las posesiones de las clases medias actuales. No es sólo, como algunos sugieren, que las mercancías y aparatos en el hogar hayan reemplazado a los sirvientes, sino que hoy los hogares de aquellos que habrían sido sirvientes en aquel momento tienen los aparatos básicos asociados a la sociedad de consumo masivo” (MILLER 1995: 6).

en cuenta una serie de efectos producidos por las mismas, que unas veces resultan positivos y otras negativos. Para esta autora, la introducción de tecnología y de aparatos en el hogar habría liberado de gran parte del trabajo duro que se realizaba en el entorno doméstico, facilitando estas labores y ahorrando tiempo que puede ser dedicado a otras actividades; pero, por otro lado, la introducción de estos adelantos también ha provocado el cambio y la creación de nuevas formas de trabajo doméstico al permitir, por ejemplo, lavar la ropa a diario.

Es cierto que algunos datos permiten aseverar que se ha producido un descenso en la cantidad de tiempo dedicado a las tareas domésticas, como así lo demuestra el estudio de (GERSHUNY 1987a), quien constata el descenso de tiempo que dedican las mujeres de Canadá, Holanda, Noruega, Reino Unido y los Estados Unidos, en el período comprendido entre 1961 y 1986. Lo que puede ser explicado, entre otras razones, por la progresiva introducción de equipamiento doméstico en los hogares durante esas décadas (GERSHUNY Y ROBINSON, 1988). En todo caso, parece que no se ha producido una reducción muy llamativa en este sentido, sino que más bien lo que se ha producido es una modificación en la vida cotidiana de las familias. Así, es probable que en los primeros años, cuando todavía se empezaban a difundir los electrodomésticos en los hogares, se produjera un salto cuantitativo⁹ (reducción apreciable del tiempo dedicado a estas tareas), pero con el paso del tiempo surgen nuevas necesidades que son cubiertas gracias a las posibilidades que permiten estos aparatos¹⁰.

Esto es precisamente lo que se extrae del trabajo de (ROBINSON y GODBEY 1997), quienes hacen una revisión de varios estudios aparecidos en diversos países a lo largo de las últimas décadas, concluyendo que los hogares que cuentan con más artículos de equipamiento en el hogar no dedican, necesariamente, menos tiempo en la realización de las tareas domésticas que aquellos que poseen menos aparatos. En cualquier caso, y a fin de subsanar algunas deficiencias encontradas en los primeros estudios, controlan algunas variables como el tipo de tecnología estudiada, el estatus socioeconómico de los entrevistados o

⁹ Mientras que (GERSHUNY 1987a) plantea que se ha producido un transvase de tareas de la *economía formal* (en forma de servicios) a la economía doméstica, debido a que la introducción de equipamiento y tecnología en el hogar han hecho de éste un espacio con una mayor capacidad productiva, con la consecuente reducción de tiempo en su realización; la postura de (BORRÀS 2007) es la contraria ya que, para este autor, aunque se ha constatado una fuerte inversión en bienes de equipamiento en el hogar en las últimas décadas, esto sólo repercutió en un ahorro de tiempo en una fase inicial, de manera que la estrategia no consiste en ahorrar tiempo a través de la compra de bienes duraderos, sino de sustituir la producción doméstica con la contratación de servicios fuera del hogar.

¹⁰ Los aparatos que se van introduciendo en el hogar juegan un papel fundamental en la aparición de nuevas necesidades domésticas debido a que ofrecen nuevas posibilidades que modifican las costumbres anteriores. De forma que, tal y como señala Pantzar, “no es sólo que las tecnologías proporcionen formas de satisfacer las necesidades humanas, sino que también estas tecnologías crean nuevas necesidades” (PANTZAR 1997: 64).

el número de hijos en el hogar. De nuevo obtienen diferencias poco significativas y en algunos casos contrarias a lo que se podría esperar, ya que los hogares más equipados son también los que más tiempo destinan a la realización de estas tareas.

Estos resultados, que hasta cierto punto pueden parecer chocantes, llevan a preguntarse cómo es posible que aparatos a los que se les supone la capacidad de ahorrarnos tiempo en el ejercicio de estas tareas, en realidad no creen excesivas diferencias en este sentido entre aquellos que los poseen y los que no. La respuesta podría deberse a que, por un lado, las personas que los compran no buscan como objetivo principal ese ahorro de tiempo sino esencialmente hacer las cosas más simples y reducir el monótono y pesado trabajo que suponen las tareas del hogar. Mientras que, por otro lado, estos aparatos permiten realizar las tareas mejorando sustancialmente la calidad y permitiendo nuevas costumbres como la muda diaria, con lo que se supeditaría, en cierta medida, el ahorro de tiempo a la cantidad de tareas realizadas y a la calidad de las mismas.

3.2. Equipamiento, uso del tiempo y ocio en el hogar

Otros aparatos, más relacionados con el ocio doméstico, también permiten modificar los hábitos en el hogar, marcando ritmos y tiempos diferentes para las actividades que en él se realizan. Así, por ejemplo, en una sociedad con un ritmo de vida vertiginoso como el actual el vídeo o los más modernos DVD's grabadores dan la posibilidad de grabar programas para verlos en otro momento, permitiendo estructurar nuestro tiempo a nuestro gusto.

La televisión sigue siendo el equipamiento más representativo en este sentido, como así lo demuestran los estudios destinados a medir la influencia de los hábitos televisivos en el uso del tiempo, en los que se destaca que ver la televisión es una de las actividades centrales de muchas personas para entretenerse y pasar su tiempo libre. Conforme han pasado las décadas el tiempo dedicado a verla ha ido creciendo, en especial, gracias a la difusión de un gran número de canales y las mejoras tecnológicas en este área. No cabe duda de que la televisión se ha convertido en la actividad principal de ocio, dedicándosele una gran cantidad del tiempo libre disponible. De hecho, incluso aquellos grupos que sienten menos interés por la televisión -aquellos con un elevado nivel educativo y/o económico- dedican alrededor de un tercio de su tiempo libre a ver la televisión. Lo que no debe resultar extraño si tenemos en cuenta que en nuestra rutina diaria “dedicamos más tiempo a ver la televisión que a hacer cualquier otra cosa, con la excepción de trabajar y dormir” (GOODWIN, *et al.* 1997: 231). Pero, a qué se debe esta predilección por pasar las horas de ocio delante del televisor: “ver la televisión no requiere de una planificación previa, no cuesta prácticamente dinero, no requiere

de esfuerzos mentales, rara vez nos da sorpresas no deseadas y puede ser realizada en el confort de la propia casa” (ROBINSON y GODBEY 1997: 147).

En cualquier caso, la práctica de esta actividad de ocio también tiene sus aspectos negativos ya que, por un lado, son discutibles los beneficios de la televisión cuando se utiliza de forma excesiva¹¹; y, por otro, habría que señalar, atendiendo a las mediciones de Robinson y Godbey, que las personas que cuentan con televisor dedican menos tiempo a otras actividades equivalentes como escuchar la radio, leer libros, conversar, etc. Además de ello, concluyen que estas personas dedican menos tiempo a actividades sociales y de ocio fuera del hogar, al pasar más tiempo dentro del hogar que aquellos que no tienen televisor. Esta es una línea de argumentación interesante, respaldada también por (GOODWIN, *et al.* 1997: 80) cuando señalan que con la generalización de la televisión en los hogares americanos en las décadas de los cincuenta y sesenta se transformaron los estilos de vida, las rutinas y las dinámicas familiares, dedicándose más horas a esta actividad y reduciéndose paralelamente –y como consecuencia de ello– las comidas y cenas en familia, la conversación entre las mismas o las horas de sueño, debido a que la gente cambió sus hábitos al irse a la cama más tarde para ver sus programas de televisión preferidos.

De todas formas, no hay por qué ser alarmistas en este sentido ya que, si bien el equipamiento audiovisual de los hogares puede haber contribuido a una reducción de los contactos interpersonales, para (LIPOVETSKY 2007) se debe rechazar la idea de que se ha llegado a un “confinamiento interactivo generalizado” dado que, aun habiendo crecido las horas dedicadas a la televisión, el vídeo o Internet, las relaciones “en vivo” siguen siendo vitales para el común de los seres humanos. Nos hallamos, por tanto, “muy lejos de la sociedad abundante en comunicación y escasa en encuentros” (*Ibíd.*: 137).

En definitiva, si el tiempo es un factor al que se le concede gran importancia en las sociedades desarrolladas actuales, debido especialmente a la dificultad de manejarlo a nuestro gusto, los aparatos presentes en los hogares tienen un protagonismo especial al influir, de una u otra forma, en la distribución que hacemos de nuestro tiempo.

4. Conclusiones

Hemos visto a lo largo de las páginas precedentes cómo la presencia o ausencia de determinados objetos de consumo en el hogar influye en nuestra vida cotidiana, modificando las costumbres y tradiciones que teníamos antes de que

¹¹ Como señalan Bowden y Offer, incluso siendo una de las maneras más corrientes de emplear nuestro tiempo de uso discrecional, “a medida que aumenta el tiempo que le dedicamos a ver la televisión, menores recompensas nos reporta” (BOWDEN Y OFFER 1994: 738).

aparecieran en nuestra vida. Así, se ha tratado de relacionar el grado y tipo de equipamiento en el hogar con diferentes aspectos que enlazan con la vida de la familia y las dinámicas que se crean en torno a la utilización de estos aparatos.

Con ello se trataba de profundizar en el significado social del consumo, aquel que las personas construyen a partir de la *apropiación*¹² de los bienes de consumo y que se ve afectado por lo que (APPADURAI 1995) ha denominado “la vida social de las cosas”. Esto nos sitúa ante una línea de trabajo, a caballo entre la antropología social y cultural y la sociología del consumo, que defiende la idea de que los objetos que nos rodean no son simples piezas inertes, sino que forman parte de nuestra vida cotidiana. Partiendo de esta premisa deberíamos concluir que “no es correcto reducir lo social a los seres humanos y sus relaciones, sino que debemos tener en cuenta nuestro entorno material en la formación del espacio social” (ILMONEN 2004: 33).

Y ello, cabría aquí decir, porque los individuos no nos relacionamos únicamente con otros seres humanos sino que nuestras identidades están, por lo menos parcialmente, sustentadas en la relación con los objetos que nos rodean¹³. Por ello, aunque no ha sido habitual que la teoría social clásica haya incluido a los objetos en el mundo social, no debemos obviar la importancia que tienen estos objetos como mediadores sociales.

Bibliografía

- ALONSO BENITO, L. E., (2005), *La era del consumo*, Madrid, Siglo XXI.
- ALONSO RIVAS, J., (coord.) (1997), *Comportamiento del consumidor: decisiones y estrategias de marketing*, Madrid, ESIC.
- APPADURAI, A. (ed.) (1995), *The social life of things: commodities in cultural perspectives*, Cambridge, Cambridge University Press.
- BAUDRILLARD, J., (1974), *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*, Barcelona, Plaza & Janés.
- BAUMAN, Z., (2000), *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*, Barcelona, Gedisa.
- (2007), *Vida de consumo*, Madrid, Fondo de Cultura Económica.

¹² Se debe indicar que la expresión *apropiación* se utiliza aquí en un sentido amplio, pues ésta supone, siguiendo a de Pablos, “[...] mucho más que propiedad. Supone establecer un vínculo personal con el objeto de consumo, e implica interiorización de determinadas representaciones, actitudes, deseos, que tienen un origen social, pero que han sido *apropiados* previamente por el sujeto” (PABLOS 2003: 24).

¹³ Entraríamos así en el ámbito de los que se ha venido en llamar *relaciones postsociales* (KNORR CETINA 1997).

- BELL, D., (1977), *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Madrid, Alianza (2004).
- BOCOCK, R., (1995), *El consumo*, Madrid, Talasa.
- BORRÀS, V., (1998), *El consumo: un análisis sociológico*, Barcelona, Cedecs.
- (2007), “Las desigualdades en el consumo a través del género”, en *Revista Española de Sociología*, 8, pp. 139-156.
- BOWDEN, S. y OFFER, A., (1994), “Household appliances and the use of time: the United States and Britain since the 1920s”, en *Economic History Review*, XLVII (4), pp. 725-748.
- CARRASCO, C. y RECIO, A., (2001), “Time, work and gender in Spain”, en *Time and Society*, 10 (2/3), pp. 277-301.
- CASTILLO, J., (1989), “El creciente cometido instrumental del trabajo”, en *Sistema*, 88, pp. 93-103.
- COCKBURN, C., (1992), “The circuit of technology: genre, identity and power”, en SILVERSTONE, R. y HIRSCH, E. (eds.) *Consuming Technologies. Media and information in domestic spaces*, Londres y Nueva York, Routledge, pp. 32-47.
- DE MIGUEL, A., (2001), *La vida cotidiana de los españoles en el siglo XX*, Barcelona, Planeta.
- DE PABLOS, J. C., (2003), “Un concepto sociológico (y comprensivo) de consumo”, en *Estudios sobre consumo*, 65, pp. 21-35.
- DOUGLAS, M. e ISHERWOOD, B., (1996), *The World of goods: towards an anthropology of consumption*, London, Routledge.
- DURÁN, M^a. A., (Dir.) (1988), *De puertas adentro*, Madrid, Instituto de la Mujer.
- FOX, A., (1971), *A sociology of work industry*, London, Collier-MacMillan.
- GERSHUNY, J., (1987a), “Technology, social innovation and informal economy”, en *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 493, pp. 47-63.
- (1987b), “Estilo de vida, estructura económica y uso del tiempo”, en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 38, pp. 163-191.
- y ROBINSON, J. P., (1988), “Historical changes in the household division of labour”, en *Demography*, 25 (4), pp. 537-552.
- GIL CALVO, E., (1988), “Las clases de ocio de las clases ociosas: análisis de la demanda de consumo de ocio”, en CASTILLA, A. y DÍAZ, J. A. (eds.), *Ocio, trabajo y nuevas tecnologías*, Madrid, FUNDESCO, pp. 43-86.
- GOODWIN, N., et al. (eds.) (1997), *The consumer society*, Washington D. C., Island Press.
- GRAY, A., (1992), *Video playtime: the gendering of a leisure technology*, London and New York, Routledge.

- HALTON, E., (2000), “Brain-suck”, en GOTTDIENER, M (ed.) (2000), *New forms of consumption. Consumers, culture and commodification*, New York, Rowman & Littlefield publishers, pp. 93-110.
- HARTMAN, M., (2005), “The discourse of the perfect future: young people and new technologies”, en SILVERSTONE, R. (ed.) *Media, technology and everyday life in Europe: from information to communication*, Aldershot (England), Ashgate, pp. 141-158.
- ILMONEN, K., (2004), “The use of and commitment to goods”, en *Journal of Consumer Culture*, vol. 4 (1), pp. 27-50.
- KNORR CETINA, K., (1997), “Sociality with Objects. Social relations in postsocial knowledge societies”, en *Theory, Culture and Society*, vol. 14 (4), pp. 1-30.
- LIPOVETSKY, G., (2007), *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*, Barcelona, Anagrama.
- LUNT, P. y LIVINGSTONE, S., (1992), *Mass consumption and personal identity: everyday economic experience*, Philadelphia, Open University Press.
- LURY, C., (1996), *Consumer culture*, Cambridge, Polity.
- MARÍAS, J., (1964), *La estructura social. Teoría y método*, Madrid, Sociedad de Estudios y Publicaciones.
- MARINAS, J. M., (2001), *La fábula del bazar. Orígenes de la cultura del consumo*, Madrid, Antonio Machado Libros.
- MARTINELLI, A. y CHIESI A. M., (2005), *La sociedad italiana*, Madrid, CIS.
- MILLER, D., (ed.) (1995), *Acknowledging consumption*, London and New York, Routledge.
- MOLES, A., (1974), *Teoría de los objetos*, Barcelona, Gustavo Gilli.
- MORLEY, D., (1995), “Theories of consumption in media studies”, en MILLER, D. (ed.) *Acknowledging consumption*, London and New York, Routledge, pp. 296-328.
- PANTZAR, M., (1997), “Domestication of everyday life technology: dynamic views on the social histories of artifacts”, en *Design Issues*, 13 (3), pp. 52-65.
- PRENSKY, M., (2001), “Digital Natives, Digital Immigrants”, en *On the Horizon*, 9(5), pp. 1-6.
- PUNIE, Y., (2005), «The future of ambient intelligence in Europe: the need for more everyday life», en SILVERSTONE, R. (ed.) *Media, technology and everyday life in Europe: from information to communication*, Aldershot (England), Ashgate, pp. 159-177.
- PUTMAN, T., (1992), “Regimes of closure: the representation of cultural process in domestic consumption”, en SILVERSTONE, R. y HIRSCH, E. (eds.) *Consuming Technologies. Media and information in domestic spaces*, Londres y Nueva York, Routledge, pp. 195-207.

- RITZER, G., (2005), *Enchanting a disenchanted world: revolutionizing the means of consumption*, Thousand Oaks (California), Pine Forge Press (Second edition).
- ROBINSON, J. P. y GODBEY, G., (1997), *Time for life: the surprising ways Americans use their time*, University Park, Pennsylvania State University Press.
- RØPKE, I., (2001), “New technology in everyday life”, en *Ecological Economics*, 38, pp. 403-422.
- SCHOR, J., (2004), *Born to buy: the commercialized child and the new consumer culture*, Nueva York, Scribner.
- SILVERSTONE, R.; *et al.* (1992), “Information and communication technologies and the moral economy of the family”, en SILVERSTONE, R. y HIRSCH, E. (eds.) *Consuming Technologies. Media and information in domestic spaces*, London and New York, Routledge, pp. 15-31.
- SOLÉ MORO, M^a. L., (2003), *Los consumidores del siglo XXI*, Madrid, ESIC.
- VEBLEN, T., (1899), *Teoría de la clase ociosa*, México, FCE. (1992).
- VERDÚ, V., (2007), *Yo y Tú, objetos de lujo. El personismo: la primera revolución cultural del siglo XXI*, Barcelona, Debolsillo.

Recibido: 17/05/2010

Aceptado: 21/07/2010