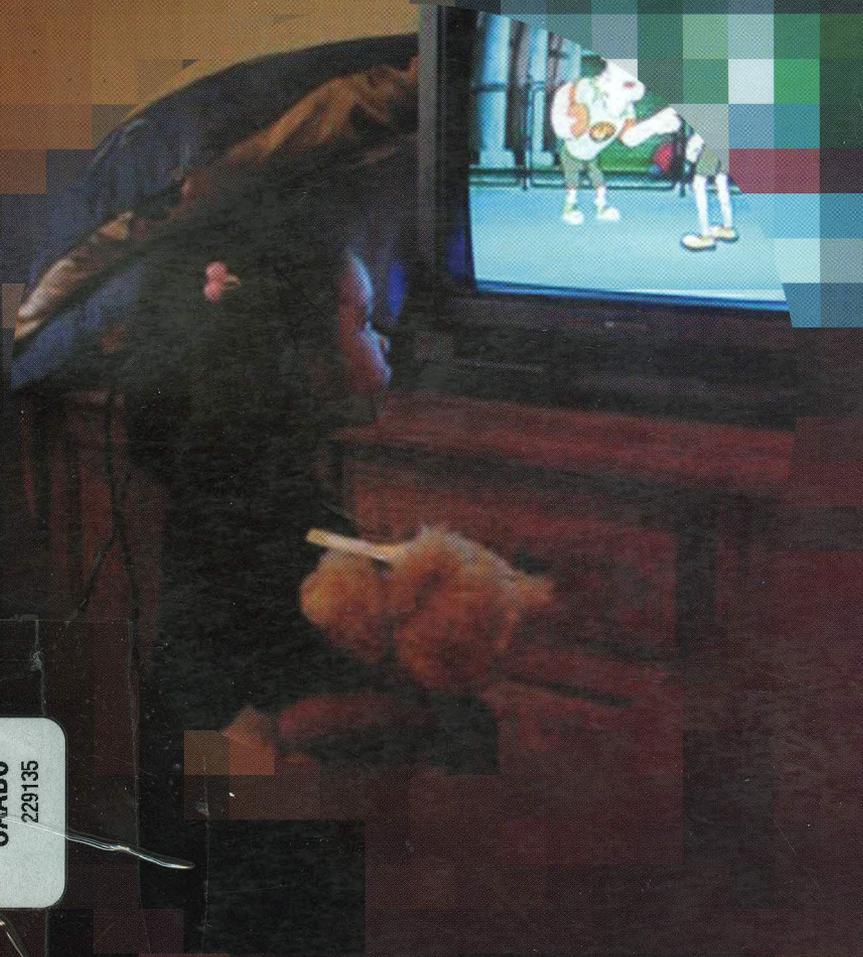


Interacción entre las familias y la televisión. Un estudio en Aguascalientes

CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES — COMUNICACIÓN

La interacción entre las familias y la televisión. Un estudio en Aguascalientes

ANA MARÍA NAVARRO CASILLAS



306.485
N322i

UAABC
229135

- 2 -
UAA

**La interacción entre las
familias y la televisión
Un estudio en Aguascalientes**

La interacción entre las familias y la televisión Un estudio en Aguascalientes

ANA MARÍA NAVARRO CASILLAS



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES

Diseño de portada: Laura Rivas Urquieta

LA INTERACCIÓN ENTRE LAS FAMILIAS
Y LA TELEVISIÓN. UN ESTUDIO EN AGUASCALIENTES

D.R. ©Ana María Navarro Casillas

D.R. ©Universidad Autónoma de Aguascalientes

Av. Universidad #940

Aguascalientes, Ags., 20100

www.uaa.mx/difusión/editorial/catálogo2001.html

Primera edición 2003

ISBN 968 5073 651

Impreso en México/*Printed in Mexico*

*A Chava, por los sueños que juntos realizamos.
A mi familia, por todo ese cariño.*

ÍNDICE

PRÓLOGO	11
INTRODUCCIÓN	17
DISTINTAS FORMAS DE ESTUDIAR LA RECEPCIÓN	
La Recepción: mismo tema, distintos enfoques	25
Enfoque cualitativo. La manera de acercarse a los procesos de recepción en la familia	66 ↗
LA FAMILIA FRENTE A LA PANTALLA	
En casa viendo televisión	77
Frente al televisor. Estrategias de recepción de los mensajes televisivos por parte de las familias entrevistadas	83
El grupo familiar	123
Los valores expresados por la familia como elemento decisivo sobre la televisión y las relaciones familiares	133
La televisión y la comunicación familiar	138
¿Qué es la Televisión? Sentido que las familias dan a los referentes televisivos	143
CONCLUSIONES	
Relación entre la familia y la televisión	161
BIBLIOGRAFÍA	171
ANEXOS	181

PRÓLOGO

Si algo nos va quedando claro “en familia” es que la televisión llegó para quedarse. Hoy en día, difícilmente alguien puede “escapar” de ella, pero sobre todo, casi nadie quiere hacerlo. Para bien o para mal, la televisión se ha incrustado en la vida de todos, sobre todo en el hogar. Ahí se multiplica en varios televisores y va permeando hasta los lugares más recónditos e íntimos del devenir cotidiano de los miembros de la familia. Éstos, hasta hace algunos años, cuando respondían encuestas sobre sus preferencias para pasar el tiempo libre solían decir que su actividad preferida era ver televisión, aunque acotaban que “sólo en los días laborales”, esto es, entre semana. Sus respuestas afirmaban que los fines de semana su preferencia era “convivir con la familia”. A partir de 1995, las encuestas en nuestro país confirman que para la mayoría de los mexicanos el “ver televisión” se había convertido ya en la preferencia principal también de los fines de semana, lo que realmente significa que la televisión se ha vuelto el centro de la convivencia familiar en los días de descanso.

Indagar la manera en que la televisión está entre las familias y a la vez la manera en que los miembros de la familia se relacionan con ella, sus “visiones y ambiciones” con, a través y más allá de la televisión, es parte central del interés de este libro, que con “doble frescura” nos introduce en el contexto familiar de la ciudad de Aguascalientes, parte distinguida de la provincia mexicana.

Doblemente frescas resultan estas páginas, tanto por ser la *opera prima* de una investigadora que debuta editorialmente con amplios méritos propios desarrollados a lo largo de muchos años de estudio y convicción de hacer todo lo mejor posible, como por descubrirnos con sumo rigor metodológico, claridad y sencillez, esas interacciones privadas de muchas familias con la televisión, su programación y sus estilos, géneros programáticos y formatos culturales que hasta ahora no nos habían sido develadas.

Si hay un fenómeno distintivo en las sociedades contemporáneas, ese es su reconversión como audiencias múltiples de los medios y tecnologías de información. Estudiar precisamente esa dimensión de audiencias, y en particular de tele-audiencias, significa entonces explorar y adentrarse en ese

estatus nuevo y generalizado que define y conforma a los sujetos sociales contemporáneos. Contribuir a su comprensión desde esta dimensión ha sido la apuesta de la autora de este libro, por lo que éste resulta una incursión informada y relevante en el mundo familiar contemporáneo.

Ser y estar como “audiencia-familia” frente a la televisión supone y ha implicado muchas transformaciones, a la vez que enmarca las posibles relaciones que se entablan con el televisor y sus contenidos e imágenes. A la televisión se le piden y exigen diversas funciones como divertir, distraer, entretener, informar y hasta educar a los hijos. No obstante, no toda la oferta ampliada de la televisión acaba de gustar, sobre todo a los miembros adultos de la familia, que externan sus reparos y preocupaciones, pero que no obstante siguen teniendo a la televisión como “niñera electrónica” en muchas ocasiones, como se nos descubre en estas páginas, resultado que no es exclusivo de las familias de Aguascalientes, sino compartido con las familias mexicanas, donde, al parecer, se va gestando un “malestar cultural” precisamente ante el conflicto que causa la comodidad y conformismo de “jalar” al televisor para entretener a los niños, por un lado, y por otro la incomodidad y angustia paralela por “aquello” que puedan ver los hijos en la pantalla y que les “haga daño”, como escenas violentas o pornografía.

Entre los diversos descubrimientos que posibilitaron la investigación que nutre estas páginas, está la confirmación de que la televisión no es sólo un aparato más en el hogar. Por el contrario, la televisión se manifiesta como un ente que va exigiendo definiciones familiares y posicionamientos, tanto frente a ella y sus temas, como frente a los propios miembros de la familia.

Como nos lo muestra la autora, en las familias aguascalentenses se despliegan “estrategias televisivas” que varían por estratos sociales, y que se entretajan con los estilos familiares comunicativos. Así, en aquellas familias donde el patrón de comunicación es más rígido, la tendencia es a no cuestionar la programación televisiva, a no comentar lo que se ve y, en cierta manera, a dar mayor credibilidad a lo visto, mientras que en aquellas familias donde hay mayor flexibilidad en la comunicación entre sus miembros, se vive una “televisión más hablada”, más comentada, donde habría mayor oportunidad de debatir lo que se ve.

El nivel educativo de las familias también influye, sobre todo, en la selección de la programación televisiva y se muestran diferencias importantes

entre los gustos y preferencias, tanto entre hombres y mujeres como entre individuos de ambos géneros pertenecientes a distintos estratos sociales. El “qué ver”, el “cuándo ver” pero sobre todo el “con quién ver” destaca en esta investigación como un elemento característico de esas estrategias televisivas familiares que explora la autora y que confirman lo que otros autores ya habían afirmado: la televisión no termina en su pantalla, se continúa después, se reedita en las subsiguientes conversaciones de los miembros de la tele-audiencia.

Las mujeres de la familia tienden a ver sus programas favoritos juntas, y de igual manera, aunque en menor medida, también los hombres lo hacen. Ellos son los que, una vez posicionados frente al televisor, tienden a manejar el control remoto, lo que indica que la televisión en los hogares de Aguascalientes también es un catalizador del “poder familiar”, que por supuesto varía según otras condiciones y criterios presentes.

La televisión también permite ver cómo se desarrolla la comunicación familiar. Por ejemplo, en familias de estrato social bajo, lo que se ve en la pantalla sirve o ayuda para que “exista” comunicación ente padres e hijos. En este sentido la televisión facilita su comunicación, lo cual es un resultado interesante que cuestiona la idea generalizada entre los mexicanos de una televisión que inhibe la comunicación en la familia; la mayoría de las veces una supuesta e idealizada comunicación, que difícilmente existía anteriormente y que la televisión, en todo caso, simplemente hace evidente.

La típica televisión que es “premio y castigo” a la vez, también está presente entre las familias de esta investigación, que por lo general tienden a restringir el “ver la tele” a los miembros más pequeños de la familia y son más permisivas con los mayores, sin que esto esté, obviamente, exento de contradicciones y diferencias.

El tema de los valores se revela en esta investigación de manera importante. Son los valores familiares los que muchas veces guían las elecciones televisivas. Los valores con respecto a la sexualidad son quizá los que causan mayor preocupación entre las familias, pues usualmente se ven confrontados en la pantalla televisiva con escenas y situaciones que preferirían evitar. La televisión entonces parece adelantarse a los ritmos educativos de los padres y se muestra muy “irrespetuosa” con los procesos de desarrollo de todos los miembros de la familia, pues no importa cuándo ni frente a

quién, en la pantalla se ve “todo eso” que los abuelos y aun muchos padres de familia actuales, guardarían para otro momento o quizá se guardarían para siempre, privando así de sus comentarios y orientaciones a los miembros más pequeños. Pero, como afirma la autora, son los valores los que rigen en buena medida el sentido que las familias dan a la televisión. Así, sobresalen las consideraciones que le asignan las funciones de divertir, informar, entretener, educar, socializar y acompañar, junto a las opiniones sobre afectaciones negativas de las costumbres y valores familiares, especialmente a través de la pornografía y la violencia. Esto ayuda a entender el porqué de la extensa y creciente oferta televisiva, el que las familias tengan unos cuantos programas favoritos y sean bastante fieles a sus gustos. Este patrón de preferencia familiar, sin embargo, no es explícito, pasa inadvertido por los miembros de la familia, pero se hace evidente cuando se introducen cambios que suponen un proceso de negociación y el establecimiento de costumbres generalizadas, lo que a su vez evidencia que si bien las culturas y cosmovisiones familiares se transforman, esas transformaciones no son ni rápidas ni automáticas.

Por todo lo anterior y por muchas otras ideas, descubrimientos y reflexiones oportunas y detalladas de la autora, este libro es altamente recomendable no sólo para aquellos directamente vinculados con lo comunicativo o con la educación y la cultura, sino para las familias en general, que con su lectura accederán a nuevos elementos que les permitan tomar distancia de sus propias situaciones y maneras de interactuar con la televisión y, a la vez, comprender mejor sus temores y demandas hacia ella.

Guillermo Orozco Gómez

INTRODUCCIÓN

La televisión y sus audiencias

La televisión (TV) forma ahora parte de nuestras vidas, es insoslayable la importancia de la televisión para las familias. Pero la importancia de este medio de comunicación masivo trasciende el escenario familiar hasta convertirse en un referente social indispensable, en ocasiones único, en el intercambio social y en la significación de la vida diaria.¹ A pesar de esto la televisión no es importante por sí sola, pues necesita la existencia de una audiencia que le otorgue esa importancia, que le asigne un significado y que la considere parte de su vida y su sociedad, aunque las miradas de esta audiencia no son independientes de su entorno social, sino que están mediadas por diversas instancias. Así pues, las audiencias no se sitúan frente al televisor con la mente en blanco.²

El estudio de la relación entre audiencia y televisión ha tenido enfoques diferentes, que han sido guiados por distintas preguntas a lo largo de la historia.³ En primera instancia la inquietud surgió en torno a *qué hace la TV con su audiencia*, luego cambió a *qué hace la audiencia con la TV*, más tarde, surge otra pregunta: *cómo se realiza la interacción entre la TV y la audiencia?* Es esta última inquietud la que guía la presente investigación, y es la interacción entre la familia como audiencia y la televisión lo que marca el rumbo de este libro.

La familia y su interacción con la televisión

La familia en tanto grupo donde regularmente se ve la televisión y se entabla una interacción directa con su programación cotidiana constituye una

¹ Orozco Gómez, Guillermo, *Televisión y producción de significados (tres ensayos)*, Universidad de Guadalajara, México, 1994, p. 8.

² Orozco Gómez, Guillermo, "La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencias", en *Comunicación y Sociedad*, núm. 10-11, septiembre-abril, 1991, pp. 107-128.

³ Orozco Gómez, Guillermo, *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*, Universidad Iberoamericana, Editorial de la Torre, Madrid, 1996, p. 31 y 32.

comunidad de apropiación del mensaje televisivo,⁴ esto es, una unidad de análisis donde cada uno de los miembros de distintas edades (adultos, adolescentes, niños) establecen interacciones de opiniones y de formas de concebir su entorno.

Es en el escenario familiar donde esa interacción es directa y donde se produce casi siempre la primera apropiación de los mensajes, al otorgarles un sentido y un significado concretos. Es también en el seno familiar donde se produce una negociación sobre y a partir de la televisión entre los miembros familiares.⁵

Martha Renero,⁶ retoma del trabajo de James Lull las dimensiones socio-orientación y la concepto-orientación para caracterizar a las familias según su modo predominante de criar a sus hijos, dimensiones que el propio Lull toma de otros autores como Chaffe, McLeod y Ward. La autora explica que el primer tipo de familias son aquellas que impulsan a sus hijos a llevarse bien entre sí y con sus amigos. Así el niño es impulsado a evitar controversias, reprimir el enojo y llevarla bien sin problemas. Mientras que las familias que recurren a la concepto-orientación son las que crean un ambiente comunicativo, en el cual los padres estimulan a sus hijos a expresar ideas y rebatir las opiniones de otros. "La diferencia entre estos tipos de familias es la preocupación por los sentimientos de otros (socio), comparado con el énfasis en presentar y discutir ideas (concepto)."⁷

Guillermo Orozco menciona un estudio realizado por Brown y Linne⁸ quienes encuentran que existen cuatro tipos de familias:

1. La familia permisiva que no se preocupa por lo que ven los niños en la TV.

⁴ Orozco Gómez, Guillermo. "Familia, televisión y educación en México, La 'teoría educativa' de la madre como mediación, en la recepción televisiva de los niños", en Orozco Gómez, Guillermo, *Hablan los Televidentes. Estudios de recepción en varios países*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, No. 4, Universidad Iberoamericana, México, 1992, p. 11.

⁵ *Ibidem*, p. 13.

⁶ Renero Quintanar, Martha, *Prácticas culturales de mediación, y comunicación familiar*, Manuscrito, Reporte Final de Investigación, Universidad Iberoamericana, México, 1995, p. 9.

⁷ *Idem*.

⁸ Orozco Gómez, Guillermo, "Mediaciones familiares y escolares en la recepción televisiva de los niños (algunos hallazgos recientes)", en *Comunicación y Sociedad*, No. 13, septiembre-diciembre, 1991b, pp. 113-129.

2. La familia cuya preocupación central es por la cantidad de exposición de sus niños a la TV. Este tipo de familia limita el tiempo que los niños dedican a esta actividad.
3. La familia que asume una actitud activa. Se preocupa principalmente por jugar un rol explícito y comenta lo que el niño ve en la pantalla.
4. La “familia represiva” que tiene bastante controlada la recepción televisiva en el hogar. Por ejemplo, prohibiendo que el niño vea determinada programación o simplemente prohibiéndole completamente ver TV.

De acuerdo con Orozco⁹ la mayoría de las mediaciones se realizan en el hogar y en la escuela. El autor propone entender el concepto de mediación como “un proceso estructurante” que configura y reconfigura tanto la interacción de los miembros de la audiencia con los medios, como la creación por parte de ellos del sentido de esa interacción.¹⁰

¿Qué pasa entre las familias y la televisión?

Esta pregunta implica respuestas mucho más allá de cuáles programas ven y a qué hora del día los ven; implica cuestionamientos como *¿de qué forma se comporta el grupo familiar frente al televisor?*, esto es, *¿cómo son las relaciones entre la familia?*, *¿cómo se comunican entre sí sus miembros?*, *¿quién toma las decisiones acerca de aquello que será visto por el resto de la familia?*, *¿qué es lo que ven las familias de Aguascalientes en la televisión y cómo interpretan aquello que ven?*

Las respuestas a estas preguntas pueden abrir el camino para encontrar una cuestión aún más profunda y que es la pregunta central de esta investigación: *¿Cómo influye la interacción familiar en la producción de sentido que las familias realizan con respecto a los referentes televisivos?*¹¹

⁹ Orozco Gómez, Guillermo, “La mediación...”, p. 116.

¹⁰ Orozco Gómez, Guillermo, “Recepción televisiva y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia”, en Orozco Gómez, Guillermo (comp.), *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, No. 6, Universidad Iberoamericana, México, 1994c, p. 74.

¹¹ Entiéndase como referentes televisivos aquellos mensajes, sean programas, secuencias, escenas, comentarios de locutores, anuncios promocionales y publicitarios etc., que puedan ser significativos para la familia en su interacción con la televisión.

DISTINTAS FORMAS DE ESTUDIAR
LA RECEPCIÓN

La recepción: mismo tema, distintos enfoques

Pensar en la vida moderna sin los medios de comunicación masiva es una tarea prácticamente imposible. La investigación de los medios de comunicación y la relación que los receptores, lectores o audiencias tienen con ellos, ha pasado por varios enfoques dependiendo del desarrollo teórico y empírico de este campo de estudio. Uno de los medios que sin duda ha llamado fuertemente la atención de los investigadores, es la televisión. Para conocer qué pasa entre la televisión y su audiencia, los investigadores han adoptado diversos enfoques: se abordarán aquí las reconocidas por Jensen y Rosengren¹² como las cinco tradiciones principales en la investigación de las audiencias de la televisión: Estudios sobre los efectos, Usos y gratificaciones, Análisis literario, Estudios culturales y Estudios de recepción.¹³

Con esto no se pretende hacer un análisis exhaustivo de estas corrientes, sino retomar sus principales posturas a fin de dar forma a un marco conceptual que soporte este trabajo de investigación, de manera que se puede encontrar la forma en que fueron surgiendo en las investigaciones sobre la televisión, conceptos como audiencia, construcción de sentido, mediaciones y cómo las audiencias pasaron de ser consideradas pasivas, a ser asumidas como activas y después selectivas en su interacción con la televisión.¹⁴

Preocupados por los efectos

La entrada de la televisión en la historia llamó la atención de los investigadores quienes se preguntan *¿qué hace la televisión con su audiencia?*¹⁵ *¿De*

¹² Jensen, Klaus Bruhn y Rosengren, Karl Erik, "Five traditions in search of the audience", en *European Journal of Communication*, SAGE, London, Newbury Park and New Delhi, 1990, Vol. 5, pp. 207-238.

¹³ De Lopes, Maria Immacolata Vasallo, "Reflexiones metodológicas sobre la investigación de recepción", en Cervantes Barba Cecilia y Sánchez Ruiz, Enrique E., *Investigar la comunicación. Propuestas Iberoamericanas*, Universidad de Guadalajara, CEIC, ALAIC, 1994, pp. 172-182.

¹⁴ Jensen y Rosengren, "Five traditions...", pp. 207-238.

¹⁵ Orozco Gómez, Guillermo, *Televisión y audiencias...*

qué forma les afecta lo que ven en la televisión, sobre todo a las consideradas como “mentes débiles”, como las de los niños, jóvenes y mujeres? Preocupación que, por cierto, estuvo presente en cada una de las apariciones de los medios de comunicación.¹⁶

Dentro de esta corriente, las respuestas a la pregunta *¿qué efecto producen los media en una sociedad de masas?*, y otras similares a ésta tuvieron sus variantes y fueron desde la afirmación de que “cada miembro del público de masas es personal y directamente *atacado* por el mensaje,¹⁷ hasta que el enfoque de los efectos se fue relajando y ha tomado otras perspectivas,¹⁸ así ha pasado desde la noción de que las audiencias son receptores totalmente pasivos de los poderosos mensajes a la aseveración de que la audiencia hace un uso más selectivo y participativo de los contenidos de los medios.¹⁹ Esto es lo que Morley²⁰ llama paradigma “normativo”: el que está influido por una perspectiva conductista y por la teoría de la aguja hipodérmica.

A pesar de esto último, el estudio tradicional de la televisión, en donde se encuentra la investigación sobre sus efectos, se caracteriza por considerar que los receptores de la televisión son sujetos pasivos que se enfrentan a la pantalla como individuos sin capacidad propia de aceptación y rechazo.²¹ Se habla de “receptores”, como meros depositarios de los efectos buscados por el emisor y no como una parte activa del proceso de comunicación.²²

Orozco²³ hace un recuento de las principales premisas del enfoque que estudia los efectos de la televisión: La primera sostiene que la fuente de la

¹⁶ Jensen y Rosengren, *Op. cit.*, p. 209.

¹⁷ Wright, citado por Wolf en Wolf, Mauro, *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Colección dirigida por Umberto Eco, Paidós, México, 1997, p. 22.

¹⁸ Wolf, Mauro, *Op. cit.*, p. 6.

¹⁹ Jensen y Rosengren, *Op. cit.*, p. 209.

²⁰ Morley, David, *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Amorrortu Editores, Buenos Aires, 1996, p. 76.

²¹ Orozco Gómez, Guillermo, “Televisión, receptores y negociación de significados. Algunas notas epistemológicas”, en *Televisión y producción de significados (tres ensayos)*, Universidad de Guadalajara, México, 1994d, pp. 66-67.

²² Orozco Gómez, Guillermo, “Viendo detrás de la pantalla. Una forma de explorar la relación entre televisión e ideología”, en *Televisión y producción de significados (tres ensayos)*, Universidad de Guadalajara, México, 1994b, p. 17.

²³ *Ibidem*, pp. 17-18.

influencia de la televisión es inherente al medio mismo, es decir la causa de los efectos está en los aspectos técnicos. Una segunda premisa es que existe una relación directa entre causa y efecto y, por lo tanto, es posible determinar la causa de un efecto concreto. La tercera ha sido el considerar que la televisión tiene *efectividad* en sus receptores. Estas dos últimas premisas han alentado el hecho de que la investigación de los efectos de la televisión en México tiene entre sus principales temas a la publicidad, pues la tendencia más sobresaliente en la mayoría de los estudios de los efectos es precisamente la “efectividad” con que los patrocinadores lograban sus objetivos económicos en determinada audiencia.²⁴

Así pues, México no ha estado exento de la preocupación por los efectos de la televisión. En este país, la investigación también ha tenido una importante inclinación por conocer qué es lo que pasa con los niños y su contacto con la televisión.²⁵ Esta perspectiva, aunque para muchos investigadores consiste en un enfoque que ha quedado atrás, continúa como una preocupación de padres de familia y maestros.²⁶

Es en 1968, cuando comenzaron en México a ser estudiados los efectos de la televisión y propiamente dan inicio también los estudios de audiencia gracias a Cremoux,²⁷ quien se preocupó por el tiempo que los jóvenes de secundaria invertían en la acción de ver la televisión y concluyó que la influencia que la televisión tiene en los estudiantes es negativa. A partir de entonces, los estudios ofrecieron información sobre los efectos “negativos” de la televisión, algunos mostraron que los efectos no son los mismos para todos y que, por lo tanto, son relativos.

²⁴ Orozco Gómez, Guillermo, “Televisión y producción de significados...”, p. 59.

²⁵ Orozco Gómez, Guillermo, “El niño como aprendiz y televidente en los estudios de audiencia en México (1968-1990)”, en Orozco Gómez, Guillermo, *La investigación de la comunicación en México: Tendencias y perspectivas para los noventas*, Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, Núm. 3, Universidad Iberoamericana, México, 1992b, p. 98.

²⁶ Orozco Gómez, Guillermo, “Recepción Televisiva desde el modelo de los efectos de los medios. Un análisis epistemológico de sus premisas”, en Orozco Gómez, Guillermo (comp.), *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, Núm. 6, Universidad Iberoamericana, México, 1994e, p. 9.

²⁷ Orozco Gómez, Guillermo, “El niño como aprendiz...”, p. 99.

Este enfoque ha obtenido respuestas a los tipos de efectos que pueden ser causados por la exposición a la televisión. Dichos efectos pueden ser dañinos o benéficos, efímeros o perdurables, profundos o superficiales, según la mirada del investigador, esto es, no sólo puede haber efectos en la conducta sino también en el plano de las ideas o de la afectividad.

Así pues, se ha responsabilizado a los medios de cinco tipos de efectos negativos.²⁸

1. Reducir el nivel de los gustos culturales de la audiencia.
2. Aumentar la tasa de delincuencia.
3. Contribuir a un deterioro moral general.
4. Inducir a las masas a la superficialidad.
5. Suprimir la creatividad.

Sin embargo también se les reconocen algunas bondades:

1. Acercamiento por primera vez a millones de individuos a la cultura.
2. Proporcionan un inofensivo entretenimiento diario.
3. Informan con oportunidad de acontecimientos relevantes ocurridos en el mundo.
4. Pueden surtir efectos catárticos que permitan eliminar tensiones dañinas.

No se debe perder de vista que los efectos positivos o negativos implican un juicio de valor por parte del investigador,²⁹ por lo tanto evaluar “objetivamente” los efectos ha sido difícil y hasta el momento no se ha logrado sin que sea cuestionable el papel que desempeña el investigador como sujeto.

Limitaciones del estudio de los efectos

La principal limitación del estudio de los efectos es la consideración que se tiene de los televidentes como personas en un estado pasivo total ante la pantalla; tampoco logró este enfoque explicar de una forma suficientemente aceptable cómo y por qué se dan los distintos efectos en la audiencia, lo cual

²⁸ García Silberman, Sarah y Ramos Lira, Luciana, *Medios de comunicación y violencia*, Instituto Mexicano de Psiquiatría, Fondo de Cultura Económica, México, 1998, p. 187.

²⁹ Orozco Gómez, Guillermo, “Recepción televisiva...”, p. 11.

no ha satisfecho a muchos investigadores que siguen buscando qué pasa entre la televisión y su audiencia.

En lo que respecta a las principales premisas epistemológicas del modelo de los efectos, Guillermo Orozco³⁰ señala que resulta insostenible que “la intencionalidad del investigador no afecta el conocimiento generado a través de la investigación”, ya que por un lado existe una relatividad de explicación, esto es que siempre existe un conjunto de alternativas para contestar una pregunta, varias respuestas son posibles, así que depende del investigador cuál de ellas elige, de modo que no se ha llegado a respuestas más explicativas sobre los efectos, sean intencionados o no. Por otra parte, está el hecho de que las investigaciones estuvieran más encaminadas a predecir los efectos posibles que a explicar el por qué de los mismos.

Una segunda premisa que también considera insostenible el autor es la que plantea que “es posible entender los efectos de la televisión sin considerar sus orígenes, desarrollo y determinantes sociales”. Según el investigador, incluso los elementos técnicos de la televisión están determinados de una u otra forma por la cultura y la sociedad.

La tercera premisa del estudio de los efectos menciona que “el impacto educativo de la televisión es fundamentalmente en habilidades mentales”, la cual también es insostenible dado que la televisión al presentar la información “como si fuera cierta”, no afecta sólo el desarrollo mental de los individuos sino que incide directamente en el ámbito ideológico de los televidentes; aseveración esta última que ha sido desarrollada también por este autor.³¹

El estudio de los efectos dio paso a una corriente que respondió de una forma muy distinta a la pregunta, *¿qué pasa entre la TV y su audiencia?*: el modelo de los *Usos y Gratificaciones* que dejó atrás el concepto de los “receptores” como entes pasivos y concedió una autonomía, a veces sobrestimada a la audiencia.³²

³⁰ *Ibidem*, p. 13.

³¹ Orozco Gómez, Guillermo, “Viendo detrás...”, p. 16.

³² *Ibidem*, pp. 104-108.

Usos y gratificaciones

Tras la preocupación por lo que pudieran hacer los medios y, en este caso, la televisión con la audiencia, el enfoque cambia y los investigadores consideran que es la audiencia la que tiene un control sobre los medios.

Tomaron conciencia de que era imposible abordar el problema de los “efectos” de los medios como si los contenidos hicieran intrusión directa en las mentes de la gente.³³

La hipótesis de los “usos y gratificaciones” implica una audiencia activa que elige un medio de acuerdo con sus necesidades.³⁴ Se trata pues de una “antítesis” de la investigación de los efectos de la televisión, tanto teórica como empíricamente.³⁵ La teoría de los usos y gratificaciones, vino a dinamizar la rígida concepción de los recipientes del proceso y tuvimos —a diferencia del supuesto poder aplastante de los medios— la noción de una especie de supermercado de mensajes donde los clientes buscan y obtienen exacta y racionalmente lo que necesitan.³⁶

La pregunta *¿qué hacen los medios a su audiencia?* quedó atrás, la nueva pregunta en el modelo de los usos y gratificaciones es *¿qué hacen los individuos con los medios?* Halloran lo establece claramente: “Debemos abandonar el hábito de pensar en lo que los medios hacen a la gente y reemplazarlo por la idea de lo que la gente hace con los medios.”³⁷

Al considerar al sujeto como parte activa en el uso de los medios, se relacionó este uso con ciertas expectativas y necesidades de los espectadores. Ahora se trata de conocer cuáles son los beneficios, los usos concretos y las gratificaciones que se obtienen a través del contacto con los medios. Este enfoque intenta ayudar a comprender el significado y la finalidad del uso de

³³ Morley, David, *Op. cit.*, p. 82.

³⁴ Wolf, Mauro, *Op. cit.*, pp. 81-82.

³⁵ Orozco Gómez, Guillermo, “Viendo detrás...”, p. 104.

³⁶ González, Jorge A., “Las estructuras del encanto: Ideas para analizar la producción social de las telenovelas”, en Cervantes Barba, Cecilia y Sánchez Ruiz, Enrique E., (coord.), *Investigar la comunicación, Propuestas Iberoamericanas*, Universidad de Guadalajara, CEIC, ALAIC, 1994, pp. 105-134.

³⁷ Morley, David, *Op. cit.*, p. 82.

los medios masivos,³⁸ sin embargo este uso al principio es abordado como una capacidad más bien individual de cada uno de los miembros de la audiencia, pues se considera que cada miembro puede usar e interpretar cualquier programa de un modo diferente, con lo que se destacó por primera vez el papel de la audiencia en la construcción de sentido, pero constituyó también una de las premisas más criticadas de este enfoque, porque no obstante reconoce que los individuos o grupos están sujetos a presiones de su medio social, su tendencia es más psicológica que sociológica.

El uso que hace la audiencia de la televisión y las gratificaciones que obtiene con ello están relacionadas con los valores, los intereses, las asociaciones y las funciones sociales de la gente, y son estos factores los que determinan lo que la audiencia decide ver y escuchar, así como su disponibilidad a aceptarlo según sus motivaciones.³⁹

El modelo de “usos y gratificaciones” postula que los individuos o grupos están sujetos a ciertas presiones de su medio social, las cuales crean necesidades percibidas de manera subjetiva (por ejemplo: información, evasión, confianza, compañía, compensación), y son estas necesidades las que determinan, a su vez, una conducta dirigida a la satisfacción de tales necesidades. El uso de los medios es precisamente parte de esa conducta surgida de las presiones sociales.

García y Ramos⁴⁰ citan a Vilches, quien señala cuatro rasgos principales como base de una tipología sobre el tema de los usos y gratificaciones:

- La televisión y, en general, los medios se usan con una finalidad directa, pero cada medio se emplea para satisfacer necesidades específicas.
- La audiencia selecciona el medio y los contenidos que pueden responder a sus necesidades.
- Existen otras fuentes de satisfacción y los medios están llamados a competir con ellas.
- La audiencia está enterada de sus necesidades y las puede verbalizar cuando se le requiere.

³⁸ García y Ramos, *Op. cit.*, pp. 148-153.

³⁹ *Ibidem*, p. 148.

⁴⁰ *Ibid*, p. 157.

Entre el tipo de gratificaciones más mencionadas por los investigadores en este sentido, destacan: la adquisición de información sobre el entorno no inmediato; la evasión; la descarga de ansiedad, soledad, tensión y problemas por medio de mecanismos de identificación con héroes; la ayuda en la interacción social como tema de conversación; la provisión de un acompañamiento ritualista de las actividades cotidianas rutinarias, así como la búsqueda de diversión, entretenimiento y emociones sustitutivas.

Limitaciones de la corriente de usos y gratificaciones

Pero los investigadores encontraron fallas grandes también en este modelo. Morley⁴¹ hace un recuento de estas principales fallas. En primer lugar sitúa el hecho de que el modelo de “usos y gratificaciones” sobreestima la “apertura” del mensaje. Esto es, se critica la premisa de que los individuos interpretan el mensaje, cuando esta interpretación está mediada por la cultura y situación de los individuos, pero además el mensaje ha sido codificado por el productor, de manera que el mensaje está estructurado de manera dominante por la lectura preferencial. El momento de la “codificación” ejerce pues, desde el polo de la producción, un efecto “dominante.”⁴²

Además, el asegurar que cada miembro de la audiencia interpreta de manera diferente supone la existencia de una “masa no estructurada de interpretaciones diferenciadas”. Morley cita a Downing,⁴³ quien afirma que “en la práctica de esa variedad de interpretaciones sólo unas pocas se distribuyen entre la vasta mayoría de la población, y el resto corresponde sólo a una pequeña minoría”.

La segunda limitación que enuncia Morley para el modelo de “usos y gratificaciones” está en su naturaleza a la que llama “insuficientemente sociológica” dado que la problemática de los usos y gratificaciones es más “psicologista” porque se basa en estados mentales, necesidades y procesos abstraídos de la situación social de los individuos en cuestión. Así pues, para Morley es preciso analizar las preferencias no como expresiones individuales idiosincrásicas de tipo psicológico, sino como expresiones reguladas social-

⁴¹ Morley, David, *Op. cit.*, pp. 82-86.

⁴² Hall citado por Morley, en Morley, David, *Op. cit.*, p. 83.

⁴³ *Idem.*

mente. Esto es, resulta necesario investigar si las lecturas que hacen los individuos se modelan en estructuras y conglomerados culturales.⁴⁴

Al respecto, Halloran aclara que cada uno de los mensajes contenidos en la TV adquiere sentido por los códigos o subcódigos disponibles, los cuales son decodificados por agrupaciones (audiencia) cuyos miembros comparten una orientación cultural que les permite decodificar los mensajes de manera particular dada su situación social. De esta forma, las personas comprenden su situación y reaccionan ante ella en virtud del nivel de subculturas y de sistemas de sentido.⁴⁵

Con esto, Halloran no habla de que la cultura y subcultura sea “determinante”, pero sí delimita esa libertad de la audiencia a realizar una lectura particular por cada miembro, y de ser totalmente diferente a la de otros se vuelve común en ciertos rasgos por el compartir códigos y subcódigos.

Metodológicamente, los investigadores de este modelo consideraron a la audiencia como consciente de las finalidades para las que hacen uso de los medios y por lo tanto, puede perfectamente dar razón de sus propios intereses y motivos en casos específicos o al menos reconocerlos si les son explicitados de una forma verbal familiar y comprensible para ellos. Sin embargo, esta afirmación ha encontrado contradicciones tales como las diferencias que existen entre lo que refieren los sujetos sobre su consumo y el consumo real de los medios, lo que pone en duda la idea de la audiencia que actúa de acuerdo con un fin.⁴⁶

En los años sesenta, esos estudios se centraron en las intenciones del usuario. De manera general, esta corriente de investigación se apoya en metodologías descriptivas, en la organización de variables centrales, con la finalidad de realizar correlaciones explicativas entre los datos.⁴⁷

⁴⁴ *Ibidem*, p. 85.

⁴⁵ *Ibid*, p. 86.

⁴⁶ Wolf, Mauro, *Op. cit.*, p. 87.

⁴⁷ De Lopes, María Immacolata Vasallo, *Op. cit.*

Con la inquietud por saber cuál es la respuesta a la pregunta *¿qué hace la gente con los medios y cómo los usa?*, Lull⁴⁸ parte de la premisa de que los miembros de la audiencia elaboran específicas acciones prácticas, incluyendo el uso de los medios masivos de comunicación para gratificar necesidades particulares en el contexto social de ver televisión en la familia. Para saber esto, es necesario que el investigador capte con la menor intrusión posible la “perspectiva natural” de los sujetos en su mundo cotidiano, lo que implica la interacción con los medios.

Sin embargo, las inquietudes de Lull, más que pertenecer al modelo de usos y gratificaciones tienden hacia un análisis más crítico de la audiencia.

En México, la preocupación por la investigación de “usos y gratificaciones” tiene su origen en el análisis de Acosta (1969) y más tarde de Fernández y Baptista (1976); Almeyda, Villazón y Gutiérrez (1977); Bravo, Lambert y Pérez (1981), y Elkes (1981), con la suposición general en la investigación de la tv mexicana orientada por el modelo de “Usos y Gratificaciones” del carácter “activo” de la audiencia. En este sentido, los miembros de la audiencia se consideraron como iniciadores de “procesos de comunicación masiva” capaces de interactuar con los medios masivos, en vez de ser abrumados por ellos.⁴⁹

Orozco menciona los trabajos realizados en México por Rota y Fernández sobre el modelo de los “uso y gratificaciones” de los que destaca su excesivo énfasis en el papel y el grado de libertad de la audiencia para interactuar con los mensajes de la tv. Dentro de este modelo, la audiencia es entendida como un conjunto de individuos atomizados al azar y estimulados por necesidades internas y por la búsqueda personal de gratificación.

Para Orozco, el futuro de la investigación sobre la tv, inspirado en la orientación de “Usos y Gratificaciones” aparenta ser más prometedor que el de la investigación inspirada en los estudios de los efectos de la tv en cuanto a que al uso de la tv se están integrando nuevas orientaciones epistemológicas enfocadas a las prácticas sociales de la audiencia.⁵⁰

⁴⁸ Renero Quintanar, Martha, *Op. cit.*, p. 8.

⁴⁹ Esto es referido por Orozco, en Orozco Gómez, Guillermo, “*El niño como aprendiz...*”, p. 105.

⁵⁰ *Ibidem*, p. 107.

Pero el enfoque de los usos y gratificaciones tampoco satisfizo a los investigadores que no recibieron respuestas al *¿por qué mira la gente lo que mira? ¿Qué encuentran las audiencias en la oferta de los medios?* Para Mario Kaplún⁵¹ el consumo no significa necesariamente satisfacción, pero la no satisfacción tampoco genera una abstención del consumo.

Asegura que en la decisión de la audiencia de ver productos “mediocres” en la televisión debe haber una racionalidad y una causalidad, pero que “no se puede seguir buscándolas —como lo propone la tesis gratificacionista— dentro de la ventana electrónica y en el juego de imágenes, sentidos y sin sentidos, sino en la gente misma y en sus vidas, en los entramados del espacio social”.⁵²

A pesar de las críticas a este modelo, más que hablar de que se encuentra “superado” por otros enfoques, los “usos y gratificaciones” han evolucionado y han recibido nuevos aportes; entre ellos se encuentra el trabajo de Martín Barbero sobre los usos del melodrama (telenovela) en Colombia. En esta perspectiva latinoamericana de los usos y gratificaciones, se abandona el énfasis en las gratificaciones y se redimensiona la parte de uso, como *usos sociales*.⁵³

En la actualidad, se están presentando frecuentes confluencias de esta corriente con lo anterior, en un tipo de investigación denominada de “usos y efectos”.⁵⁴

Análisis literario

La importancia de los textos como formas de comunicación no está en duda, se remonta hasta el surgimiento de la escritura misma; desde la antigüedad, los textos han constituido una forma de comunicación y al paso del tiempo han sido impuestas reglas para la interpretación de los mismos.⁵⁵ Las reglas

⁵¹ Kaplún, Mario, “Contextualizando la recepción”, en *Revista Chasqui*, Núm. 45, abril, Quito, Ecuador, 1993, pp. 101-107.

⁵² *Ibid.*, p. 101.

⁵³ Orozco Gómez, Guillermo, *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, Argentina, 1997b, p. 97.

⁵⁴ De Lopes, *Op. cit.*, y Jensen y Rosengren, *Op. cit.*, p. 210.

⁵⁵ Jensen y Rosengren, *Op. cit.*, p. 211.

de interpretación han llegado a tener tal importancia, que el ir en contra de ellas ha traído a la humanidad serios enfrentamientos como los ocurridos en Europa durante la reforma protestante, cuando los individuos asumieron que podían hacer sus propias interpretaciones individuales de la Biblia.

Con el desarrollo del orden social moderno, vino la redefinición de literatura como una forma de comunicación que situó a los lectores, principalmente como individuos en una esfera de ocio.⁵⁶ Asimismo se redefinió el análisis literario. Un resultado fue el énfasis en demostrar que y explicar cómo, la literatura, dominada por autores históricos específicos, podría dar una experiencia estética que trasciende el tiempo y el lugar.⁵⁷

En el enfoque de la crítica literaria la relación entre el texto y el lector es abordado de distintas maneras. Florencia Saintout⁵⁸ hace un recuento de estas perspectivas; una de ellas es la planteada desde el análisis de Umberto Eco para quien el lector es un lector modelo, lo mismo que el autor; ambos son una serie de estrategias textuales. Otra de las perspectivas es la planteada por Iser, para quien sí existe un lector implícito en el texto, como una función textual, pero el lector actualiza individual e históricamente el texto por lo que sin él no puede haber significación. La autora habla también del enfoque de Fish quien aborda la idea de las comunidades interpretativas formadas por quienes comparten estrategias para escribir textos, como una determinación previa a la lectura. Por último, recupera también el trabajo de Mijail Bajtin para quien el encuentro texto-lector es dialógico; para él, el significado no reside exclusivamente en el texto como tampoco en el contexto, sino en la relación entre ambos.

La investigadora señala que los estudios de recepción toman de algunas corrientes de la crítica literaria la idea de un lector activo “capaz de participar en la construcción de su propio texto, donde el significado se encuentra precisamente en su relación con lo textual”.⁵⁹

⁵⁶ *Ibidem*, p. 211 y De Lopes, *Op. cit.*

⁵⁷ Jensen y Rosengren, *Op. cit.*, p. 211.

⁵⁸ Saintout, Florencia, “La perspectiva de la recepción de los medios masivos en la Revista Comunicación y Sociedad. Una primera exploración”, en *Comunicación y sociedad*. Núm. 32, enero-abril, pp. 201-226, Universidad de Guadalajara, México, 1998.

⁵⁹ *Ibidem*, p. 211.

En su desarrollo actual, los trabajos empíricos sobre recepción se basan en aspectos micro de integración del texto-lector con el propósito de lograr una educación estética de los lectores (estudios sobre el placer). Del mismo modo, se puede considerar que el eje de la investigación en esta corriente se basa en estudiar lo que la estructura de los textos literarios puede hacer a los lectores.⁶⁰

De varias formas, las investigaciones actuales sobre recepción tuvieron influencia de los estudios sobre la “estética de recepción”. Son estudios de exégesis de textos tendientes a comprender la experiencia cognitiva y estética del lector.⁶¹

Según Jensen,⁶² en los actuales estudios literarios pueden ser identificadas tres concepciones: Primero extender un marco histórico de análisis del rol del lector. Segundo, una orientación similar hacia los micro-aspectos de la interacción texto-lector ha sido manifestado en una variedad de otros acercamientos literarios que podría ser abordada bajo el título de teoría de la reacción del lector. Finalmente, en las últimas dos décadas, los estudios empíricos, psicológicos y sociológicos orientados sobre recepción literaria, han crecido de manera considerable en Europa y Estados Unidos.

En México, Jorge González, en su trabajo en la investigación de las telenovelas⁶³ considera al análisis de contenido como una de las perspectivas desde donde se puede investigar la televisión, específicamente la telenovela, ya que el análisis de las estructuras narrativas se apoya en la lingüística y en las semióticas del relato con el objetivo de lograr la descripción y formalizar el sentido investido del texto, y de qué manera las telenovelas operan como productoras de sentido y de placer.⁶⁴

⁶⁰ Jensen y Rosengren, *Op. cit.*, p. 212 y De Lopes, *Op. cit.*

⁶¹ De Lopes, *Op. cit.*

⁶² Jensen, Klaus Bruhn, *La semiótica social de la comunicación de masas*, Bosch Comunicación, Barcelona, 1997, p. 362.

⁶³ González, Jorge A., comp., *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México*, Universidad de Guadalajara, México, 1998, p. 35.

⁶⁴ González, Jorge A., “La cofradía de las emociones (in)terminables: construir las telenovelas mexicanas”, en González, Jorge A.; (comp.), *La cofradía de las emociones...*, 1998b, pp. 31-71.

Es interesante notar que para los estudios de crítica literaria como para la investigación de los efectos, el significado se encuentra en las estructuras de los contenidos,⁶⁵ tanto de los que se reciben como de los que se producen por parte de los receptores.

Estudios culturales

Como respuesta al enfoque insuficientemente sociológico del modelo de “usos y gratificaciones”, otra alternativa para aproximarse al estudio de la audiencia de la televisión fue desarrollada en el Centro para Estudios Culturales Contemporáneas (*Centre for Contemporary Cultural Studies*) de la Universidad de Birmingham en la década de 1970. Esa aproximación fue originalmente delimitada por Hall y después desarrollada por el proyecto de investigación de audiencia “*Nationwide*”, el cual pretendió analizar cómo la variación en los patrones de decodificación del material televisivo es influenciada por factores culturales y sociales. Al mismo tiempo, la dimensión etnográfica de este trabajo fue desarrollada por Hobson en su estudio de las mujeres televidentes de telenovelas (*soap operas*).⁶⁶

Las raíces de este enfoque están incluidas en los clásicos del siglo XIX (Durkheim, Marx, Weber) así como en los modernos pioneros de Europa y Estados Unidos como Adorno y Horkheimer, Hoggart, Williams, Carey y Gasn.⁶⁷ Mientras que la tradición de los estudios culturales surge tanto de temas teóricos como políticos relacionados con la audiencia, Morley es uno de los que han explorado la resistencia de la audiencia a la construcción de la realidad presentada por los medios de comunicación.

El trabajo en los Estudios Culturales se enfoca en el mensaje actual y en los discursos de la comunicación. Aunque su nacimiento tiene que ver con los estudios de crítica literaria, los Estudios Culturales comienzan a estudiar la recepción que las clases y los sectores tienen de los medios de comunicación, con base en la etnografía como método de investigación.⁶⁸

⁶⁵ Jensen y Rosengren, *Op. cit.*, pp. 208-212.

⁶⁶ *Ibidem*, pp. 212-213.

⁶⁷ *Ibid*, p. 212.

⁶⁸ Jacks, Nilda, “Televisión, recepción, identidad: cuestiones e imbricaciones”, en Orozco Gómez, Guillermo, *Miradas Latinoamericanas a la Televisión*, Universidad Latinoamericana, México, 1996, pp. 173-195.

Los investigadores de Estudios Culturales no centran sus esfuerzos en la “alta cultura” sino en los discursos de la cultura popular. Así, los mensajes de los medios son concebidos como discursos generalmente estructurados, los cuales son relevantes para la audiencia en diferentes prácticas culturales y sociales.⁶⁹

La *Escuela de Birmingham* (Estudios Culturales) que introdujo la metodología etnográfica al estudio de las audiencias y en general al estudio de lo comunicativo, confirió estatus de objeto de estudio a la *cultura popular*, antes negada por la supuesta *única cultura*: la alta cultura.⁷⁰

En esta corriente, el proceso de comunicación se concibe como una articulación de prácticas de significación en un campo de fuerzas sociales. Esas prácticas están enraizadas en un cuerpo de conocimientos y en las estructuras de sentido disponibles en una sociedad determinada o a través de reglas del quehacer profesional y de las especificidades de cada medio de comunicación. Las características socioculturales de los usuarios son integradas al análisis no de la difusión, sino de una circulación de mensajes en el seno de la dinámica cultural. El polo de la reflexión es progresivamente trasladado de los propios medios hacia los grupos sociales.⁷¹ De esta forma, los estudios realizados en el *Centre for Contemporary Cultural Studies* de la Universidad de Birmingham (Hoggart, Williams, Hall) colocaron a la recepción como práctica compleja de construcción social de sentido.

Immacolata Vassallo de Lopes, siguiendo a Hall, asegura que el análisis identifica tres grandes modos de interpretación o decodificación realizados por los receptores: un modo que corresponde a la forma como codifica el emisor; un modo modificador, de significaciones rescatadas al cual se le llama negociador y, también, un modo al que se le denomina de oposición, el cual apela a referencias antagónicas para interpretar los mensajes.⁷²

El concepto gramsciano de hegemonía es usado en el modelo de codificación y decodificación (Hall) para examinar los modos concretos mediante

⁶⁹ Jensen y Rosengren, *Op. cit.*, p. 217.

⁷⁰ Orozco Gómez, Guillermo, *La investigación de la comunicación...*, pp. 97-98.

⁷¹ De Lopes, *Op. cit.*

⁷² De Lopes, *Op. cit.*, y Morley, *Op. cit.*, p. 83.

los cuales los medios pueden ser negociados o, inclusive, eventualmente subvertidos por audiencias específicas.⁷³

Morley⁷⁴ menciona las siguientes premisas en el modelo de codificación y decodificación:

1. El mismo suceso se puede codificar en más de una manera.
2. El mensaje siempre contiene en más de una "lectura" potencial. Los mensajes proponen y prefieren determinadas lecturas en lugar de otras, pero nunca pueden llegar a cerrarse por completo en una sola lectura: siguen siendo polisémicos.
3. Comprender el mensaje es una práctica problemática, por transparente y "natural" que pueda parecer. Los mensajes codificados de un modo siempre pueden leerse de un modo diferente.

Para el autor, el mensaje de la televisión es un signo complejo en el cual se ha "inscrito" una lectura preferencial, pero que conserva —si se le decodifica de un modo diferente del que se usó para codificarlo— su capacidad potencial de comunicar un sentido diferente. El mensaje es, pues, una polisemia estructurada.

Morley propone concebir la audiencia no como una masa indiferenciada de individuos sino como una compleja configuración de subculturas y subgrupos superpuestos en los que se sitúan los individuos. Debemos tener en cuenta, aclara Morley, que los contextos sociales suministran los recursos y establecen los límites dentro de los cuales operan los individuos. Los miembros de cierta subcultura tenderán a compartir una orientación cultural a decodificar mensajes de un modo particular. Sus lecturas individuales estarán enmarcadas por formaciones y prácticas culturales compartidas que, a su vez, estarán determinadas por la posición objetiva que ocupa el individuo en la estructura social.

⁷³ De Lopes, *Op. cit.*

⁷⁴ Morley, *Op. cit.*, p. 125.

Temas abordados por los Estudios Culturales son el poder, el género, la hegemonía, que incluye clases trabajadoras.

Robert White atribuye al trabajo de Morley cierta cualidad de vanguardia, pues dice “rompió” con la tradición de análisis textual de los miembros, en la tradición de los Estudios Culturales de audiencia.⁷⁵ Para Renero, el de Morley es un trabajo clave para entender la dinámica de las relaciones domésticas como un “ámbito de significación” y agrega que se trata de una visión más comprensiva de la actividad de “ver la televisión”. Morley lleva a cabo una serie de proyectos empíricos de investigación para analizar cómo las variaciones en los patrones de decodificación de materiales televisivos estaban influenciados por factores culturales y sociológicos.

Morley parte de la premisa de que “los cambiantes patrones de la actividad de ver televisión, sólo pueden ser entendidos en el contexto de las actividades familiares de empleo del tiempo libre”⁷⁶ y considera a la unidad doméstica familiar como la unidad básica de consumo de la televisión, más que al receptor individual. Para producir un modelo conceptual más desarrollado de la conducta de “ver la televisión” en el contexto del tiempo libre familiar, toma como punto de partida el análisis de la interrelación de factores como “tipo de programa” y “género”.⁷⁷

Hablar de Estudios Culturales como una corriente resulta difícil para quien comienza a adentrarse al estudio de la recepción de los medios, dada la ambigüedad existente en esta área, y sobre todo a la “denominación de origen” que los hace, por sus creadores y seguidores, sólo posibles en la Gran Bretaña. A pesar de esto ha habido serios esfuerzos por realizar Estudios Culturales también en los Estados Unidos.

Morley⁷⁸ asegura que no es conveniente entender los Estudios Culturales como un cuerpo fijo de doctrina que se pudiera trasplantar de un lugar a otro, aplicable similarmente en diversos contextos nacionales y regionales, ya que:

⁷⁵ Renero Quintanar, Martha, *Op. cit.*, p. 12.

⁷⁶ Citado por Renero, *Ibidem.*, p. 14.

⁷⁷ *Idem.*

⁷⁸ Morley, David, *Op. cit.*, p. 15.

El lugar que ocupan y la importancia que adquieren los Estudios Culturales varían de un contexto a otro, y se los debe vincular al carácter específico de formas locales de discurso político e intelectual en tanto cultura (...) no perdamos de vista que los Estudios Culturales dependen del contexto, y fortalezcamos esta idea si queremos oponernos a la tendencia a elaborar ortodoxias y a la tentación de emplear un vocabulario codificado”.⁷⁹

Lo anterior es uno de los peligros que correrá cualquier tendencia impropiamente universalizadora en los Estudios Culturales, porque en diferentes lugares y momentos, no siempre las mismas cosas tienen igual significación.

Morley asegura, por ejemplo, que en Estados Unidos los Estudios Culturales han sido definidos como una teoría, lo cual se opone a lo que Stuart Hall define como “necesaria modestia” que debería exhibir este campo académico. Además de esta oposición, Morley cita a O’Connor quien asegura que en los Estados Unidos resulta difícil entender el estilo de teorizar con ejemplos concretos. Además, recuerda que uno de los rasgos definitorios de la apropiación de los Estudios Culturales británicos en los Estados Unidos consistió en perder el sentido del arraigo de los procesos de comunicación en la reproducción social y en la política.⁸⁰

Con transformaciones como ésta, se corre el riesgo de perder de vista precisamente lo que el autor (Hall) considera, uno de los compromisos definitorios de los Estudios Culturales: Mantener la “cuestiones teóricas y políticas en una tensión siempre irresoluble pero permanente [tensión por la que] unas de continuo irriten y perturben a las otras”.⁸¹

Limitaciones de los estudios culturales

James Lull⁸² hace una dura crítica a este enfoque. Para él, los Estudios Culturales se han convertido en una “narrativa terminante, circular y autocomplaciente” y proclaman una veracidad política que mina poderosamente su integridad teórica.

⁷⁹ Ang y Morley, citados en Morley, David, *Op. cit.*, p. 15.

⁸⁰ Morley; *Op. cit.*, p. 16.

⁸¹ Citado por Morley, en Morley, *Op. cit.*, p. 17.

⁸² Lull, James, “La ‘veracidad’ política de los Estudios Culturales”, en *Comunicación y sociedad*, No. 29, enero-abril, Universidad de Guadalajara, 1997, pp. 55-71.

Acusa a los Estudios Culturales de no ser “Etnografías críticas” tal como sus autores las proclaman, sino “etnografías dirigidas”, que al final sólo repiten de forma diferente lo que ya creía el autor que era “verdad” o “correcto”. Esto, dice Lull, no es investigación sino una mascarada prejuiciosa, “por lo tanto, no tendrá nada que ver con el rigor metodológico, la integridad de la evidencia ni la lógica de la inferencia. No tiene nada que ver con la verificación, el perfeccionamiento ni la contextualización. De hecho, no es un ‘estudio’, se trataría sólo de concluir correctamente”.⁸³

Para el autor la investigación etnográfica, trae consigo un requerimiento de competencia metodológica que simplemente no es encontrada en muchos trabajos de los Estudios Culturales.

Además, Lull critica también el anglocentrismo de los Estudios Culturales a los que acusa de no estar interesados en estudiar la cultura, sino que sólo les interesan los estudios sobre Inglaterra.

La mayoría de los problemas con el enfoque de los Estudios Culturales nacen se deben más a la ambigua naturaleza de la cultura que a algún defecto inherente a los estudios de cultura como perspectiva crítica.

Análisis crítico de la audiencia

El análisis de recepción tiene sus raíces en dos tradiciones de recepción: la estética y la de reacción del lector, así como en la teoría de los usos y gratificaciones. En términos empíricos, el análisis de recepción ha estado preocupado con el contexto cultural tanto en Europa y Estados Unidos como en América Latina.⁸⁴

Como los Estudios Culturales, los análisis de recepción hablan de los mensajes de los medios como discursos cultural y genéricamente codificados, mientras que definen la audiencia como agentes de producción de significados. Igual que la investigación de los Usos y Gratificaciones, el análisis de recepción concibe a los receptores como individuos activos quienes pueden hacer una variedad de cosas con los medios en términos de consumo,

⁸³ *Ibidem*, p. 59.

⁸⁴ Jensen y Rosengren, *Op. cit.*, pp. 213-214.

decodificación y usos sociales. Lo que caracteriza a los estudios críticos de recepción es, sobre todo, la insistencia de que los estudios incluyen un análisis empírico comparativo de los discursos de los medios, con los discursos de la audiencia.⁸⁵

Para Jensen⁸⁶ la pregunta ahora no es sólo lo que los medios de comunicación hacen a las audiencias o lo que las audiencias hacen con los medios, sino de qué manera los medios de comunicación y las audiencias se relacionan «como agentes de la vida de los signos en la sociedad», lo que repercute en la calidad de vida cotidiana y también para la estructura de la sociedad.

Los estudios de recepción en América Latina son muy recientes. Emergen a principios de los años ochenta. Es sobre todo dentro de la temática de las culturas populares donde una teoría compleja y multifacética de la recepción empieza a ser desarrollada, tendiendo como ejes básicos de reflexión el desplazamiento de los *medios a las mediaciones* (Martín Barbero) y los procesos de *hibridación cultural* (García Canclini).

De Lopes⁸⁷ sostiene que en algunos países de Latinoamérica existen equipos de investigación que trabajan en proyectos integrados y multidisciplinarios en el área. Tal es el caso de los proyectos sobre telenovela en Colombia y en México, o de educación para la recepción activa en Chile, y el de niños y televisión en México, entre otros.

Un rasgo central y común a todos esos proyectos es la rigurosa experimentación metodológica a través de la cual se intenta avanzar en los procedimientos propiamente técnicos de investigación empírica, en el sentido de volverlos más compatibles con la complejidad de la teoría de las medicaciones.⁸⁸

Nilda Jacks⁸⁹ hace un recuento de las tendencias en los estudios de recepción en Latinoamérica desde las visiones del “consumo cultural”

⁸⁵ *Ibidem*, p. 218.

⁸⁶ Jensen, Klaus Bruhn, *Op. cit.*, p. 18.

⁸⁷ De Lopes, *Op. cit.*

⁸⁸ *Idem*.

⁸⁹ Jacks, Nilda, *Op. cit.*, pp. 173-195.

de Néstor García Canclini, hasta el “enfoque integral de la audiencia” de Guillermo Orozco.

También en México, Jorge González, desde la Universidad de Colima ha propuesto el estudio de los medios desde la perspectiva de los *Frentes Culturales*, en los que adopta el concepto de hegemonía de Gramsci; “desde ahí explica cómo las coaliciones del poder ganan el consenso de grupos subordinados por la incorporación en la esfera cultural pública de símbolos culturales de estos grupos, para así identificarlos de algún modo”.⁹⁰

Jacks apunta que en términos de los medios de comunicación masiva, se refleja la tentativa de las audiencias para definir y defender sus identidades socioculturales, con el objetivo de ganar el reconocimiento público de otros grupos. El abordaje metodológico de esta propuesta utiliza, principalmente, las descripciones etnográficas de las audiencias para desnudar las relaciones entre lo cotidiano, el poder, las instituciones, etc. Menciona que los investigadores de CENECA (Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística) “ponen en duda el poder omnipotente y monolítico de la televisión, rechazan la visión del receptor como ‘recipiente’ y la del contexto como ‘variables intervinientes’ y asumen que la recepción es un proceso constructivo, dialéctico y conflictivo”.⁹¹

Jesús Martín Barbero⁹² defiende la idea de que el “mal llamado receptor”, participa activamente en el proceso de comunicación, incluso como cómplice del emisor. Interpreta los mensajes además de acuerdo con su realidad (mediaciones). “Fue así como la comunicación se nos tornó cuestión de mediaciones más que de medios, cuestión de cultura y, por tanto, no sólo de conocimientos sino de re-conocimientos,”⁹³ con lo que plantea un estudio de la comunicación más desde las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales.⁹⁴

⁹⁰ *Ibidem*, p. 178.

⁹¹ *Ibid*, p. 179.

⁹² Martín-Barbero, Jesús, *De los Medios a las Mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1987, p. 233.

⁹³ En Jacks, Nilda, *Op. cit.*, p. 176.

⁹⁴ Martín-Barbero, *Op. cit.*, p. 203.

En *De los Medios a las Mediaciones*, el autor define las mediaciones como «los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión».⁹⁵ En materia de televisión, propone tres lugares de mediación: la cotidianeidad familiar, donde entra la televisión con un discurso coloquial, la temporalidad social, que se refiere al manejo de un tiempo repetitivo (programación); y la competencia cultural, cuya dinámica actúa por sus géneros (policíaco, novelas, etc.). Desde ellos, activa la competencia cultural y, a su modo, da cuenta de las diferencias sociales que la atraviesan.⁹⁶

Acerca de la familia, Barbero asegura que ésta es la «unidad básica de audiencia» de la televisión en América Latina porque este medio de comunicación representa la situación primordial de reconocimiento. Así, el autor colombiano da cuenta de cómo más allá de una visión apocalíptica en la que se ve a la televisión como la corruptora de la familia, el punto de vista se amplía y empieza a desarrollarse la concepción de la familia como uno de los espacios clave de lectura y de codificación de la televisión, de manera que la unidad familiar tiene la facultad de «leer» la televisión con la interpretación y uso que esto conlleva. A su vez, la televisión interpela a la familia de forma que la cotidianeidad familiar inscribe sus marcas en el discurso televisivo, esto hace que los mensajes televisivos simulen el contacto directo con sus televidentes, simulando con ello un diálogo, una proximidad y una inmediatez entre la familia y lo que está detrás de la pantalla.

Nilda Jacks⁹⁷ también muestra *El enfoque integral de la audiencia*, corriente desarrollada por Guillermo Orozco, quien se basa en la cuestión de cómo se realiza la interacción entre la TV y la audiencia. La respuesta comenzó a ser buscada por el modelo de los Estudios Culturales, desarrollado por las nuevas corrientes de la sociología de la cultura, especialmente por los trabajos de la Escuela de Birmingham (Inglaterra) y también por autores latinoamericanos como Fuenzalida y Hermosilla, ambos ligados a CENECA.

Orozco es uno de los investigadores latinoamericanos que más se ha preocupado por indagar, especialmente en los niños, y en trabajar una propuesta

⁹⁵ *Ibidem*, p. 233.

⁹⁶ Jacks, Nilda, *Op. cit.*, p. 180.

⁹⁷ *Ibidem*, pp. 181-182.

educativa concreta con respecto a la TV,⁹⁸ así como uno de los autores mexicanos con más textos publicados en el país acerca de recepción.⁹⁹

Orozco se ubica en el análisis integral de la recepción. Esta tendencia se presenta como una ruptura epistemológica contra los estudios de efectos y como un intento por integrar y superar en ciertos aspectos los enfoques de las otras teorías de recepción.¹⁰⁰

Claudia Herrán sintetiza las diferencias de Orozco con el paradigma tradicional diciendo que si éste busca explicar lo que el receptor o televidente hace en cada uno de los momentos seleccionados como objeto de análisis (encendido y apagado de la TV, selección del programa, cambio de canal, etc.), independientemente de lo que hace o pudiera hacer en otros momentos de su vida, para Orozco el proceso de ver TV tendría las siguientes características.

- El receptor en su interacción con la TV está condicionado social y culturalmente desde antes de prender el aparato; es influenciado mientras ve los programas y después de apagar el televisor. Es decir, la interacción TV y audiencia es un proceso que antecede y prosigue al tiempo de estar frente a la pantalla.
- El receptor no es un receptáculo vacío, sino que se enfrenta al medio con una serie de actitudes, ideas, valores y repertorio cultural. Todo esto es puesto en juego en la interacción con el medio.
- Por esta razón el receptor no resulta afectado de manera irremediable por lo presentado en la TV —producción de efectos en el paradigma tradicional—, sino que lleva esta apropiación a otros espacios sociales (trabajo, vecindario, lugares de recreación y amistad) donde también interactúa.

⁹⁸ Herrán Monedero, Claudia, "Un salto no dado: de las mediaciones al sentido", en Orozco Gómez, Guillermo (compilador), *Televisión. Perspectivas para el análisis...*, pp. 29-30.

⁹⁹ Fuentes, Navarro, Raúl, *La Investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994*, ITESO, Universidad de Guadalajara, 1996, p. 16.

¹⁰⁰ Herrán Monedero, Claudia, *Op. cit.*, p. 30.

Multimediación

De ahí que Orozco sostenga que en el proceso de apropiación se presentan múltiples mediciones de acuerdo con las instancias sociales donde éste se realiza. De todo esto concluye diciendo que “la interacción entre TV y receptor es conflictiva y contradictoria”.¹⁰¹

Originalmente, el concepto de la mediación se había relacionado con los medios masivos de información, sobre todo en el polo de la emisión y se había referido a la manera en que los emisores y los medios percibían y luego transmitían el acontecer social a su público. Es hasta la década de los ochenta cuando la mediación como tal se relaciona explícitamente a la cultura y los movimientos sociales y a los procesos de aprendizaje informal de la TV.¹⁰²

El modelo de Estudios Críticos de la Audiencia (*Critical Audience Research*) se ha conformado a partir de una comprensión integral del proceso de recepción, pero que sobre todo busca diseñar y aplicar estrategias de análisis acordes con esa nueva formulación del objeto de estudio. Es entonces un modelo con un énfasis especial en lo metodológico.¹⁰³

Dentro de este modelo, Guillermo Orozco propone la perspectiva de la mediación múltiple y entiende por mediación un proceso estructurante que configura y reconfigura tanto la interacción de los miembros de la audiencia con los medios, como la creación por parte de ellos del sentido de esa interacción. La mediación no debe ser entendida como un objeto de observación sino como algo similar a una clase social, que más que verse se infiere.¹⁰⁴ En su perspectiva de multimediación, Orozco sugiere cuatro grupos de mediaciones:

¹⁰¹ *Idem.*

¹⁰² Orozco Gómez, Guillermo, “La mediación en juego...”, pp. 107-128.

¹⁰³ Orozco Gómez, Guillermo, “Recepción Televisiva y Mediaciones...”, p. 70.

¹⁰⁴ *Ibidem*, p. 74.

La mediación individual. Esta mediación surge del sujeto, ya sea como individuo o como sujeto social. La mediación “cognoscitiva” es considerada por el autor como la mediación individual principal. Las fuentes de estas mediaciones pueden ser operacionalizadas como “esquemas mentales” (psicología), como “repertorios” o “textos” (Estudios Culturales), o bien como “guiones” (teoría de la estructuración). Otras mediaciones individuales son el género (sexo) del sujeto, la edad, y la etnicidad, cuando ésta se aborda cuidadosamente. Orozco advierte que todas las mediaciones individuales deben entenderse dentro de medios culturales concretos.

El segundo grupo de mediaciones es lo que llama el autor *la mediación situacional* con lo que asegura que en la medida en que la interacción TV-receptores trasciende el simple momento de contacto directo con la TV, la mediación situacional se multiplica de acuerdo con los diferentes escenarios. Cada escenario abarca posibilidades y limitaciones para el proceso de recepción televisiva tanto a nivel espacial como a nivel de la posible interacción de la teleaudiencia. Para la mayoría de los miembros de la audiencia, la situación común para interactuar con la TV es el hogar.

La mediación institucional es el tercer grupo sugerido por Orozco, quien parte de la premisa de que la audiencia es muchas cosas al mismo tiempo y participa en diversas instituciones sociales. Cada institución tiene una esfera diferenciable de significados, aunque todas las instituciones compartan varios aspectos y tengan elementos básicos en común. Entre estas instituciones se encuentran la familia y la escuela e, incluso, la televisión misma, que además de mediar como institución social produce su propia mediación, *la mediación tecnológica*, y utiliza recursos para imponerla sobre su audiencia, entre ellos se encuentran los géneros televisivos.

Para Guillermo Orozco, la mediación de una teleaudiencia hace que su interacción con la tv varíe ampliamente, ya que existen tantas fuentes de medicación y tantas mediaciones “que el fenómeno se presenta como un rompecabezas para los investigadores”.¹⁰⁵

Orozco sostiene que las audiencias son activas, pero sobre todo *creativas*. Producen sentido en su interacción social; los límites a esa producción no

¹⁰⁵ *Ibid.*, p. 81.

están dados sólo por razones individuales. Más bien están dados a la creatividad. “Esta concepción culturalista permite entender la existencia de actos creativos individuales, por ejemplo en la interacción con la tv, pero los explica más allá de los individuos mismos, en su cultura o subcultura”.¹⁰⁶

Algunos estudios en México sobre la televisión y la familia

Hablar de estudios sobre televisión y familia se antoja un tema común en las publicaciones especializadas, sin embargo, al hacer un recorrido por los estudios realizados sobre el tema se debe tener en cuenta la mirada desde la cual se han de ver los conceptos ligados con ese medio de comunicación de masas que es la televisión.

En primer lugar, la mirada que nos ocupa respecto a la televisión es aquella que se refiere al proceso de recepción de los mensajes televisivos. Es necesario, por ejemplo, dejar de lado los estudios realizados para el análisis de la producción de los mensajes televisivos, los referentes a contenidos (ideológicos, de género o de cualquier otro tipo), así como los que hablan de la historia del medio y su desarrollo. Si bien es conveniente recordar que existen distintas vertientes teóricas, será necesario centrar este recorrido por los trabajos realizados en México, específicamente en aquellos que de una u otra forma se integren en el enfoque de las mediaciones, sobre todo aquellos que se ocupan de la familia como núcleo o como *unidad de interpretación* de los mensajes televisivos.

Sistematización y recopilación de documentos sobre recepción

Los estudios realizados en materia de comunicación han sido sistematizados por Raúl Fuentes,¹⁰⁷ quien tras haber reunido los trabajos publicados en las últimas dos décadas sobre comunicación en nuestro país en el libro *La Investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994*, hace posible ver un panorama completo sobre la materia. Así, da cuenta de cómo se ha incrementado sustancialmente el estudio de los medios en México, especialmente desde 1986. Es precisamente la televisión el medio que

¹⁰⁶ Orozco Gómez, Guillermo, “La mediación en juego...”, p. 122.

¹⁰⁷ Fuentes Navarro, Raúl, *Op. cit.*, pp. 7-26.

capta más la atención de los investigadores, o que al menos, cuenta con más trabajos publicados al respecto. En cuanto a geografía, la mayor parte de los estudios que hacen explícito su lugar de origen se encuentra proporcionalmente situado en el Distrito Federal. Hasta 1994 seguían faltando ocho estados: Aguascalientes, Baja California Sur, Morelos, Nayarit, Querétaro, Sinaloa, Tlaxcala y Zacatecas, estados que no tenían referencia de al menos un trabajo realizado sobre comunicación.

El tema de la recepción de la televisión ha sido abordado en varios de esos estudios. De acuerdo con los datos mostrados por Fuentes, los investigadores mexicanos han estado preocupados durante la década de los noventa en dar cuenta de lo que ocurre entre la familia, la escuela y la televisión. Entre los temas recurrentes que abordan esta relación se encuentran las telenovelas y el interés por la recepción crítica.

Fuentes reporta los trabajos realizados en la materia por investigadores mexicanos: Olga Bustos en su artículo *Por los caminos de la telenovela mexicana* (1994) aborda el tema de la telenovela y propone cambios, no sólo en la producción de las novelas sino también en la recepción, con tal de que sean las propias audiencias conscientes las que reclamen los cambios en los contenidos. Carlos Luna (1989) plantea una serie de hipótesis sobre la recepción de las telenovelas como resultado de una encuesta aplicada en Guadalajara; Alejandro Acuña Limón, aborda el tema de la Familia y la Televisión en su ensayo para el libro coordinado por Rebeil (1986) *Propuestas para asociaciones de televidentes*, con una propuesta dirigida a los padres de familia y a maestros tendiente a lograr una recepción "activa" de los mensajes televisivos por parte de los niños en la etapa escolar. Con una preocupación semejante y dentro de la misma obra, Norma Iglesias, en su texto *La recepción crítica: posibilidades de acción en México*, reflexiona acerca de una recepción crítica en nuestro país y propone lineamientos que pudiera seguir cualquier asociación de televidentes.

Fuentes también habla del trabajo de Dora Martínez en su tesis de maestría *Patrones de exposición a la televisión y medios impresos y habilidades de razonamiento verbal en estudiantes de primer ingreso de la Universidad de Monterrey* (1993), hace un esfuerzo por encontrar patrones de exposición, en los que predomina el tiempo de exposición a la televisión, mientras que los libros se encuentran en último lugar. Martínez no encontró evidencias para probar la hipótesis de desplazamiento entre televisión y tiempo dedicado a la lectura

de libros, ni la hipótesis de inhibición entre televisión y puntaje en razonamiento verbal.

Por su parte, Enrique Sánchez Ruiz, en 1992 publicó también el libro *Tendencias en la investigación sobre televisión en México 1950-1990*, resultado de la recopilación y análisis de 444 documentos de investigación sobre la televisión. Dichos documentos son clasificados en el libro en doce dimensiones: recepción, mediaciones políticas, estructuras, educación, historia, mediaciones culturales, mediaciones expresivas, medicaciones organizacionales, publicidad, mediaciones económicas, legislación y mediaciones tecnológicas. Sánchez reporta que es precisamente en este orden que se dan las tendencias hasta esa fecha en el estudio de la comunicación, con lo que la línea temática de recepción representa 36 por ciento de los documentos analizados.¹⁰⁸ Es el enfoque de los «efectos» de la televisión sobre las teleaudiencias el que predomina en los estudios de recepción (75%), seguido por el enfoque de los «usos y gratificaciones» (37.5%). Además, el autor manifiesta la tendencia hacia investigar las mediaciones y los «usos sociales» de la tv. No se hace mención específica de la existencia de trabajos dedicados a la recepción en el seno familiar.

En el análisis de Sánchez destaca también la falta —apenas emergente realización— de estudios en la provincia mexicana en el tiempo comprendido entre 1950 y 1990.

Florencia Saintout¹⁰⁹ hace una revisión de los trabajos publicados del número 1 al 29 de la revista *Comunicación y Sociedad* —una de las más importantes publicaciones en México y América Latina¹¹⁰— con el tema de recepción de los medios; en ella analiza todas las formas de ver la recepción y de definir quién es el receptor. Lo que a la autora le interesa es conocer el tratamiento hecho de:

- a) Las categorías de recepción (reflexiones teóricas).
- b) Sujetos (cómo se les construyó teórica y metodológicamente, cómo se definió la subjetividad).

¹⁰⁸ Sánchez Ruiz, Enrique E., *Tendencias en la investigación sobre la televisión en México 1950 – 1990*, CEIC, Colección textos de comunicación y sociedad, Universidad de Guadalajara, 1992, pp. 114.

¹⁰⁹ Saintout, Florencia, *Op. cit.*, p. 205.

¹¹⁰ Orozco Gómez, Guillermo, *La investigación de la comunicación...*, pp. 150-151.

- c) Objetos de investigación (con qué objetos de investigación trabajaron los distintos autores).
- d) Planteamientos metodológicos.

Saintout reflexiona en que una de las características centrales de las perspectivas sobre la recepción:

...es «precisamente la imposibilidad de hablar en singular de ellas. No se puede decir 'la' teoría de la recepción, sino que se está frente a complejísima dispersión de puntos de vista teórico-metodológicos».¹¹¹

Entre esas formas distintas de hablar del receptor, éste aparece en las diversas publicaciones como: perteneciente a audiencias segmentadas en los usos y preferencias de mensajes; miembro de audiencias nómadas; elemento significativo en el círculo de comunicación; nombrado como: receptor, consumidor, audiencia, radioescucha, televidente, oyente, lector; víctima e influenciado por los medios o bien con capacidad selectiva frente a la oferta mediática, entre muchas otras. Mientras que el estudio de la recepción —y por lo tanto del receptor mismo— ha sido abordado desde las vertientes teóricas del Modelo de los Efectos, Usos y Gratificaciones, Crítica Literaria, Estudios Culturales, enfoque a partir de Gramsci, y de Psicología.

En cuanto al abordaje metodológico, Saintout muestra cómo la relación entre medio de comunicación y sujeto es abordada por los investigadores de diferentes maneras: desde interpretarlo como un sistema sociocultural o problematizarlo desde dimensiones de poder, de historia y de deseo hasta el llevar esta relación a una «situación de laboratorio» en donde son aislados tanto medio como sujeto. Sin embargo, la autora da cuenta de que la existencia de planteamientos teóricos, como es el caso de la perspectiva de las mediaciones, no ha tenido un correlato con los acercamientos metodológicos a la problemática.

Sin pretender ser un «Estado del Arte», Guillermo Orozco¹¹² (1997b) en su libro *La investigación de la Comunicación dentro y Fuera de América Latina. Tendencias, Perspectivas y Desafíos del Estudio de los Medios* realiza un recorri-

¹¹¹ Saintout, Florencia, *Op. cit.*, pp. 222-223.

¹¹² Orozco Gómez, Guillermo, *La investigación de la comunicación...*, p. 81.

do por las principales visiones en materia de comunicación en América Latina y, al igual que otros autores,¹¹³ hace evidente que el escaso número de publicaciones que sean reportes o se deriven de investigación empírica. De manera específica, dentro del apartado llamado por el autor como *Gérmes portadores de futuro para la investigación de la comunicación en América Latina*, sostiene que el enfoque de las mediaciones constituye una contribución latinoamericana a la generación de conocimientos de comunicación y destaca que este es probablemente el principal punto de confluencia en la actualidad, de autores de la región que han trabajado empíricamente en la relación de los medios como sujetos sociales con sus audiencias.

Orozco reporta cómo en México —desde el Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales, de la Universidad Iberoamericana— se ha planteado la necesidad de conocer la multimediación en los procesos de recepción de los televidentes y se han instrumentado diseños teórico-metodológicos acordes para ese objetivo desde una óptica cualitativa para el abordaje de la relación entre la televisión y las audiencias. Estas propuestas han dado lugar a una serie de investigaciones¹¹⁴ con las que se han obtenido hallazgos empíricos tales como las *estrategias de recepción* por parte de las audiencias y el concepto de *televidencia* para referir diferentes componentes de los procesos de recepción, desarrollos que han permitido según el propio autor¹¹⁵

...construir teoría sobre la recepción y las prácticas comunicativas, en particular de los niños, los maestros y las familias por una parte, y por otra, de los procesos de *televidencia* y de «televidencias» concretas, como la de las noticias.¹¹⁶

¹¹³ Sánchez Ruiz, *Op. cit.*, y Fuentes Navarro, *Op. cit.*, pp. 7-26.

¹¹⁴ Tal es el caso de las investigaciones realizadas por el propio Guillermo Orozco, en Orozco Gómez, Guillermo, *Mediaciones familiares...*, pp. 113-129, y de Martha Renero, en Renero, *Prácticas culturales de mediación...*, las cuales serán abordadas más adelante de manera específica.

¹¹⁵ Orozco Gómez, Guillermo, "*La investigación de la comunicación...*", p. 176.

¹¹⁶ *Idem.*

Orozco también menciona la perspectiva de *frentes culturales* desarrollada desde la Universidad de Colima por el equipo de Jorge González, desde donde ha sido propuesta una forma integral de mirar desde la cultura la producción y recepción específica de telenovelas. La propuesta metodológica para el estudio de los referentes mediáticos y su recepción incluye las técnicas etnográficas tales como la entrevista en profundidad, las historias de vida y la observación participante.

En una obra más reciente, Orozco¹¹⁷ propone que falta aún estudiar la televidencia, así como el proceso de multimediación más a fondo, trascender el momento de ver la televisión y tomar en cuenta muchos más ámbitos en los que se desarrollan las audiencias.

En esta producción y reproducción intervienen una serie de «mediaciones» de diverso tipo: individuales, culturales, institucionales, contextuales y situacionales (Orozco, 1991) sobre las cuales es necesario obtener evidencia empírica para entender el proceso global de la televidencia.

La televisión y los niños

Los niños y las niñas, aunque rara vez se menciona a éstas de manera específica en las publicaciones,¹¹⁸ han sido uno de los objetos de estudio que han llamado la atención de los investigadores en materia de recepción. Se incluyen aquí algunos ejemplos de los estudios realizados con esta audiencia en tanto individuos que pertenecen a la audiencia que nos ocupa: «la familia».

Las multimediaciones han sido el principal aporte de Orozco¹¹⁹ a los estudios de comunicación, y a la par el autor también se ha preocupado por el carácter «educativo» (aceptado éste o no) de la televisión —institución

¹¹⁷ Orozco Gómez, Guillermo, "Televidencias. Una perspectiva epistemológica para el análisis de las interacciones con la televisión", en Orozco Gómez, Guillermo (coord.), *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la Comunicación en el siglo XXI*, Proyecto didáctico Quirón, Ediciones de la Torre, Madrid, 2000, pp. 109-119.

¹¹⁸ Corona, Sarah, "El niño y la televisión: una relación de doble apropiación (el caso de los Superamigos)", en Sánchez Ruiz, Enrique E. (comp.), *Teleadición infantil: ¿mito o realidad?*, Universidad de Guadalajara, 1989, pp. 69-77.

¹¹⁹ Orozco Gómez, Guillermo, "Recepción televisiva y mediaciones...", pp. 72-73.

mediadora también—. En este sentido, Orozco Gómez¹²⁰ hace una recopilación de estudios de recepción realizados en México y América Latina, enfocados en conocer el efecto que ha tenido la televisión en los niños. Dichos estudios están enfocados tanto a la televisión educativa como a la televisión no educativa pero que tiene efectos educativos. Orozco expone las diferentes e incluso contradictorias conclusiones a las que han llegado los estudios de efectos de la televisión en los niños y plantea que una línea promisorio de investigación, sobre todo en la influencia de la televisión no educativa, propone estudiar al medio en relación con la acción de otras instituciones, como la familia y la escuela, en la socialización de los niños.¹²¹

Enrique Sánchez Ruiz compila los esfuerzos de varios investigadores en su libro *Teleadicción infantil: ¿imito o realidad?*¹²² e incluye en bajo el título «El Niño Jalisciense y la Publicidad televisiva (o dime qué comes y te diré qué canal ves)», resultados de una investigación sobre cómo opera la televisión en tanto aparato socializador o «escuela paralela» en el que encuentra que la influencia tiene que ver principalmente con los hábitos alimenticios de los niños. De acuerdo con las respuestas de los niños jaliscienses sobre los anuncios de televisión, Sánchez Ruiz califica como niños con conocimiento ingenuo y niños con conocimiento crítico; encuentra que una cuarta parte tiene conciencia crítica y dos terceras partes ingenua. Concluye que la televisión enseña, esto es, los niños aprenden de ella; que la televisión influye nocivamente en los hábitos alimenticios de los niños; y que la televisión es el medio más creíble. En la misma obra, María Elena Sánchez Ruiz¹²³ hace un estudio desde la perspectiva de los usos y gratificaciones realizados en Guadalajara y comprueba que los niños ven en promedio dos horas con cuarenta minutos diarios, lo que al final del año escolar suma más horas que las empleadas en estar en el aula y que para ellos las telenovelas son los espacios que les sirven para satisfacer necesidades de los niños, entre ellas el aprender cosas de la vida y la de tener compañía, dado que la mayoría de ellos

¹²⁰ Orozco Gómez, Guillermo, "Televisión y educación: lo enseñado, lo aprendido y lo otro", en Orozco Gómez Guillermo (coord.), *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Ensayos del PROICOM 2, México Universidad Iberoamericana, 1996c, pp. 143-172.

¹²¹ *Ibidem*, p. 167.

¹²² Sánchez Ruiz, Enrique E.; (comp.), *Teleadicción infantil: ¿imito o realidad?*, Universidad de Guadalajara, México, 1989, pp. 157.

¹²³ Sánchez Ruiz, María Elena, "El niño y la televidencia: ¿juego de sentimiento o juego de ideologías?", en Sánchez Ruiz, Enrique E. (comp.), *Teleadicción infantil...*, pp. 109-131.

dice ver la televisión (las novelas) con su familia ya sean padres o hermanos. Enrique Sánchez¹²⁴ incluye la investigación realizada por Mercedes Charles y por Sarah Corona.¹²⁵ La primera, basada en una muestra de 341 niños del D.F. de un promedio de 12.4 años, encuentra diferencias entre los gustos y simpatías, así como la exposición a la televisión entre niños de escuelas públicas y privadas. La segunda, desde el juego de los niños observa que éstos hacen suyos los programas de acuerdo con su competencia, por lo tanto realizan apropiaciones distintas dependiendo de la clase social.

Más relacionada con la mediación familiar, aunque abordada desde la perspectiva de los usos y gratificaciones, la investigación de Teresa de Jesús Tovar¹²⁶ da cuenta de cómo los niños seleccionan el programa de su preferencia porque en él encuentran satisfacción a varias necesidades, entre ellas relaciones afectivas y sociales, entretenimiento, necesidades psíquicas (fantasía por ejemplo) e identidad. Sin embargo sostiene que los niños no son tan libres de elegir e programa de su preferencia, sino que esta elección depende tanto de la agenda televisiva como de la influencia de padres, hermanos y amigos. Tovar concluye con una pregunta *¿hasta qué punto es la propia agenda televisiva la que conforma la fijación de una agenda de intereses, gustos y preferencias en el público?*

Familia y televisión

Dentro de su propuesta de multimediaciones, Guillermo Orozco reconoce en la familia a una de las instituciones mediadoras más importantes en el proceso de recepción de los mensajes televisivos. En su investigación «Mediaciones familiares y escolares en la recepción televisiva desde los niños. (Algunos hallazgos recientes)» el autor menciona cómo la mayoría de las mediaciones se realizan en el hogar y en la escuela, que son «escenarios donde los niños regularmente interactúan».¹²⁷ Recuerda cómo algunos estudios realizados anteriormente en América Latina han encontrado que la percepción familiar de su rol mediador ante la televisión es un factor impor-

¹²⁴ *Idem.*

¹²⁵ Charles, Mercedes, "La televisión y los niños. El reto de vencer al capitán América," en Sánchez Ruiz, Enrique E. (comp.), *Teleadicción infantil...*, pp. 15-25 y Corona, Sarah, *Op. cit.*, pp. 69-77.

¹²⁶ Sánchez Ruiz, Enrique, *Teleadicción infantil...*, pp. 79-108.

¹²⁷ Orozco Gómez, Guillermo, "Mediaciones familiares...", p. 116.

tante que define las prácticas de mediación en la recepción televisiva de los niños. De esta manera se ha encontrado que en México, aproximadamente el 50% de las familias ejercen algún tipo de mediación en la recepción, y el principal de ellos consiste en *regañar* al niño cuando ven mucha televisión. Así, las familias utilizan ciertas prácticas para limitar el uso de la televisión, entre ellas: fijar la hora de ir a la cama, prohibir al niño ver ciertos programas, usar la televisión como objeto de premio o castigo.

En su propia experiencia de investigación Orozco¹²⁸ encuentra que:

... la mediación familiar y escolar en México está fuertemente asociada al nivel socioeconómico y es influenciada por la subcultura en la que los receptores están inmersos. Sorpresivamente las familias de nivel socioeconómico medio son más conscientes de posibles efectos no deseados de la TV en los niños y ejercen una mayor mediación explícita, que las de niveles altos y bajos.

El autor encuentra que la mediación en las familias de niveles medios depende del grado educativo de los padres y de las expectativas de ascenso social que los padres manifiestan¹²⁹ y que este tipo de audiencia tiende a mediar programas y géneros particulares, no tanto en ver la televisión en sí. Este tipo de familias tiende a tener mucho cuidado con la televisión por lo que Orozco considera que son precisamente estas familias las que tienen mayor conciencia sobre los posibles efectos nocivos de la televisión en la educación de los hijos.

Para las familias de niveles medios-bajos y bajos, la tarea de la escuela constituye una mediación generalizada, así como las tareas del hogar, mientras que en las familias de estratos altos la mediación explícita de los padres es mínima pues los niños de dichas familias suelen ver la televisión solos. El autor destaca que las madres de nivel socioeconómico alto tienen poco aprecio por la televisión en general y tienden a no preocuparse o a no intervenir en la programación que ven los niños.

¹²⁸ *Ibidem*, p. 123.

¹²⁹ Renero corrobora esta afirmación en el estudio con adolescentes que será referido con más detalle más adelante.

Martha Renero¹³⁰ retoma esta investigación de Orozco¹³¹ desde la cual encuentra que en la familia, «referirse a televisión es manifestar una serie de representaciones discursivas acerca de los géneros», de manera que «la percepción de 'lo televisivo' pasa por la percepción de los géneros audiovisuales». Ubicada en la importancia de esta representación de la televisión como sus géneros, Renero señala:

Encontramos que los cónyuges como principales agentes mediadores de la institución «familia» se posicionan a sí mismos y a la entidad familiar frente al texto televisivo, a partir de que encuentran que el género (modo de articulación de significados y lectura convencional de la realidad), proyecta modos y saberes aplicables y replicables desde la cotidianidad de su espacio privado.¹³²

Según la autora, la telenovela es el género más cuestionado, incluso llega a ser objeto de polémica para los padres de familia entrevistados; las caricaturas son usadas como «niñera» por la mayoría de las madres, independientemente de la opinión de ellas hacia ese tipo de programas; y es el género «películas» el que pareciera tener la función de «reunir a la familia».

Por otro lado, Orozco,¹³³ en un análisis basado en entrevistas en profundidad a 28 madres de familia de 7 audiencias diferentes, encuentra que las madres perciben la televisión como algo «no neutral» para la educación de sus hijos, y como «una fuente de influencia en su desarrollo».¹³⁴ En este estudio el autor se da cuenta de que es entre las madres de los estratos económicos bajos donde hay más congruencia entre la preocupación que manifiestan respecto a los programas televisivos y la intervención que tienen

¹³⁰ Renero Quintanar, Martha, "La mediación familiar en la construcción de la audiencia. Prácticas de control materno en la recepción 'tele-veciva' infantil", en Orozco Gómez, Guillermo, *Hablan los Televidentes. Estudios de Recepción en varios países*, Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, Núm. 4, Universidad Iberoamericana, México, 1992, pp. 33-54.

¹³¹ Orozco Gómez, Guillermo, "Mediaciones familiares...", pp. 113-129.

¹³² Renero Quintanar, Martha, "La mediación familiar...", p. 33.

¹³³ Orozco Gómez, Guillermo, "Familia, televisión y educación...", pp. 11-32, y Orozco Gómez, Guillermo, "No hay una sola manera de 'hacer' televidentes", en Lameiras, José y Galindo, Jesús, *Medios y Mediaciones*, Colegio de Michoacán, ITESO, 1994f, pp. 61-83.

¹³⁴ Orozco Gómez, Guillermo, "La mediación familiar...", p. 14.

en el momento en que sus hijos interactúan con la televisión. También reporta que los programas más prohibidos para los niños por sus madres (mediación *antes* de ver la televisión) son similares en los diferentes estratos económicos: caricaturas y telenovelas; sino embargo lo que varía son las razones de la prohibición. Son los adultos en general, quienes ven los programas con los niños, los que realizan comentarios y juicios valorativos sobre lo que se transmite en la pantalla (mediación *durante* el tiempo de ver televisión), pero es la mediación *después* de ver la televisión la más difusa de todas y se ejerce más entre las familias de estratos medios y bajos.

Martha Renero se adentra también en los hogares de varias familias mexicanas con el objetivo de aportar información sobre las características del proceso de recepción de televisión en el ámbito doméstico de algunas familias de la ciudad de México, y particularmente conocer las posibles respuestas a cómo es usada la televisión en diferentes familias de la capital y cuáles son algunas de las percepciones de estos usos familiares de la televisión por parte de jóvenes adolescentes. Para entrar a los hogares de los adolescentes, Renero implementó un taller de televisión justo en el ámbito donde —anota— el joven socializa con sus compañeros y puede dar a conocer su percepción en las prácticas de autoridad en cuanto al uso de la televisión: la escuela. Tras el contacto hecho desde la escuela, Renero visitó y entrevistó a las familias (una muestra de 18 y una submuestra de 11 familias) en sus propias casas.¹³⁵

Renero trabajó con seis dimensiones:

1. Caracterización del segmento de audiencia.
2. Comunidades de significación familiar.
3. Uso del tiempo libre.
4. Práctica de ver la televisión.
5. Imaginario televisivo.
6. Mediación familiar.

¹³⁵ Renero Quintanar, Martha, "Prácticas culturales de mediación...", p. 217.

Y tres ejes de análisis:

- I. La diferenciación socio-cultural de las familias.
- II. El uso del tiempo libre.
- III. Ejercicio del poder de mediación entre las generaciones.

Renero¹³⁶ encuentra, en el caso del segundo eje, evidencias para afirmar que existe un consumo intensivo de la televisión por las mujeres, junto con un uso preferencial de la televisión que se otorga a los hombres, quienes tienen mayores espacios de autonomía que las mujeres dentro del ámbito doméstico, puesto que para las mujeres, más que para los hombres, la televisión está integrada a sus quehaceres domésticos.

Con lo que respecta al tercero de los ejes: «Ejercicio de mediación entre las generaciones», la autora encontró que una de las principales preocupaciones de los padres es la facilidad y cotidianidad con las que aparecen en la televisión escenas relacionadas con trato sexual y embarazo entre mujeres. La preocupación radica en que esto provoca que a los adolescentes «se les haga fácil hacerlo»; por su parte los jóvenes mostraron una actitud a la defensiva ante este discurso paterno, aunque sí lograron expresar sus propias preocupaciones de manera abierta cuando los padres no estaban presentes. Mientras el discurso paterno con respecto a la televisión y hacia sus hijos es decir que este medio no les deja nada bueno, aunque permiten que los jóvenes vean los programas que a ellos como padres no les gustan, el discurso juvenil consiste en convencer a los adultos de que su programa favorito «no tiene nada de malo».¹³⁷

En un estudio de carácter exploratorio y a partir de entrevistas semi-estructuradas a madres de familia de Tijuana y México acerca de las prácticas y usos cotidianos de la televisión, Renero observa y considera a la mujer como informante central acerca de los modos de ver televisión y «receptionar» otros medios, lo que adquiere mayor importancia por lo que la autora llama el prestigio de la mujer como «mantenedora simbólica» del hogar, responsable siempre de la crianza de los hijos.¹³⁸ El análisis de la información obtenida en

¹³⁶ *Ibidem*, p. 206.

¹³⁷ *Ibid*, pp. 210 y 212.

¹³⁸ RENERO Quintanar, Martha, «Audiencias selectivas en el entorno de la oferta multiplicada; el discurso materno acerca de los usos de la televisión y otros medios», en *Comunicación y Sociedad*, Núm. 24. Mayo-agosto, 1995b, pp. 127-153.

las dos ciudades mexicanas, es una comparación entre madres de familia de niños que asisten a escuelas públicas y privadas, esto es, entre audiencias de escuelas públicas y audiencias de escuelas privadas. Son los siguientes aspectos los que integran dicho análisis:

- Usos sociales de la televisión desde el discurso materno.
- Equipamiento doméstico y escenarios posibles de exposición a la televisión.
- Contextos y estilos familiares de ver televisión.
- Información y entretenimiento.
- Modos de recepción de noticieros de televisión.
- Preferencias televisivas.
- Preferencia por el cine y videos.
- Crítica al discurso televisivo.

Dos años más tarde, la autora realizó otro estudio exploratorio con jóvenes en el Distrito Federal¹³⁹ en el que propuso una estrategia de reconstrucción de los contextos de recepción televisiva de algunas familias de jóvenes adolescentes. La investigadora emprendió esta reconstrucción de contextos a partir de la combinación entre entrevistas y observación, y desde la mirada del análisis crítico de la audiencia. Para ella, las televidencias (como procesos) en la familia, son escenarios activos de significación a través de los cuales se forja la integración e identidad familiar. Plantea tres dimensiones desde las que aborda estos contextos de recepción:

- a) La estructura familiar.
- b) Las dinámicas de comunicación de los miembros del grupo.
- c) Los usos y valoraciones de la televisión y otros medios domésticos.

¹³⁹ Renero Quintanar, Martha, *La influencia de la televisión en la juventud es algo más que una ideología. Aproximación cualitativa a las comunidades de significación familiar*, Comunicación y sociedad, (DECS, Universidad de Guadalajara), Núm 29, enero-abril, 1997, pp 93-117.

Trabajó con la inferencia y reconstruyó, a partir de sus notas de campo, los valores de la comunidad familiar para luego hacer un análisis comparativo que le permite identificar rasgos comunes de las familias del mismo estrato social. Con esto llega a la conclusión de que en las instituciones familiares y escolares de todos los estratos sociales, varios son los factores que confluyen para modelar la particular influencia de la televisión en los y las jóvenes. Estos factores son el acceso a otras fuentes de entretenimiento diferentes a la televisión, la mayor competencia cultural de los y las adolescentes más escolarizados, además de la disposición de las autoridades escolares de escuelas particulares de abrir espacios para el debate sobre la influencia de los medios de comunicación.

Otro de sus hallazgos es el desconcierto expresado por los padres de familia en general por la rapidez y el alcance de los conocimientos a los que tienen fácil acceso las nuevas generaciones a través de la televisión y de otras tecnologías domésticas «lo que convierte su saber adulto, en saber poco actualizado». ¹⁴⁰ Por último, la autora sugiere seguir investigando las interrelaciones entre lo que los sujetos sociales hacen y lo que dicen y significan a propósito de su convivencia familiar cotidiana con la televisión.

Desde el programa de *Culturas Contemporáneas* de la Universidad de Colima, Angélica Bautista, Karla Covarrubias y Ana Uribe, también se insertan en el ámbito doméstico y estudian la relación Televisión y Familia en *Televisión y Familia. Una experiencia etnográfica en la vida de tres hogares colimenses*. ¹⁴¹ Las tres investigadoras encuentran, entre otras cosas, que la televisión une a los sujetos por el acto mismo de ver la televisión. Además, la observación permitió dar cuenta de las rutinas de ver televisión y de los gustos y preferencias de la programación televisiva. Así, la televisión es usada por la familia como reguladora de tiempo, agente de compañía, agente consejero, medio que da motivos de conversación, instrumento de poder y medio de descalificación social. Por todo esto concluyen:

¹⁴⁰ *Ibidem*, p. 116.

¹⁴¹ Bautista, Angélica, Covarrubias, Karla y Uribe, Ana B., "Televisión y familia. Una experiencia etnográfica en la vida de tres hogares colimenses", en Lameiras y Galindo, (eds.), *Medios y mediaciones*, El Colegio de Michoacán/ITESO, Guadalajara, 1994, pp. 101-127.

... el tipo de relación que los miembros de las familias han logrado establecer con la televisión (dentro de un contexto cotidiano), tiene mucho que ver con el tipo de relación que éstos tienen con los sistemas macrosociales externos a sus familias y a los sistemas de función al interior de ella.¹⁴²

El mismo equipo de investigación estudia también la telenovela en el libro *Cuéntame en qué se quedó. La telenovela como fenómeno social*,¹⁴³ desde el momento en que los televidentes eligen ver las telenovelas, hasta la influencia que ejerce este género en las relaciones familiares al grado de que llegan a hacer suyos los problemas de los personajes.¹⁴⁴

El esfuerzo por entrar a los hogares de las audiencias y descubrir lo que pasa entre las personas y la televisión, tiene una presencia especialmente importante en el trabajo realizado por el equipo de Jorge González, quien edita el libro *La Cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México*,¹⁴⁵ enfocado en los melodramas televisivos. El libro es el resultado del esfuerzo realizado años atrás desde la Universidad de Colima por estudiar uno de los géneros más prejuiciados pero menos estudiados científicamente: las telenovelas. Se analiza este género desde su dimensión cultural y es tomado en cuenta todo el proceso en el que interviene la telenovela, desde la producción de los programas, el análisis de texto, hasta los procesos de interpretación (recepción). Con el uso de distintas metodologías (etnografía, sociología, análisis de dibujo infantil, etc.) el equipo de González muestra y describe cómo son interpretadas las telenovelas por la gente que las ve, concediendo gran importancia a la familia como comunidad que tiene sus propias lecturas, apropiaciones, cotidianidad y significados para este tipo de programas. Entre otras cosas, González descubre los velos que hay ante las telenovelas: prejuicios que las describen como asunto de abuelitas, programas para gente desocupada y pobre, y demuestra que estos mitos no tienen sustento.¹⁴⁶ Para el autor, antes de estudiar a la televisión misma

¹⁴² *Ibidem*, p. 127.

¹⁴³ Bautista, Angélica, *Cuéntame en qué se quedó. La telenovela como fenómeno social*, Trillas/FELAFACS, México, 1994a.

¹⁴⁴ Fuentes Navarro, Raúl, *Op. cit.*, p. 85.

¹⁴⁵ González, Jorge A., *Op. cit.*, p. 383.

¹⁴⁶ González, Jorge A., "El regreso de la cofradía de las emociones (in)terminables: telenovela y memoria en familia", en González, Jorge A., (comp), *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre Telenovelas en México*, Universidad de Guadalajara, México, 1998c, pp. 170-172.

hay que mirar hacia las familias como comunidades de interpretación. En este sentido insiste en la necesidad de estudiar a la familia como grupo, no como suma de individuos: «con ella [la familia] y dentro de ella se negocian el sentido y las interpretaciones ‘verdaderas y válidas’ de la realidad».¹⁴⁷

Ana Uribe y Karla Covarrubias colaboran en este proyecto también con un estudio etnográfico en el seno de varias familias¹⁴⁸ gracias a lo cual pueden, cada una por su parte, reportar lo que pasa desde el ver las telenovelas día con día en el hogar, proceso que en el que intervienen las opiniones de los miembros de la familia, las motivaciones para ver este género televisivo, etcétera: «la telenovela /.../ es un pretexto para sentir y reconocerse en situaciones presentadas durante el desarrollo de la trama»,¹⁴⁹ es decir, la interacción entra la familia y las telenovelas es un «proceso de intercambio de significados comunes».¹⁵⁰

Luis Alfonso Guadarrama, en su investigación *Dinámica Familiar y Televisión. Un Estudio Sistémico*¹⁵¹ estudia cómo los sistemas familiares, a través de su propia estructura y dinámica, ponen en movimiento reglas, rutinas, rituales, pautas transaccionales y rutinas pautadas para seleccionar, articular, conversar y entretener su encuentro cotidiano con la televisión. Destaca en este estudio la concepción de familia como un sistema formado por partes interdependientes pero que conforman una totalidad. Un sistema, en cambio, continúa expuesto a las presiones del exterior, pero que igualmente está sometido a las presiones internas.¹⁵² Guadarrama estudia las dinámicas de estos sistemas, las formas en que se relacionan unos con otros los componen-

¹⁴⁷ *Ibidem*, pp. 177 y 178.

¹⁴⁸ Uribe, Ana, “La telenovela en la vida familiar cotidiana: apuntes de investigación”, en González, Jorge, (comp.), *La cofradía de las emociones (in)terminables...*, y Covarrubias Cuéllar, Karla Y., “¡Córrele que ya empezó! La familia y las telenovelas”, en González, Jorge A.; (comp.), *La cofradía de las emociones (in)terminables...*, pp. 278-31.

¹⁴⁹ Covarrubias, Karla, *Op. cit.*, p. 308.

¹⁵⁰ Uribe, Ana, *Op. cit.*, p. 272.

¹⁵¹ Guadarrama Rico, Luis Alfonso, *Dinámica Familiar y Televisión. Un Estudio Sistémico*, Cuadernos de Investigación, Cuarta Época, Núm. 1, Universidad Autónoma del Estado de México, 2000, p. 272.

¹⁵² *Ibidem*, p. 60-62.

tes de las familias, a los que él llama a su vez subsistemas, así existe el subsistema de los hijos, o bien padre-madre etc. En su estudio el autor explica, a partir de las reglas, las rutinas y la dinámica familiar en general, el por qué de la elección de determinados programas de televisión o el contacto con determinado medio de comunicación por parte de los diferentes integrantes de las familias: los jóvenes, los niños, los adultos, las mujeres, los esposos, etc. y encuentra, entre otras cosas, que los medios de comunicación constituyen un «recurso diferenciado de enlace con el entorno».¹⁵³

Sin embargo, tal como Fuentes¹⁵⁴ lo reporta, y a pesar de las redes que se han conformado por parte de investigadores en nuestro país,¹⁵⁵ la investigación, y específicamente en materia de recepción, no ha dado cuenta de lo que pasa en gran parte del territorio mexicano; hasta aquí, los estudios más sobresalientes se han realizado en la ciudad de México, Guadalajara o Colima, o por lo menos su desarrollo ha sido impulsado por instituciones que se ubican en dicho lugares. Aguascalientes es uno de los espacios en los que el campo es prácticamente virgen.¹⁵⁶

Enfoque cualitativo. La manera de acercarse a los procesos de recepción en la familia

La aproximación al estudio de la recepción es una tarea compleja que requiere de métodos de investigación que permitan llegar hasta el interior de las audiencias.

Al pretender conocer la influencia de la relación familiar en la producción de sentido de la televisión se trata de encontrar la forma en que la relación existente en la familia influye la forma de pensar de sus miembros y las representaciones que a partir de esto se hagan las familias respecto a los

¹⁵³ *Ibid.*, p. 240.

¹⁵⁴ Fuentes Navarro, Raúl, *Op. cit.*, p. 13.

¹⁵⁵ Tal es el caso de la red impulsada por Jorge González desde Colima para el estudio de las culturas, así como la red coordinada por Luis Alfonso Guadarrama para el estudio de la familia y los medios de comunicación: FAMECOM, (www.uaemex.mx/pwww/famecom/).

¹⁵⁶ En el campo de la investigación sobre familia y televisión existe también el trabajo realizado por Rebeca Padilla de la Torre, quien presentó en noviembre de 2002 su tesis “Telenovelas e Identidad de Género. Un análisis entre familias de Aguascalientes”, investigación que realizó para obtener el grado de Maestra en Comunicación.

referentes televisivos. Una forma de acercarse a ese proceso es mediante el enfoque cualitativo, que ha sido reconocido como el más idóneo para los estudios de recepción dentro de la corriente crítica de la audiencia, por lo que han predominado las investigaciones predominantemente cualitativas en América. No obstante, no se ha excluido a los trabajos cuantitativos, por el contrario, se ha permitido una combinación de diversas herramientas metodológicas.¹⁵⁷

El enfoque cualitativo ha destacado también en investigaciones realizadas en diversos países del mundo. Un ejemplo de esto es el trabajo de recopilación, hecho por James Lull en el que muestra algunos de los más significativos estudios sobre recepción realizados en el mundo bajo el enfoque integral de la audiencia y con una perspectiva cualitativa, en la que predominan instrumentos como la observación etnográfica y la entrevista.¹⁵⁸

Mientras que la metodología cuantitativa busca repeticiones, la estadística, tendencias, etc.,¹⁵⁹ la característica del método cualitativo es, según señala Guillermo Orozco:

la búsqueda de un conocimiento descriptivo y analítico lo más completo posible, que sirva de base al investigador para lograr sucesivas comprensiones, cada vez más afinadas, sobre su objeto de investigación y para la formulación posterior de una cada vez más completa teorización.¹⁶⁰

De esta manera, la investigación cualitativa ha pretendido dar cuenta de significados, actividades e interacciones cotidianas de distintos sujetos,

¹⁵⁷ Orozco Gómez, Guillermo, "Los caminos de la 'Recepción Televisiva' en América Latina", Manuscrito en versión semifinal preparado para el número especial de la revista *Problemes d'Amérique Latine*, Enero, Francia, 1999, p. 11, y Orozco Gómez, Guillermo, (1996), *Televisión y audiencias...*, pp. 23-25.

¹⁵⁸ Lull, James, (ed.), *World families watch television*. SAGE Publications Inc, California, USA, 1988.

¹⁵⁹ Orozco Gómez, Guillermo, *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*, Universidad Nacional de la Plata, Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, Guadalajara, Jalisco. México, 1997c, p. 39.

los cuales son observados en un contexto específico,¹⁶¹ que en el caso de los estudios críticos de la audiencia los espacios e instituciones que han sido privilegiados en la investigación, han sido el hogar, la escuela y el barrio, “al entender que es principalmente en ellos donde se intercambian apropiaciones televisivas, se producen y reproducen nuevos significados entre los sujetos sociales miembros de la audiencia”¹⁶² y es la perspectiva cualitativa la que trata precisamente de penetrar en el mundo personal de los sujetos, y busca la objetivación en el ámbito de los significados.¹⁶³

Es por esto que es la perspectiva cualitativa de investigación, la que se cree más adecuada para encontrar la respuesta a la pregunta central de esta investigación que es: *¿Cómo influye la relación familiar en la producción de sentido que las familias realizan con respecto a los mensajes televisivos?*

Y las inquietudes de las cuales surge esta pregunta son: *¿qué pasa entre las familias y la televisión?* pregunta que implica respuestas mucho más allá de cuáles programas ven y a qué hora del día; implica cuestionamientos como de qué forma se comporta el grupo familiar frente al televisor. Esto es: *¿Cómo son las relaciones entre la familia? ¿Cómo se comunican entre sí sus miembros? ¿Quién toma las decisiones acerca de aquello que será visto por el resto de la familia? ¿Qué es lo que ven las familias de Aguascalientes en la televisión y cómo interpretan aquello que ven?*

El receptor es considerado aquí, desde una perspectiva que se inserta en la corriente del Análisis Crítico de la Audiencia, como un ente activo inmerso en una serie de circunstancias y en contacto con una serie de factores que le influyen en la producción de sentido que él hace de los mensajes televisivos.

En esta corriente se busca diseñar y aplicar estrategias de análisis para conocer el proceso de recepción, que es reconocido aquí como un proceso de acción e interacción, de negociación y contradicción¹⁶⁴ «esta interacción

¹⁶⁰ Orozco Gómez, Guillermo, *Televisión y audiencias...*, p. 26.

¹⁶¹ Reynaga Obregón, Sonia, “Perspectivas cualitativas de investigación en el ámbito educativo. La etnografía y la historia de vida”, en Mejía Arauz Rebeca y Sandoval Sergio Antonio (coords.), *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde la práctica*, ITESO, México, 1998, p. 126, y Jensen, (1997), *Op. cit.*, pp. 116-122.

¹⁶² Orozco Gómez, Guillermo, “Los caminos de la ‘recepción...’ p. 8.

¹⁶³ Reynaga Obregón, Sonia, *Op. cit.*, p. 126.

constituye una *práctica cultural*» que trasciende la forma, el tiempo y el momento de estar frente a la pantalla.¹⁶⁵

La preocupación central desde este enfoque no es la cantidad de exposiciones, sino la manera de interactuar entre las audiencias y la televisión,¹⁶⁶ y uno de los modelos teórico-metodológicos para acercarse a esta interacción es el de la “Mediación Múltiple”, que operacionaliza una serie de mediaciones provenientes del género de los sujetos de la audiencia, de su edad, de su clase social, de su ubicación territorial, cultural, política, étnica y religiosa, de sus competencias comunicativas, hábitos y prácticas cognoscitivas, y de las instituciones sociales principales en las que simultáneamente participan y dentro de las cuales están permeados de “comunidades de interpretación” particulares.¹⁶⁷

Guillermo Orozco propone la teoría de la mediación múltiple para aproximarse precisamente al conocimiento de aquellos factores que intervienen en la producción de sentido que realiza la audiencia, producción que depende de la combinación de mediaciones presentes en el proceso de recepción¹⁶⁸ el cual no se limita al momento de ver la televisión, sino que va mucho más allá del contacto visual entre el individuo y la pantalla televisiva.

Con este modelo se pretende *bajar* la teorización al *nivel empírico* para poder hacer investigación.¹⁶⁹ Para esto, como se mencionó antes, el autor hace una agrupación de los diferentes tipos de mediaciones, a saber: mediaciones individuales, institucionales, situacionales y massmediáticas o videotecnológicas en el caso de la televisión, agrupación que propone no como excluyente, sino como analítica, de forma que permitiría agrupaciones sucesivas distintas.¹⁷⁰

El autor señala que la mediación se manifiesta por medio de acciones y del discurso, por lo que advierte que “ninguna acción singular o significado particular constituye una mediación propiamente”, sino que la mediación es

¹⁶⁴ Orozco Gómez, Guillermo, “Recepción televisiva y mediaciones...”, p. 70.

¹⁶⁵ Orozco Gómez, Guillermo, “No hay una sola manera...”, p. 62.

¹⁶⁶ Orozco Gómez, Guillermo, *La investigación en comunicación...*, p. 57.

¹⁶⁷ Orozco Gómez, Guillermo, “Los caminos de la ‘recepción...”, p. 7.

¹⁶⁸ Orozco Gómez, Guillermo, *Televisión y audiencias...*, p. 82.

¹⁶⁹ Orozco Gómez, Guillermo, *La investigación en comunicación...*, p. 116.

¹⁷⁰ *Ibidem*, p. 116-118, y Orozco Gómez, Guillermo, *Televisión y audiencias...*, p. 85.

algo que se infiere.¹⁷¹ Por lo tanto, la tarea del investigador será la de desentrañar las manifestaciones que permitan conocer esas mediaciones.

Comunidades de interpretación

Orozco retoma a Jensen y propone las “comunidades interpretativas” como una forma de operacionalizar la combinación de mediaciones que influyen el proceso de la recepción televisiva ya que, afirma, sólo la comunidad interpretativa como combinación particular de las otras comunidades, es la que finalmente define el sentido de la interacción. El autor especifica que la comunidad interpretativa:

Debe concebirse básicamente como un grupo de sujetos sociales unidos por un conjunto particular de prácticas comunicativas de las cuales surgen televidencias específicas a lo largo de una combinación también específica de mediaciones.¹⁷²

Martha Renero retoma a su vez a Orozco y explica las comunidades de interpretación como un conjunto de sujetos sociales unidos por un ámbito de significación, del cual emerge una significación especial para su actuación social o agencia.¹⁷³ Es decir que a diferencia de las comunidades territoriales, las de interpretación implican la construcción de una identidad de parte de los agentes, a partir de un modo de participación en la comunidad.

Al hablar de ámbito de significación, se reconoce de manera implícita la posibilidad de varias «lecturas» o sentidos que son construidos a partir de un texto o mensaje, por parte de las comunidades de interpretación que realizan esta producción de sentido de acuerdo con su contexto. Es decir, que se reconoce el que los medios de comunicación «permiten una variedad de interpretaciones», de discursos específicos, esto es, tienen la propiedad de «diferencia discursiva.»¹⁷⁴ Jensen explica que de igual forma hay una «diferencia interpretativa» en el proceso comunicativo, y ésta es que las audiencias movilizan estrategias de interpretación concretas, producen un significado que está situado en un contexto histórico social de tiempo y

¹⁷¹ Orozco Gómez, Guillermo, *Televisión y audiencias...*, p. 84.

¹⁷² Orozco Gómez, Guillermo, “*Recepción televisiva y mediaciones...*”, p. 82

¹⁷³ Renero Quintanar, Martha, *Op. cit.*, p. 29.

¹⁷⁴ Jensen, Klaus Bruhn *Op. cit.*, p. 56.

espacio. Existe además la «diferencia social» que es la contribución de las prácticas culturales, como la comunicación de masas, a la estructuración global de la sociedad, de ahí que la construcción de sentido por parte de la audiencia no se limita a su ámbito de la comunidad de interpretación, sino que está relacionada con la construcción y reconstrucción de la sociedad.¹⁷⁵

Entre estas comunidades de interpretación se encuentra la familia, que es para la mayoría de las audiencias la “comunidad televidente” más frecuente, esto es, aquella comunidad en donde se ve la televisión. Sin embargo, Orozco¹⁷⁶ apunta que no es necesariamente la familia la comunidad en donde se realiza la interpretación, ya que tal vez existe una comunidad más relevante que el grupo dentro del cual cada uno de sus miembros ve la televisión, pero deja claro que todas las instituciones pueden en cualquier momento ser comunidades interpretativas.

La familia

La importancia de la familia para este estudio radica, además de ser la comunidad en la que más comúnmente se ve la televisión, en que es el contexto interpersonal en el que mayormente se crea la cultura, influenciada por condiciones externas e históricas, así como por patrones idiosincrásicos de comunicación en el hogar, incluyendo especialmente el uso del lenguaje, los estilos de interacción interpersonal y el uso de los medios de comunicación masiva.¹⁷⁷ La familia es el lugar —a la manera en que concibe lo popular Martín-Barbero¹⁷⁸— desde el que salen a flote los conflictos que articula la cultura.

Desde esta perspectiva, la familia y su interacción con la televisión ha llamado la atención de distintos investigadores de la recepción en Latinoamérica. Martín-Barbero,¹⁷⁹ ha escrito que la televisión parece promover una participación, una implicación del público. Parece que la televisión estuviera en contacto directo con la familia, en un diálogo informal,

¹⁷⁵ *Idem.*

¹⁷⁶ Orozco Gómez, Guillermo, “Recepción televisiva y mediaciones...”, p. 82.

¹⁷⁷ Lull, James, *Op. cit.*, p. 6.

¹⁷⁸ Martín-Barbero Jesús, *Procesos de comunicación y Matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*, FELAFACS, Gustavo Gili, México, 1987c., p. 14.

¹⁷⁹ *Ibidem*, p. 66.

que ya llevado a la propia familia a una situación de «simpatía», un «formar parte» de la familia, hasta el grado en que la pantalla encendida pierde todo carácter de agresor y se convierte en «la gran compañera». Este grupo social, la familia, aparece en el trabajo de Martín-Barbero como la gran mediación a través de la cual se vive la socialidad, esto es la presencia ineludible y constante de la colectividad en la vida.¹⁸⁰

Jorge González, desde la perspectiva del consumo cultural, analiza la forma en que el público se relaciona con las telenovelas, y gran parte de su mirada la centra en la familia, institución que junto con la unidad doméstica y el hogar es el punto de llegada y de fuga de múltiples trayectorias en las relaciones sociales de “convivencia ideológica” elemental.¹⁸¹

Karla Covarrubias concibe la familia como «un punto en la red de puntos que componen nuestra sociedad», y asegura que es en ella en donde se constituyen los haceres, sentires y deberes y es donde se imponen normas y reglas. La familia, desde este punto de vista, define y moldea a los individuos, los determina al adquirir en ella las primeras relaciones de socialización, las prácticas, acciones y valoraciones del mundo.¹⁸²

Orozco reconoce en la familia el lugar en el que se entabla una relación directa con la televisión, y en donde surgen los sentidos y significados iniciales de sus referentes.¹⁸³ De esta forma, para el autor, es en el seno familiar en donde se manifiestan las mediaciones situacionales más importantes y que están conformadas por el lugar en el que se ve la televisión, el número de televisores disponibles, los hábitos de comunicación entre los miembros de la familia, las rutinas y quehaceres domésticos que facilitan o restringen las horas de ver televisión.

No se debe perder de vista el que además de las mediaciones situacionales, otro tipo de mediación que tiene lugar en la familia es la mediación institucional, puesto que la familia, como se ha dicho antes, es una de las

¹⁸⁰ *Ibid.*, p. 118.

¹⁸¹ González, Jorge A., “El regreso de la cofradía...”, p. 173.

¹⁸² Covarrubias, Karla, *Op. cit.*, p. 307.

¹⁸³ Orozco Gómez, Guillermo, “La recepción de la TV desde la familia y la Escuela”, en Arévalo Javier, (coord.), *Didáctica de los medios de comunicación*, SEP, Programa Nacional de Actualización Permanente. México, 1998, p. 249.

instituciones en las que la audiencia participa de forma cotidiana, y desde donde se realizan las interpretaciones y se crean los sentidos.

Para el estudio de esta relación entre familia y televisión, Jorge González¹⁸⁴ puntualiza que es necesario considerar metodológicamente tres aspectos clave en el estudio de las unidades domésticas y su relación con la televisión:

- a) La ubicación de la familia dentro de un espacio social multidimensional (económico, político, ideológico) de escala mayor que la contiene.
- b) La consideración de la familia como un espacio social específico, complejo sistema de posiciones que se definen interrelacionalmente unas con otras.
- c) La especificidad de la dinámica de la vida familiar a través de la observación detallada de las mediaciones que operan sobre los tiempos, los espacios, los actores, los objetos y las situaciones y que precisamente convierten y *transfiguran* esos tiempos “reales”, esos espacios “físicos”, esos actores “individuales”, esos objetos “materiales” y esas situaciones “concretas” en *significativos familiares*.

El autor advierte que el estudio de una familia nunca resulta de sumar los “análisis” de sus miembros, pues ella tiene características que trascienden las cualidades de sus elementos considerados de manera personal y, simultáneamente, muchas de las propiedades que se piensa como “características” de sus miembros son socialmente generadas y mediadas por la organización familiar.

Dentro de esta organización, Orozco, siguiendo a Brown y Linne¹⁸⁵ distingue cuatro tipos de familias: La “familia permisiva” que no se preocupa por lo que ven los niños en la TV y permiten que vean cualquier programa a cualquier hora e incluso los padres de estas familias utilizan a la televisión como niñera.

¹⁸⁴ González, Jorge A., “El regreso de la cofradía...”, p. 217.

¹⁸⁵ Orozco Gómez, Guillermo, “Mediaciones familiares...”, pp. 117-118 y Orozco Gómez, Guillermo, “La recepción de la t.v. ...”, p. 249.

El segundo tipo de familia es aquella cuya preocupación central es por la cantidad de exposición de sus niños a la TV. Este tipo de familia limita el tiempo que los niños dedican a esta actividad, ya sea por medio de fijar tiempos máximos a la actividad de ver la televisión o seleccionando el programa que deben ver.

La familia que asume una actitud activa es el tercer tipo de familia, la cual se preocupa principalmente por jugar un rol explícito y comenta lo que se ve en la pantalla, lo que le permite orientar la recepción de los miembros de la familia, especialmente niños y jóvenes. La intención de hacer comentarios acerca de los programas es la de influir en la apropiación que cada miembro hace de los referentes televisivos, en concordancia con su propia cosmovisión y experiencias.

La familia represiva, por su parte, ejerce un control más director que la anterior en cuanto a la recepción televisiva en el hogar, por ejemplo prohibiendo que el niño vea determinada programación o simplemente prohibiéndole completamente ver TV.

Por su parte, Lull¹⁸⁶ distingue dos tipos de familia: las familias con una marcada predisposición al diálogo y con una distribución de roles más flexible (*concept oriented*), éstas son las que crean un ambiente comunicativo en el cual los padres estimulan a sus hijos a expresar ideas y rebatir las opiniones de otros. El segundo tipo es el de las familias cuyos componentes están menos acostumbrados a comunicarse entre sí y presentan una estructura jerárquica más rígida (*social oriented*) y que son aquellas familias que impulsan a sus hijos a llevarse bien entre sí y con sus amigos.

¹⁸⁶ En Casetti Francesco y Di chio, Federico, *Análisis de la Televisión. Instrumentos, Métodos y Prácticas de Investigación*, Ed. Paidós, Barcelona, 1999, p. 221.

LA FAMILIA FRENTE
A LA PANTALLA

En casa, viendo televisión

El trabajo de campo dio inicio en marzo de 2000 con la aplicación de una prueba piloto de las herramientas de investigación. Tras la prueba piloto durante el mismo mes de marzo, inició el contacto con familias de distintos rumbos de la ciudad bajo los criterios de selección de familias, anotados arriba en el apartado correspondiente.

Cabe recordar que el alcance de este estudio no está planeado para lograr una visión estadística de la interacción entre la familia y la televisión en Aguascalientes, ni se pretende que la muestra de familias refleje a la totalidad de las familias hidrocálidas en sus costumbres, convivencia familiar y uso de la televisión. Sin embargo sí es posible, desde el punto de vista de las ciencias sociales de tipo cualitativo, hablar de procesos de recepción y de la interacción de los agascalentenses con la televisión.

En total, fueron once las familias que participaron en la investigación, las que fueron elegidas por sus condiciones de vivienda (zona de ubicación y tipo de vivienda), de nivel educativo de los miembros de la familia, así como de la constitución familiar (familia nuclear, compuesta y, sobre todo, edad de los hijos: adultos, adolescentes, niños). Por la combinación del lugar y tipo de residencia, el ingreso familiar, el nivel educativo de los padres e hijos así como el tipo de escuela al que éstos asisten (privada o pública) y del empleo de los padres e hijos, es posible clasificar por estratos económicos a las familias estudiadas. De esta forma, fueron abordadas tres familias de estrato bajo, dos de estrato medio-bajo, dos de estrato medio-medio, dos de medio-alto y dos de estrato alto. La razón por la que el estrato medio es el más presente es precisamente porque la mayoría de las familias hidrocálidas pueden ser clasificadas en este nivel, según los datos de población del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática.¹⁸⁷

¹⁸⁷ INEGI, *Niveles de Bienestar en México*, México, pp. 101-138. Sin año de publicación, basado en datos de 1990.

El trabajo con cada una de las familias duró un promedio de tres días de observación, aunque en algunas familias el periodo de observación se extendió hasta cinco días. Además, fueron entrevistadas en total 34 personas, esto es un promedio de 3 personas por familia. El número de días de observación por familia tiene relación con la agenda televisiva familiar, pues se abarcó en la medida de lo posible los distintos horarios de ver televisión, así como las televidencias particulares de cada miembro de la familia, con el fin de tener una visión amplia de los momentos y contextos en que cada familia ve la televisión.

Acerca de la naturalidad en el comportamiento de las familias, ésta fue diferente en cada caso, ya que en algunas ocasiones fueron los niños quienes incluían más fácilmente a la investigadora en el propio «juego de ver televisión», esto es, que aceptaron la integración de la intrusa a su espacio y tiempo de ver la televisión hasta el grado que parecía no importarles la presencia o ausencia de la investigadora. Sin embargo, en otras ocasiones fueron precisamente los niños quienes resintieron más la presencia de la extraña en su casa, lo que hacía que tuvieran actitudes tensas o simplemente estuvieran muy callados, contrario a lo que decían sus madres u otros miembros de las familias, quienes aseguraban que su actitud era diferente antes de la llegada de «la visita», todo lo cual fue anotado en las fichas de observación, así como en el diario de campo.

Por parte de los adultos, la principal dificultad al entrar a su cotidianidad residió en convencerlos de que la presencia de la investigadora no se trataba de una «visita» a la que hay que atender y dejar por eso sus actividades habituales, fue necesario insistir en que no eran necesarias las atenciones y que al contrario, su colaboración en la investigación era valiosa precisamente por continuar con su cotidianidad.

Dadas las características del estudio, nunca se dejó de lado el hecho de que la simple presencia de la investigadora era en sí misma un elemento extraño en la intimidad del hogar, por esta razón fue necesario emplear, además de la observación participante, la entrevista a profundidad, así como algunas preguntas casuales durante la observación, tales como ¿cuál es el lugar —silla, sillón o lado de la cama— favorito para ver la televisión? o bien, (para los niños sobre todo) ¿quién habla más cuando ven la tele?, etc., de manera que las actitudes que no pudieran ser captadas en el momento de la observación fueran expresadas por los propios miembros de las familias.

En lo que se refiere a la disposición mostrada por las familias para participar en el proyecto, ésta siempre fue buena, para lo que ayudó mucho el contacto realizado por medio de alguna persona conocida tanto de la familia como de la investigadora y en la cual la familia confía. Sin embargo fue con las familias que habitan en zonas populares con las que resultó más sencillo entrar en sus casas, puesto que la actividad de ver la televisión, sobre todo en las tardes, es una actividad diaria a la cual se le dedica un determinado tiempo. Esto no sucede con las familias que habitan en zonas medias y residenciales, con un nivel educativo mayor, puesto que tienen más actividades al exterior del hogar, como compromisos de tipo social, laboral y en las escuelas de los hijos, por lo que dedicarle un tiempo a la televisión no es siempre una actividad segura durante algún momento del día, lo que alargó en su momento el tiempo dedicado a cada familia con intervalos entre días de observación y la siguiente cita para la realización de alguna entrevista, razón por la cual el trabajo de campo se extendió durante nueve meses.

Los datos fueron vaciados en las fichas correspondientes, en donde durante la transcripción de entrevistas, así como la relectura de entrevistas y observaciones fueron codificados por medio de «etiquetas» correspondientes a las tres dimensiones específicas: Estrategia de recepción, Interacción comunicativa familiar y Sentido de los mensajes televisivos.

Sin pretender en ningún momento hacer un análisis del discurso, los datos fueron agrupados posteriormente en estas dimensiones para la presentación de resultados.

Descripción general de las familias observadas¹⁸⁸

Estrato social bajo

Las familias de estrato bajo tienen un nivel educativo máximo de primaria; en algunos casos, los hijos han dejado sus estudios regulares, pero ahora se preocupan por terminar su primaria abierta. En otros casos, los hijos mayores están cursando su secundaria en forma regular. Para algunas personas la motivación por estudiar está en que para obtener cualquier empleo es ya

¹⁸⁸ Ver tabla 2, Tabla de comparación de familias.

obligatorio contar con la secundaria o bien, en el caso de los padres que se han visto obligados a terminar su primaria en la modalidad de instrucción para adultos, es porque si no se tiene por lo menos este nivel, podrían perder el empleo actual. El caso de las madres es diferente, el ser ama de casa o empleada doméstica no les obliga a tener un nivel educativo determinado; de hecho algunas de ellas son analfabetas, sin embargo mantienen la convicción de que sus hijos deben estudiar, aunque descartan la posibilidad de que puedan llegar a ser profesionistas, como sucede con la familia FS¹⁸⁹ en donde el padre respondió:

Me gustaría... no tampoco escogerles su futuro a cada uno, sino que nada más conquie sean hombres de provecho, me vale cómo sean. Nada más que, que sean hombres que no... que no sean vagos, que no tenga uno que arrepentirse de ellos, que no le den mortificaciones, nada más con eso.

Yo no les digo tú vas a estudiar esto, y no, porque a la mera hora no tengo la facilidad para darles el estudio que yo, que yo quiero. Mi hijo mayor me dice —quiero ser ginecólogo— pero esas carreras son muy caras... para qué le voy a decir, sí, sí vas a estudiar esto ¿verdad? Porque no.

Yo creo que... en la posición que estamos nosotros pos' no... no podemos.

Sí, más bien... pos' que sean hombres de bien. Hombres de provecho, hombres de bien. (FSP)

La vivienda de estas familias cuenta con los servicios básicos de agua, luz y drenaje, y está ubicada, en la mayoría de los casos en fraccionamientos de interés social, en los que compraron el terreno o pie de casa y han ido construyendo conforme las necesidades de la familia. La autoconstrucción es una de las características de estas viviendas, las que parecen permanentemente inconclusas. Otra de las características de estas casas es la disposición de espacios, en las que la recámara principal, la que comparten los padres con algún o algunos de sus hijos o hijas, es también el principal punto de reunión de la familia y es el lugar en que se encuentra la televisión. Los accesos a los diversos espacios de la casa carecen de puertas, en el mejor de los casos existen cortinas para cuidar de la privacidad de los miembros de la familia, pero esto es en lugares especiales como el baño y quizá en las recámaras. Los únicos espacios existentes son las recámaras (no más de dos), el

¹⁸⁹ Ver tabla 3 Claves de nombres de familias y miembros de familias. En adelante serán usadas estas claves para mantener la privacidad de las familias.

baño y quizá una cocina o espacio destinado para ella. En algunas ocasiones una sola recámara hace las veces de casa aparte para el hijo casado.

En este estrato social, las madres de familia lo son desde muy jóvenes y es precisamente el rol de madres su rol principal aun cuando sean también un apoyo económico en el hogar; sin embargo incluso el hecho de trabajar depende de si sus "patronas" las aceptan con sus hijos menores, bebés todavía, condición sin la cual no podrían trabajar porque, entre otras cosas sus esposos e hijos no las dejarían laborar si para eso tienen que dejar a sus hijos menores encargados con alguien más. Además, la esposa está condicionada a no descuidar los quehaceres de su propia casa: el padre de la Familia FP habla de que él no quería que su esposa trabajara y que si la dejó fue con la condición de que tuviera todo en orden en la casa y limpio, y que ella misma estuviera en la casa a tiempo cuando él llegara.

Entre las familias de nivel bajo el cuidado de los más pequeños está a cargo de los grandes, así los hermanos mayores son responsables de cuidar a los sobrinos o hermanos menores y la madre cuida de todos. Pero mientras es la madre quien se mantiene más cercana a los hijos, existen familias en las que los padres infunden temor (FS) o bien por problemas de alcohol han perdido el respeto de sus hijos (FP), logrando que la relación padres e hijos no sea cariñosa sino más bien hostil.

La oferta televisiva de que dispone este tipo de familias es la televisión abierta, la razón principal no es precisamente el costo de la televisión de paga, aunque ésta es de por sí una razón poderosa, sino que en las colonias populares no existe el servicio de televisión por cable.

Estrato social medio

Las familias de estrato social medio viven también en casas compradas por medio de hipotecas o créditos bancarios, o que han ido construyendo conforme sus necesidades. Dadas las características disímiles entre el estrato medio-bajo y medio-alto, las casas de estas familias pueden estar ubicadas en fraccionamientos medios (p.e. Versalles), populares (p.e. José López Portillo) y de tipo residencial (p.e. Los Bosques).

El nivel educativo de los hijos, en el caso de ser mayores, es de educación superior, ya sea que hayan concluido sus estudios o que estén estudiando; en

caso de que sean menores, estudian en escuelas públicas o privadas. Estas familias asumen que sus hijos tengan estudios, no sólo de una carrera profesional sino también de otro idioma, especialmente el inglés, el cual aprenden en el colegio, en escuelas de inglés o incluso en los Estados Unidos.

El nivel educativo de los padres del estrato medio va desde la secundaria hasta el nivel superior y posgrado, también hay variantes importantes en la ocupación pues entre las familias de estrato medio hay obreros, empleados, ejecutivos y empresarios. En el caso de las madres, la mayoría es ama de casa.

En este estrato, la actividad de ver televisión suele estar sujeta a los horarios familiares de trabajo y escuela, así como otras actividades extraescolares como clases de artes o formación deportiva. Entre las familias de tipo medio, es común encontrar más de dos televisores en el hogar y los espacios privados están bien delimitados, aun en casas pequeñas.

En este tipo de familias la señal que se recibe en la televisión puede ser abierta o bien, por cable.

Estrato social alto

Por lo que respecta a las familias clasificadas como clase alta, éstas cuentan con espacios específicos para la televisión, lo que no excluye el que haya otros televisores en otros lugares de la casa. Cada miembro de la familia tiene su espacio privado, pero a pesar de haber más televisores que en las familias de estrato bajo, son también más numerosas las actividades fuera de casa, lo que se refleja en menos horas de exposición total a la televisión; sin embargo, es en estos hogares en donde hay más oferta televisiva al contar con sistema de televisión por cable, satelital o por parabólica.

Sus casas están ubicadas en fraccionamientos denominados residenciales y cuentan con personas que realizan el servicio doméstico, pertenecen a clubes privados y sus hijos asisten a escuelas de paga. En el caso de hijos adultos, éstos estudian en las universidades de paga del estado o bien, han realizado estudios de especialización en otras partes del país o incluso han destinado algún tiempo para aprender otro idioma en el extranjero.

Tanto hijos como padres mantienen una agenda social que va desde actividades deportivas hasta asociaciones altruistas y tienen contacto

confamiliares y amigos que viven en otros países del mundo, lugares a donde ellos mismos han viajado, o desde los cuales han venido a visitarlos en alguna ocasión.

Los padres pueden ser profesionistas o bien empresarios, mientras que las madres también van desde profesionistas o empresarias hasta amas de casa y administradoras de bienes familiares.

Frente al televisor. Estrategias de recepción de los mensajes televisivos por parte de las familias entrevistadas

En este apartado, serán reportadas sólo aquellas actitudes, actividades y en general, formas de ver la televisión, entendidas desde ahora como *estrategias de recepción*, las cuales fue posible conocer a lo largo de los días de observación y gracias a lo expresado por las propias familias en las entrevistas. Constituye pues una interpretación en un primer nivel, esto es en lo evidente, en lo observable de forma empírica. Será en apartados siguientes en donde la interpretación será más profunda al realizarse una serie de asociaciones partiendo también de la información recopilada durante el trabajo de campo.

Estrategias de recepción de las familias de estrato económico bajo

Ver televisión es una de las actividades principales de las familias, en el estrato económico bajo. A esta actividad, la familia dedica buena parte de su tiempo. No se trata de una actividad pasiva, ni siquiera cuando se está solamente viendo televisión, ya que incluso en estos momentos, los programas, anuncios o frases provocan la repetición de *eslóganes*, las risas o expresiones de angustia, entre muchas otras cosas.

Agenda televisiva familiar

La agenda televisiva será entendida como los horarios que arman las familias en torno a la televisión, tanto con respecto a los programas como a otras actividades que tengan que ver con esta agenda, como lo es hacer la tarea, cenar, etcétera.

Las razones por las que son elegidos los programas serán abordadas más adelante, en el apartado correspondiente al sentido que le dan las familias a los referentes televisivos.

Casi la totalidad de los miembros de las familias observadas que pueden ser clasificadas dentro de este estrato económico realiza actividades fuera de casa durante la mañana, que es cuando madres, padres de familia e hijos(as) salen a trabajar, así como los hijos e hijas que están en la escuela y que toman clases en el turno matutino, por lo que la oportunidad de ver la televisión a estas horas no existe para ellos.

En el caso de las personas que no asisten a la escuela hasta la tarde o bien de las amas de casa que no tienen un trabajo fuera del hogar, éstas sí ven la televisión cuando tienen oportunidad, es decir, cuando sus quehaceres se lo permiten. La programación preferida en la mañana, en las familias visitadas de este estrato, son las caricaturas. Se trata de personas jóvenes, mujeres todas, madres o hijas, o bien en las vacaciones y días de asueto niños y adolescentes.

Es por la tarde, cuando la actividad de ver la televisión toma más relevancia. La hora de encender la televisión está precedida por la hora de la comida, la cual se realiza en la cocina o espacio de la casa destinado para cocinar. Enseguida la televisión es encendida, hecho que por lo regular ocurre a las cuatro de la tarde que es la hora en que empieza la telenovela infantil. A veces se prende la tele antes, para ver las caricaturas, pero se apaga a la hora de comer para volverse a encender a las cuatro. Es a partir de esa hora, cuando la familia está reunida frente a la televisión, aunque en todos los casos es la madre de familia quien comparte más tiempo la actividad de ver la televisión con sus hijos, porque los padres llegan al final de la tarde a casa, momento en el que se unirán con el resto de la familia a ver televisión.

La telenovela infantil es en este estrato uno de los programas preferidos de los(as) menores del estrato económico bajo, ya sea que tengan seis años o catorce.

Las madres de familia han comenzado a ver estas novelas porque sus hijos(as) empezaron a interesarse en ellas, así la televidencia de los niños(as) permea a los hábitos de televidencia de las madres.

Madre: Ahorita me gusta la de las cuatro. La esa... *Amigos por Siempre*

Investigadora: *Amigos por Siempre*, ah sí. ¿por qué le gusta esa novela?

Madre: Porque se trata de cómo deben defenderse los niños, como en ese cuando se

bajó el avión, que se explotó el avión, cómo se pudieron defender de todo eso ... Y por eso me gusta esa novela, porque se saben defender los niños de todo.

Investigadora... esa novela, ¿quién la vio primero? O sea, ¿los niños dijeron: ¡Ah!, esa yo la quiero ver, o usted les dijo oigan vénganse?

Madre: Esa novela la empezaron a ver los niños

Investigadora: Y luego, ¿qué le dijeron a usted?

Madre: Y pos' ya, ya cuando la empezaron a ver los niños, pos' ya me pegaba yo también con ellos a ver la tele. (FSM)

Las caricaturas también se cuentan entre los programas favoritos de los niños y tienen cabida dentro de la agenda televisiva familiar, así que los niños tienen oportunidad de ver algunas caricaturas durante la tarde. Los días que no van a la escuela, pueden ver caricaturas en las mañanas.

Después de la novela infantil, en unos casos la televisión se apaga una hora, ya sea para hacer la tarea o para jugar o salirse a la calle. En otros casos, la televisión continúa encendida en la siguiente telenovela, o en caricaturas. Tras la hora sin televisión, ésta vuelve a ser encendida en las novelas, en programas de concurso o en caricaturas.

El sábado y domingo, la agenda televisiva se modifica. Ya sea que la familia opte por ver películas rentadas por los propios miembros de la familia, o bien, como sucede en el caso de la FP donde las mujeres hacen labores domésticas y dicen no tener tiempo para la televisión. En la noche, los mayores ven las películas que son programadas en la televisión abierta.

La agenda televisiva no es una "camisa de fuerza" a la que tenga que ajustarse toda la familia, se trata de un esquema que está en constante modificación, sobre todo cuando la programación cambia. Así pues, existen familias en este estrato, que han decidido ver las telenovelas desde el primer capítulo hasta el último, así su agenda es menos flexible en cuanto a que al finalizar una novela, habrá que ver al día siguiente el inicio de la novela que continuará en ese mismo horario, misma que al igual que la que termina será vista hasta el final sin perder, en la medida de lo posible, ninguno de sus capítulos. Pero también existen familias en las que la agenda es más flexible, de modo que si una telenovela o programa ya no cumple con las expectativas o intereses de la familia, éste puede ser sustituido por un programa nuevo; por el contrario, si una telenovela o programa es descubierto por la familia y resulta que sí cubre con las expectativas e interés familiares, entonces puede ser incluido en la agenda televisiva.

Además, cada miembro de la familia tiene posibilidad de elegir otros programas cuando está solo frente a la tele o cuando es posible negociar un cambio en la agenda; por ejemplo, el hijo mayor de la familia FC ve noticias cuando está solo y le gusta cambiar los canales, cosa que no hace cuando la familia está reunida.

La hora de la tarea no es siempre la hora de apagar la televisión, por el contrario, la tarea va hasta el lugar en que se ve la televisión y la atención a las actividades escolares puede depender también de los anuncios en la tele, que son la oportunidad de concentrarse en la tarea o de lo interesante o irrelevante que pueda parecerle al estudiante lo que ve en la televisión. A pesar de esto, las madres de familia y los propios estudiantes reconocen que la televisión no les permite concentrarse en la tarea. Ésta, pues, no siempre se realiza frente a la pantalla, también hay familias que incluso tienen una hora destinada para apagar el televisor para que los hijos puedan hacer sus deberes.

Casi cuando prendo la tele no me gusta hacer la tarea porque me distraigo mucho, por eso está prendida y me voy pa' allá. Pero cuando estoy aquí, pos' si está muy interesante lo que estoy viendo, pues me pongo muy atento a ver qué les puedo platicar, si no están mis papás, a ver qué les puedo platicar o a ver qué, sí a ver qué les puedo contar. O, o a veces que estoy ocupado haciendo, ayudándole a mi mamá, estoy pa' allá y pa' acá, y estoy viendo un cachito, y así, y que, sí no más así estoy, yendo pa' allá y pa' acá, viendo un cachito que estoy interesado viendo la tele.»
(FCH1)

En algunas familias, hay programas que han sido asignados para unos u otros miembros: así pues hay el programa «de» mamá, o el programa «de» los hijos.¹⁹⁰ Son los hijos los que están al pendiente de los horarios de la televisión y son ellos los que encienden el televisor cuando empieza el programa «de» su mamá. Son ellos los que se encargan de avisarle a ella cuando empieza el programa.

La agenda televisiva se negocia con relación a estos programas, así pues es necesario elegir entre los programas que les gustan a unos u otros miembros, en caso de haber diferencias de gustos, para saber cuál programa habrá de verse a esa hora determinada.

¹⁹⁰ Esto ocurre también en los otros estratos económicos medio y alto, reportados más adelante.

«O sea por ejemplo, como mi hija antes, estaba muy emocionada con los programas esos que pasaban de las *Mejores Familias*. Ya ve que pasaban esos programas, bueno todavía los pasan, ¿verdad? *Hasta en las Mejores Familias* y ella quería ver eso, y nosotros queríamos ver la novela. Y a veces estábamos: «no que un anuncio una y un anuncio otra.» (FPM)

De esta forma, los demás miembros de la familia saben que no se debe alterar esa programación, en la mayoría de los casos, por respeto a los demás.

«No, ellos, ellos, te digo lo que ellos quieran ver. Llegándose ya la hora que él (el padre) va a ver lo que él quiera ver ya saben ellos que la tele ya no es de ellos.» (FSM)

«Porque, por lo que ven yo creo que se me hace muy interesante y mis papás también, hay veces que también ven conmigo las cosas que yo veo, y... si no, pues hay veces que le cambiamos, así, pero estamos de acuerdo en que le cambiamos, o sea, no a lo que yo digo sino que a todos nos guste. Y pos sí o sea, nada más así, y conviviendo con ellos cuando estoy viendo la tele. (FCH1)

En el estrato económico bajo los televisores, si bien son a color, son modelos que no cuentan con control remoto, esto inhibe la acción, aunque no la impide, de cambiar los canales frecuentemente, por lo que si la televisión es encendida para ver la novela de las cuatro de la tarde, es muy probable que permanezca en ese canal durante todo el programa. El cambio de canales no es una práctica común en este estrato, y en los casos en que se da el cambio de canales, es generalmente atribuido a los adolescentes a quienes se acusa incluso de haber descompuesto o de la posibilidad de descomponer la televisión por tanto cambiar el canal. Por otra parte, tanto la madre como el padre de familia también participan en la elección de los programas y son ellos, los que dan las órdenes de cambiar el canal de la televisión, tanto cuando comienzan «sus» programas, como cuando hay contenidos o programas que no desean que sus hijos vean.

Respecto a esto último, tanto padres como madres expresan que no es necesario crear reglas sobre los programas que no deben ver sus hijos, pues éstos «ya saben qué cosas no deben ver». según lo expresado en las entrevistas, son los propios hijos los que toman la iniciativa de irse a dormir cuando comienzan los horarios de adultos o bien, de cambiar los canales cuando hay una película que no esté acorde a su edad:

«No, ellos solitos ya saben cuando es un programa que salen escenas para adultos, ellos solitos se dan media vuelta y se van. Ni esperan a que uno les diga que ese programa no es para niños o... no, ellos solitos se dan la vuelta y se van. Y si hay alguna inquietud que la quieran ver, nosotros les decimos.» (FCP)

Sin embargo, es más bien el padre quien se encarga de la prohibición de programas específicos y de reglas como el no hablar durante el programa, sólo en los anuncios (como se vio anteriormente).

Si bien, el padre de familia es una figura de autoridad importante a la hora de ver la televisión, es muy común que sean los hijos quienes decidan sobre la mayor parte de los programas que se ven en la televisión, al grado que influyen de manera importante en el diseño de la agenda televisiva de los padres y madres, tal es el caso de el padre de la familia FC, quien comenta que —él y su esposa— ven las caricaturas porque es lo único que les dejan ver los niños.

Así como hay programas prohibidos, también hay programas preferidos, indispensables de ver. El tipo de programas varía según las familias, pero persisten en todas ellas estos programas que pueden ser llamados «favoritos» y que no deben faltar en la actividad de ver la televisión, ya sean programas diarios, como las novelas o bien esporádicos o semanales como lo son los partidos de futbol.

La presencia frente a la televisión no es constante para toda la familia, pues durante la tarde unos entran y otros salen del cuarto en que está la televisión; sin embargo, se puede afirmar que la familia como entidad o grupo social permanece frente a la televisión durante las tardes y noches, hasta el momento en que llega la hora de dormir o cuando los hijos(as) grandes se van a sus propias casas o a ver a su novia o amigos.

Aun cuando la televisión suele verse en familia o unos en compañía de otros, aquellos(as) que más ven la televisión solos(as) suelen ser los(as) menores, ya sea porque sus padres no se encuentren en el hogar, o porque éstos realicen otras actividades en la casa, como cocinar o reparar algo.

Comentarios frente a la pantalla

Los comentarios entre los miembros de la familia son comunes durante el tiempo de ver la televisión, aunque éstos no sean directamente relacionados con la

trama, de hecho, el hablar de comentarios no necesariamente implica la noción de diálogo o de charla entre los miembros de la familia, ya que en muchos de los casos, se trata de órdenes o de reprimendas por parte de la madre o padre hacia los hijos e hijas o bien exclamaciones no dirigidas a alguien específico.

Con base en las entrevistas y observaciones, es posible clasificar los comentarios o expresiones de acuerdo a la forma en que se manifiestan. Así existen comentarios que:

- a) Repiten lo que se dice en la TV.
 - b) Anticipan la acción.
 - c) Son exclamaciones sobre escenas específicas.
 - d) Hablan directamente con los personajes.
 - e) Surgen de los programas, pero no se relacionan con ellos.
 - f) Son pláticas totalmente ajenas a la televisión.
-
- a) Una estrategia de recepción adoptada por los miembros de la familia, durante el momento de ver la televisión, es la de repetir lo que se dice en la televisión, ya sean las canciones y frases de las rúbricas de los programas, las tonadas de los comerciales, las expresiones de personajes en promocionales de los canales específicos. No se trata sólo de repetir lo que los actores, modelos, locutores o dibujos animados dicen, sino que la práctica es memorizar las frases para decirlas exactamente en el momento en que se escuchan en televisión. De acuerdo con lo observado son los más pequeños, a veces junto con sus madres, quienes realizan este tipo de expresiones. Por su parte, los adolescentes miran los programas en silencio.
 - b) Hacer comentarios que anticipen la acción que suponen se va a suscitar en la televisión es también una estrategia de recepción de la familia. Esto ocurre específicamente durante los programas (casi nunca durante los anuncios) y sobre todo programas con una historia como telenovelas o películas, pero también en programas de concurso. Estos comentarios son dirigidos hacia los demás miembros de la familia, presentes durante el momento de ver la televisión, o bien son expresados simplemente sin dirigirlos a nadie en específico.
 - c) Los comentarios al ver la televisión pueden ser también sólo exclamaciones sobre alguna escena específica, exclamaciones que, al igual

que en el caso anterior, pueden no ir dirigidas a alguien en especial. Estas exclamaciones no tienen incluso por qué ser ruidosas, pueden ser desde un leve sonido hasta un grito y pueden ser también desde una interjección hasta una frase compuesta. Las escenas que provocan estas exclamaciones son de todo tipo: de sorpresa, de romance, de acción, etcétera.

- d) El hablar directamente hacia la televisión es otra de las estrategias de recepción que pueden ser incluidas también cuando hablamos de comentarios. Esta estrategia utilizada por la familia en su conjunto, es el hablar a los personajes de la televisión ya sean parte de la ficción — personajes de novelas o caricaturas, etc.— personas de la vida real.

En el primero de los casos, los miembros de la familia hablan a un personaje para insultarlo, para avisarle de algún peligro o algo que el personaje por sí mismo no es capaz de ver o comprender, etcétera.

Así también hablan a los discursos de los anuncios publicitarios, les responden cuando hay preguntas o les replican cuando hay cosas con las que no están de acuerdo; todo esto como si la pantalla, las situaciones y los personajes pudieran escucharlos y más allá de eso, como si el hablarles pudiese cambiar el curso o el sentido de algún acontecimiento, aunque saben perfectamente que no será así.

Esto es más evidente en el segundo caso, cuando se les habla a personajes de la vida real. Estos personajes participan entre otros géneros, en programas deportivos —partidos— o en programas de concurso. En este tipo de programas, la estrategia que adopta la familia para la recepción es hablar a la pantalla, ya sea para aconsejar a los personajes con las respuestas correctas, para apoyar a su concursante favorito o para hacer suyas las experiencias de los concursantes, como si fuera una posibilidad real y personal de los miembros de la familia el ganar o perder el premio que está en juego.

El hablarle a la pantalla no se queda en este hecho solo, pues cualquiera podría interpretarlo como una actitud ignorante. Se trata pues, de una estrategia que permite a la familia hacer suyas las experiencias de los protagonistas, el diálogo les concede la oportunidad de trascender la pasividad impuesta por un discurso unilateral y les da la oportuni-

dad de volverse interlocutores, con capacidad de cuestionar, de aceptar, de disgustarse, de replicar.

- e) Existen también ocasiones en que los comentarios surgen a partir de lo que se ve en la televisión, pero que se relacionan con alguna experiencia de la vida de la familia. Un ejemplo de esto es el comentario que la hija menor de la familia FP hace respecto a un anuncio de un juguete: «esa mochila yo la quiero, pero no me la compran. Dice mi hermana que su esposo me va a traer una cuando venga» [está en Estados Unidos]. La niña agrega que le va a pedir al Niño Dios en Navidad: «una cama, pero mi mamá no me ha dicho si me la va a comprar». Ella duerme en un sofá viejo en la recámara de sus padres.
- f) También existen los comentarios que no tienen nada que ver con la televisión, pero que también son formulados frente al televisor. Antes se mencionaron a los regaños y órdenes que son comunes en el estrato económico bajo y significan gran parte de las expresiones al momento de ver la televisión. Más adelante se tratará con más profundidad la interacción comunicativa familiar, y en ella volverán a mencionarse las órdenes como forma de comunicación. Por el momento, baste decir que las reprimendas de parte de los padres y madres a hijos e hijas tienen lugar mientras se está viendo la televisión y surgen de manera espontánea sin tener nada que ver con lo que se transmite en el momento, sino que se ajusta a las necesidades de la vida cotidiana y del cuidado y comportamiento de los hijos.

Entre los comentarios que no tienen nada que ver con la televisión están todas aquellas pláticas que surgen entre los miembros de las familias y que se relacionan con las actividades cotidianas, con el trabajo, recuerdos, historias familiares, percepciones sobre temas específicos, entre muchas otras cosas. Estas pláticas están dirigidas a algún miembro específico de la familia: el padre habla con su esposa sobre lo que vio durante el día de trabajo; el hijo comenta con la madre sobre lo que le dijeron en la escuela.

Este tipo de comentarios suele reservarse para la hora de los comerciales más que para el momento de ver los programas. Así, otra estrategia de recepción adoptada por la familia es hablar durante el programa de lo específicamente relacionado con el programa y durante los comerciales, acerca de cosas que no tengan conexión específica con los referentes televisivos.

Aunque esto no sucede como regla inflexible, ya que siempre es posible expresar lo que cada miembro de la familia considere necesario, sí es posible decir que es una práctica, expresada por las propias familias, el reservar la plática para el momento de los anuncios, como si éstos fueran la oportunidad para platicar, esto es, como si la transmisión se interrumpiera durante los anuncios para poder hacer las cosas que no se pueden hacer durante los programas.

Como en otras actividades de la vida, también al momento de ver la televisión hay algunas personas que hablan más que otras. No se abordará aquí lo relacionado con la personalidad específica de cada uno de los miembros de la familia, lo cual sería un factor importante para explicar el por qué unos hablan más que otros, pero que no está en los objetivos de esta investigación. Tampoco se reportará la manera en que cada individuo, de uno por uno, ve la televisión, puesto que el objetivo de este trabajo es conocer lo que ocurre en el plano de la familia, es por esta razón que sólo se mencionará que cada miembro de la familia, de manera individual, adopta también estrategias de recepción, así pues, hay quien se concentra totalmente en la pantalla y es incapaz de escuchar los llamados de otros miembros de la familia, ni hace ningún tipo de exclamación. Hay también aquellos que adoptan como estrategia el preguntar a otros qué es lo que está ocurriendo en la pantalla, aun cuando ellos mismos estén viendo el programa. Otros más, son los que hablan con mayor frecuencia durante el momento de ver la televisión. Quede pues para otros estudios posteriores, el análisis de los comportamientos individuales frente al televisor.

Mientras en las familias entrevistadas del estrato económico bajo, son las madres de familia las que hablan más durante la televidencia, se observa por otra parte que las pláticas entre los hijos suelen verse interrumpidas o disminuidas por la presencia del padre al momento de ver la televisión, una presencia que puede demandar abiertamente silencio ante la televisión o inspirar ese silencio sin necesidad de ordenarlo en forma explícita.

Investigadora: Y hablando de platicar, ¿cuando ustedes están viendo la televisión con quién platican más?

Padre: ¡Ah, no! A mí no me gusta estar platicando. No, si voy a estar viendo la televisión me gusta...

Madre: A él le gusta estar...

Padre: Viendo la televisión.

Madre: Viendo la televisión.

Padre: Sí, en sana paz, sí sin, sin...

Madre: Sin que le hagan ruido.

Padre: Sí, como las telenovelas, estar viendo así, sin...

Madre: Que ni las moscas, por eso tengo el matamoscas ahí pa'...

Sí, no, no, no platicamos cuando estamos viendo la tele, ¿verdad?

Padre: Ya en un comercial, si hay un comentario o algo, pues lo hacemos, ¿verdad?

(FSP, FSM)

Actividades frente a la pantalla

A la par de la actividad de ver la televisión, los miembros de las familias realizan otras actividades. Los niños generalmente combinan el ver la televisión con el jugar, ya sea con sus hermanos(as) o ellos(as) solos(as), el hecho de jugar puede realizarse también con juguetes o sin ellos. En el caso de los adolescentes, la actividad de ver la televisión la pueden combinar con otras acciones como ayudar a sus madres, cuidar a sus hermanos(as) menores, o jugar ya sea dentro del espacio en que se está viendo la televisión o entrando y saliendo de la recámara.

Por su parte, las madres de familia también realizan actividades que combinan con el ver televisión, actividades en su mayoría manuales como tejer, coser, etc., aunque también hay momentos para ayudar a sus hijos con las tareas y atender a los bebés cuando los hay: amamantarlos, jugar con ellos.

Entre las actividades que las madres de familia realizan al tiempo de ver la televisión está la de compartir con sus maridos las charlas sobre lo que ocurrió en el día, aun en los casos en que no se habla durante los programas, sí se comenta en los anuncios.

Los padres no realizan actividades específicas al ver la televisión, más allá de jugar con los hijos, cuando éstos son bebés. En ocasiones, las familias llevan sus alimentos hasta el lugar en que se encuentra la televisión y comen frente a la pantalla.

Hay programas que los miembros de la familia eligen ver con determinada persona. Así por ejemplo, la madre de la familia FS comparte la actividad de ver el programa de *Cosas de la Vida* con su hijo mayor, pero no con los menores; asimismo las madres y padres de familia se reservan el derecho de ver juntos las películas o programas en horarios en que los

hijos se han ido a dormir; por su parte, los hermanos pequeños ven las caricaturas juntos.

Estrategias de recepción de las familias de estrato económico medio

Como se ha expuesto antes, en Aguascalientes son mayoría las familias que pueden ser clasificadas, por su ingreso, nivel educativo promedio y lugar de residencia, como de estrato económico medio. Es importante considerar que al hablar de un estrato medio se incluye aquí a familias cuyo ingreso familiar promedio es bajo, pero que sin embargo viven en una zona catalogada como media y tienen un nivel educativo familiar promedio de enseñanza superior, hasta familias cuyo ingreso familiar es alto.¹⁹¹

Este grupo de familias cuenta con acceso a televisión por cable y al tener la posibilidad de ver más canales, se diversifica también la televidencia y se vuelve más individual, con programas e incluso con canales completos que tienen públicos más definidos. Aunque hay familias dentro de este grupo que no cuentan con el servicio de televisión por cable, esto no significa que no tengan acceso a él o a otro tipo de sistema de televisión, como es el satelital, sino que se debe a decisión de la propia familia de contar sólo con televisión abierta. A la cantidad de canales hay que sumarle el hecho de que la mayoría de las familias observadas de clase media cuentan con más de un televisor, lo que facilita en este grupo familiar dicha televidencia individual.¹⁹²

Los televisores en este estrato están distribuidos en las recámaras, el comedor o cocina, sala o cuentan con un espacio específico: una sala de televisión.

Los aparatos de televisión en las recámaras suelen facilitar el que cada miembro de la familia tenga poder de decisión en cuanto a horarios y programas sobre la televisión que se encuentra en su habitación. Esto se presenta principalmente entre los hijos de familia, quienes se muestra celosos incluso de que otra persona entre en su recámara y use su televisor:

¹⁹¹ Ver tabla 2.

¹⁹² En el cuadro número 1 se muestra la clasificación hecha de las familias entrevistadas, el acceso de cada una a la TV por cable y el número de televisores por familia.

Si me subo al cuarto de mi hermano él llega y "órale, salte". Y si yo le digo, ¡ay, pero estoy viendo la tele!, de todas formas me saca y me dice: "es que me voy a cambiar" [de ropa], pero no es cierto, son mentiras, sólo dice eso para que me vaya y él se queda viendo la tele ahí. (FGH5)

Lo que ocurre con el televisor que se encuentra en el cuarto de los padres de familia es diferente, pues esta recámara suele ser un lugar en el que se ve la televisión en familia o bien, en el que unos y otros individuos se alternen la televidencia dependiendo de sus actividades y de los horarios de sus programas favoritos.

Cuando el televisor se encuentra en otros espacios como la sala, la cocina o la sala de televisión, es más común que sea esta la televisión que más comparten unos y otros miembros. Es importante aclarar que no es precisamente que sean éstos los televisores que más se ven, pero sí por los espacios en que están ubicadas las que suelen verse más en familia, ya sea completa o en unión con otros miembros de la familia.

Sin embargo, el lugar de la casa en que se ubica la televisión no puede ser señalado como determinante para que uno u otro aparato televisivo sea el preferido de la familia. El gusto por un aparato en lugar de otros también está mediado por las características técnicas del televisor en sí, de modo que muchas veces es el aparato más grande, o el más avanzado tecnológicamente el que es más solicitado por la familia, mientras que aquél menos sofisticado (algunos todavía a blanco y negro) es el menos utilizado e incluso despreciado por la familia.

La decisión sobre el número de televisores, así como la disposición de los mismos en la casa, dependen también de cada familia, en algunos casos se responde más a las condiciones de la vivienda en sí, pero en otras sí refleja una «política» de parte de los padres de familia acerca del uso que permiten que los hijos den a la televisión. Esto será abordado más adelante cuando se analice la Interacción Comunicativa Familiar.

Agenda televisiva familiar

Hablar de la agenda televisiva en las familias que han sido clasificadas aquí como de estrato medio (ya sea bajo, medio o alto) es una tarea compleja, pues a diferencia de las familias de estrato económico bajo, éstas suelen

tener un horario familiar muy diverso que se complica con las actividades escolares, extraescolares y sociales de cada uno de los miembros de la familia, así como con las opciones de programación que se presentan en la televisión por cable.

Los televisores de las familias de este estrato social, al menos la mayoría de éstos, son a control remoto, por lo que el cambio de canales es mucho más sencillo que con los televisores manuales. Son los hijos e hijas quienes demuestran más habilidad tanto en el manejo del control remoto como en el conocimiento y dominio de la programación televisiva. El uso del control remoto es en sí mismo una estrategia de recepción que cada miembro de la familia adapta a sus gustos y necesidades al ver la televisión. En todos los casos observados, existe por lo menos uno de los miembros de las familias que adopta como estrategia para ver la televisión el repasar una y otra vez los canales de la televisión, ya sea antes de elegir el programa que desea ver o bien, cambiar de un canal a otro u otros mientras se encuentra ya viendo algún programa específico (*zapping*).¹⁹³ Esta práctica no constituye algo esporádico en la televidencia, sobre todo de los más jóvenes, sino que es en sí su manera de ver la televisión, así describe la madre de la familia FR la forma en que su hijo de 12 años ve la televisión:

¿Qué ve? Arnold, las caricaturas, algunas películas del HBO que les guste, este... ¿qué otra cosa?, las luchas, ya sea aquí o con su abuelita. Sí, nomás. O sea, un programa en sí, completo, no lo ve, no lo ve. Por ejemplo los Simpson ya tiene muchos días que no los ve, pero son anuncios y le está cambiando. O sea, que tú dijeras, se echó el programa así completito, no; videos, está cambiándole a los videos en español y a los americanos, ya ves que es en diferente canal. Eso, a eso le está cambiando. (FRM)

Por su parte, el joven de 23 años hijo de la familia FM ha incluso bautizado esta estrategia de recepción como «rascarse el dedo»:

«... con permiso y le cambio a donde yo quiera, y me 'rasco el dedo' y le doy mil vueltas. Y veo un cachito de un programa y un cachito de otro. Y si está una película, bueno pues esa sí la dejo. ¿Por qué esa afición por rascarme el dedo? ¡Es que me da comezón! No... lo que pasa es que a veces, hay programas que ya viste y: ¡ay no, pues mejor le cambio!; ¡ay, están pasando... no! Fútbol, ¡cámbiale!. El CNN

¹⁹³ González, Jorge A., "El regreso de la cofradía...", p. 117.

noticias, no ya vi noticias y documentales: '¡ah ese ya lo vi!' ¡Ah no mira están pasando esto! No, ahí le dejo. Sólo que me guste, no sé, la semana pasada vimos el programa de los escorpiones, que no querían ver y sin embargo bonitos los bichitos, venenosos, pero bonitos.» (FMH2)

La mayoría de los que emplean el *zapping* como estrategia de recepción lo hacen durante los comerciales y demuestran un claro dominio de los tiempos televisivos, de manera que calculan casi exactamente cuánto tiempo duran los anuncios para cambiar nuevamente el canal y retomar el programa que originalmente veían:

Siempre, nunca me han entendido, pero yo veo idos programas a la vez!, ¡siempre!, ¡sin comerciales!, si le cambio al otro así no me aburro de comerciales porque ¡ya hasta me los sé de memoria! (FFH1 11 años)

Los comerciales pueden llegar a ser tan desagradables para algunos televidentes, que éstos prefieren rentar películas para no ver los anuncios de la televisión, aun cuando ésta sea de paga.

Es necesario mencionar que en todos los casos observados son las madres de familia quienes se muestran molestas con la práctica del *zapping*, pues les disgusta y desespera que los demás cambien los canales. Ellas evitan esa estrategia de recepción mientras son ellas quienes ven la televisión. La estrategia que sí adoptan es la de elegir un canal o programa y dejarlo hasta el final aunque haya comerciales. En caso de que les disgusten los comerciales, simplemente no los ven pues se dedican a hacer otra actividad mientras tanto, pero difícilmente toman el control para cambiar a otro lado mientras se transmiten los anuncios.

Mira, normalmente el de este... Joaquín López Dóriga y a veces también como que le gusta [al esposo] ver en ratos a Joaquín y en ratos este... ¿Cómo se llama el otro el de TV Azteca? Javier Alatorre. Y ya cuando de plano no está muy interesante te digo que empieza a cambiarle. Recorre todos los canales y luego se regresa y luego le vuelve a poner. Le digo, ¡ay, a mí me desespera que no le deje en un canal! Le digo déjale donde tú quieras, pero en algo para agarrarle el hilo para estar viendo. Y no, ya al final, acaba por apagarle. (FGM)

Las madres de las familias entrevistadas cambian el canal sólo en caso de que el programa que vean ya no les interese o que ocurran escenas que ellas

consideren desagradables, como es el caso de las escenas de sexo, sobre todo si con ellas se encuentran sus hijos (sean niños o adultos).

En cada familia, la posesión del control remoto se gana o se negocia de manera distinta, obviamente este poder sobre el control remoto se hace significativo sólo en los casos en que hay dos o más miembros de la familia viendo el mismo aparato televisivo y pierde esa connotación de poder en la familia, durante las televidencias individuales. Las formas en que se gana o negocia el control pueden ser:

Por edad: el hermano o hermana mayor tienen más poder sobre el control remoto y el derecho de utilizarlo, esto es, cambiar el canal y decidir qué es lo que verán aquellos que están a su lado.

Por rol familiar: El padre de familia es quien tiene derecho de elegir y hacer uso del control remoto, ya sea por autoridad propia o por comprensión de parte de los hijos.

Por sexo: En muchas de las familias fue posible observar que son las personas, hijos o padres, de género masculino quienes se dicen a sí mismos y son reconocidos por los demás como «dueños del control remoto».

Investigadora: ¿Quién, desde tu punto de vista, quién tiene más el control de la tele? ¿Quién decide qué se ve en la tele?

FMH2: Yo. Yo. Porque yo llego, y 'a ver, ahí con permiso, tengo comezón en el dedo' y me agarro cambiándole. Y me importa un comino si se marean viendo la cambiadera de canales. Y por ejemplo, si mis hermanas están viendo un programa, primero hago que se emberrinchen y se enojen y casi 'me la mienten', y luego ya les pongo su programa, pero mientras yo tengo que ver primero qué hay en la tele, si hay algo que me guste, entonces ya, si está desocupada la otra televisión, me voy a ver lo que yo quiera, pero sólo si está desocupada, si no, pues mi papá es el dueño del control, te digo y ahí sí, 'le cai' al que lo agarra, pobre el que lo agarra. ¡ah! ella después de las diez de la noche tampoco le puedes quitar el control a mi mamá.

Por derecho: Aquel miembro de la familia que «gana la televisión» es quien tiene derecho a usar el control remoto y decidir sobre la televisión.

Por horarios: La agenda televisiva familiar suele negociarse entre los miembros de las familias quienes estructuran horarios para ver la televisión de

acuerdo con sus propias actividades y en combinación con la programación transmitida.

En el total de las familias entrevistadas la mañana, mediodía y noche están destinadas para que el padre de familia vea los noticieros, a veces junto con la madre. Las cuatro de la tarde, dependiendo de la familia, puede corresponder a la hija menor ver la telenovela infantil o las caricaturas. Por lo tanto, las familias organizan su agenda televisiva de tal forma que hay horarios específicos para que cada miembro de la familia tenga el derecho de ver «sus» programas. Así pues, corresponderá tener el control remoto a aquel miembro de la familia que, según la organización familiar, tenga el derecho de ver lo que quiera en ese momento:

FMH2: A mediodía es de 'a güilson' que hay que ver los noticieros, que mi papá es fanático de los noticieros, digo en la mañana me levanto y ¡ay Dios! noticias y llega a medio día: noticias; y llegas en la noche y noticias.

Entonces a veces están ocupadas las dos televisiones y si mi mamá está viendo el [canal] Fox, tiene uno que irse allá a ver las noticias o algo. Digo generalmente me aburre también lo que ve mi mamá /.../ Mi hermana tiene... ponle llega ella a las tres y a las cuatro y media se va de aquí. Ponle esa hora y media tiene que estar viendo videos. Durante ese tiempo. En la tarde mi otra hermana: de las siete de la noche a las ocho o a las nueve, porque ella sí varía un poquito su horario, ella la novela, la novela de las siete, la de *Década*, es fanática. Mi mamá pues, si el programa de las ocho le gusta, tienes que poner el programa de las ocho y hasta que ella se va a dormir. Te estoy hablando de que a veces es la una o dos de la mañana.

La programación de un horario familiar e individual para ver la televisión puede cambiar y ser flexible, no obstante una vez establecida será cada miembro de la familia el que defienda su derecho de ver los programas que prefiere a la hora que le corresponde. El horario de la mañana, con programas sobre temas del hogar, suele ser recurrido por las madres de familia; en las tardes, corresponde a los hijos organizar el tiempo de ver televisión, mientras que la noche es el turno del padre.

Sea cual sea la agenda televisiva familiar y los momentos de posesión del control remoto, todas las familias observadas presentaron momentos de negociación para decidir qué programa elegir. Todas las familias tienen en su seno discusiones, tratos y acuerdos acerca de los canales y horarios, aun cuando exista una agenda bien establecida. Las discusiones o solicitudes pueden dar lugar a

que la agenda se modifique, puede ser por una sola ocasión o puede dar pie a una nueva agenda. Es más común que las discusiones se presenten entre hermanos(as) que entre hijos(as) y padres (madres).

También hay ocasiones en que al tomar el control remoto, quien lo posee cambie los canales sin respetar la agenda televisiva y provoca con esto el disgusto y las discusiones con los demás hasta que alguien logra que se retome nuevamente lo establecido.

Cuando la familia tiene niños pequeños, las madres de familia se muestran más participativas en la elección de programas que hacen los hijos e hijas, ya sea al conocerlos y en ocasiones al presenciarlos o bien al sugerirlos o prohibirlos. Las madres, mucho más que los padres, deciden también sobre los horarios de sus hijos(as) de exposición a la televisión. Esta participación suele disminuir cuando los hijos crecen y se convierten en «grandes», lo que les permite elegir con mayor libertad tanto canales como programas y horarios para ver tv. En lo que se refiere a los padres de familia es más común que ellos decidan sobre los programas que son vistos cuando están en compañía de sus esposas, dejando a ellas muy pocas oportunidades de elección y en ocasiones, sin voz ni voto, al grado que hay madres que no tienen un solo programa preferido o un horario determinado que dediquen a ver la televisión.

Entre los horarios de televidencia más o menos fijos y coincidentes entre las familias están aquellos específicos para desayunar, comer y cenar. Así pues, uno de los momentos en los que es común que la televisión esté encendida en los hogares de tipo medio es a la hora del desayuno y antes de que los hijos vayan a la escuela o los padres al trabajo.

No importa si existe televisión en la cocina o el comedor, porque en ocasiones es el propio plato de comida el que va hasta el lugar en que está la televisión —en la recámara por ejemplo—. Las comidas coinciden con las horas en que se transmiten los noticieros, los cuales se encuentran entre los programas favoritos de los padres de familia.

De acuerdo con las familias entrevistadas, la hora de la comida es un momento importante para ellas pues representa la oportunidad de platicar entre sí. Para algunas familias como la FF la televisión impide esta oportunidad:

«Sí... tienen instrucciones de que, cuando comemos, la tele esté apagada /.../ porque es cuando se supone platicamos. A veces: 'ay, es que cállense porque esa noticia me interesa', entonces, pos, cómo, los chiquillos a veces se callan las novedades del día hasta que se acaben las noticias y se va mi esposo». (FFM)

Mientras que para otras como la FM, la televisión contribuye a la charla familiar:

«Sí, vemos tele. Pero normalmente es así como por inercia de tener la tele prendida. Porque cuando la apagan. ¡nadie habla! Nadie platica. Digo está apagada y todo el mundo comiendo y nadie habla. O sea como que ya es parte de la familia ver televisión también. Tiene mucho que ver.» (FMH3)

Los sábados y domingos son días en que las familias acostumbran ver menos televisión, en cuyo caso prefieren los canales de películas; estos días más bien los dedican para realizar otras actividades fuera de casa o rentar películas, pero es durante las vacaciones de la escuela y trabajos, cuando el orden de la agenda televisiva suele modificarse de manera importante, dado que se modifican también todas las demás actividades de los miembros de la familia.

En ocasiones, es la familia quien crea sus propios horarios, no de acuerdo con los programas y actividades, sino de acuerdo con sus propios gustos y reglas, en estos casos, la familia gusta ver un programa, pero sólo la mitad de éste o determinados momentos y luego dejar de verlo, como lo explica el hijo mayor de la familia FU:

«... el único programa que llego a ver así es el de Adal Ramones y ya le agarré la onda del horario, cuando está la entrevista, porque, a pesar de que es medio sangroncito, eh, se me hace muy, que tiene talento él para las entrevistas, sabe manejar las entrevistas muy bien, sacar buena información, pero, sin manejarlo serio, como muy jovial, y llega a pasar que, cuando la prendo y le tengo ahí, tanteando que ya va a ser la hora, a veces pasa que se tarda un poquito más en hacer la entrevista y se agarra haciendo sus sandeces y todo, ¿no? y yo me aguanto porque sé que ya es hora de la entrevista...»

Aunque siempre hay la posibilidad de cambiar el canal y dejar inconcluso un programa, una estrategia común en todas las familias es ver los programas hasta el final, aun cuando haya cambios de canal durante los comerciales.

Tener varios televisores no significa necesariamente que quienes los ven presencien programas diferentes. Hay ocasiones en que se ve el mismo programa en dos aparatos distintos. Sin embargo, el hecho de que haya más de un aparato de televisión hace evidentes en el estrato económico medio, las diferencias de gustos y preferencias entre los miembros de las familias. En la agenda televisiva de las familias de estrato medio, cada miembro de la familia tiene gustos muy específicos a diferencia de las familias de estrato bajo en donde, si bien hay gustos y programas favoritos, la familia en general comparte estos gustos.

El tener más canales de donde escoger hace también que las diferencias sean más marcadas: hay canales exclusivos de noticias, de caricaturas, de series juveniles, de documentales, de videos musicales, etc., además hay horarios con programas dirigidos a las mujeres, a los jóvenes, a los niños, hombres de negocios, etc. Elegir no sólo la hora y el tipo de programa, sino también el canal de su preferencia es otra de las estrategias de recepción adoptada por cada uno de los miembros de las familias en forma individual y muchas veces solitaria, en la que existen incluso ocasiones en que los miembros de la familia, sobre todo los más jóvenes deciden ver los programas aburridos (según su opinión), repetidos, o poco agradables (que no son de su gusto). Esto hace que hablar de una estrategia específica para la familia en su conjunto sea un tema complejo de abordar.

Lo que sí se puede decir es que aunque existen muchas opciones y combinatorias posibles, sí hay momentos en que la familia comparte la televidencia de un solo programa. De acuerdo con lo reportado en las entrevistas los géneros que han logrado unir a la familia en torno al televisor han sido las telenovelas en algunos casos (no más de tres en la historia familiar) y las películas, en la mayoría. También fue posible observar que los miembros de la familia comparten frecuentemente el momento de ver televisión con gente de su mismo género: mamá con hija, hermana con hermana, hermano con hermano, padre con hijo.

Cuando hay más de una persona viendo la televisión, es también estratégico el lugar desde el que se mira la pantalla. En las familias, cada miembro tiene más o menos asignado o apropiado un lugar desde el cual ver la televisión: su silla en el comedor, el lado izquierdo o derecho de la cama, etcétera.

- La televisión es vista por dos o más miembros de la familia porque:
- Las personas que ven la televisión gustan del mismo programa.
 - La televisión está en un punto estratégico de la casa desde la que es posible verla aun cuando no sea mucho el interés de quienes la ven. De hecho son muchas las ocasiones en que unos «tienen» que ver lo que a otros les gusta.
 - Aunque el programa no interese, lo que se busca es la compañía de quienes están viendo la televisión, más que el compartir la televisión en sí.

Al diversificarse las opiniones y al tener cada miembro de la familia su programa favorito, también se hace posible que a cada uno le disgusten los programas que a los otros les gustan. En caso de que no decidan ver los programas que les disgustan, pueden optar por otras estrategias de recepción como lo es hacer uso de otro aparato de televisión o simplemente, no ver aquello que le disgusta, ya sea abandonando el lugar en que se encuentra el televisor o realizando alguna actividad sin atender a la tv.

Actividades frente a la pantalla

En el caso de las actividades que se realizan en torno a la televisión, existen también ocasiones en las que la televisión y las actividades por realizar por la familia, se conjuntan, de manera que es posible realizarlas al mismo tiempo, incluso cuando parecen ser mutuamente excluyentes como ver televisión y leer el periódico, o ver televisión y trabajar o hacer tareas. En estos casos, ver televisión se convierte en «escuchar» televisión, que es también una de las estrategias de recepción adoptadas por las familias en general, no sólo las de este estrato.

De acuerdo con lo observado, son las madres de familia y demás mujeres, así como los niños(as), más que los hombres (padres o hijos), quienes suelen ver la televisión y hacer otras cosas a la vez. En lo que respecta a los niños, éstos juegan, corren, hablan, entran y salen del lugar de la televisión y ocasionalmente, realizan su tarea frente al televisor. En lo que respecta a las mujeres, fueron las madres de familia quienes expresaron durante las entrevistas que esta actitud está relacionada sobre todo con tres hechos básicos:

- a) Realizar los quehaceres del hogar y ver al mismo tiempo algo de su interés.

«Y ya se van ellos, y me pongo a hacer la cochera, por lo general los lunes es aseo general en toda la casa. Si no es lunes, tengo que lavar o planchar, y aquí haciendo prendo la tele, ya sea ésta aquí en la cocina, o en mi pieza, para estar viendo el programa *Hoy*.» (FRM)

- b) Otra razón es el 'aprovechar' el tiempo de ver la televisión y c) el tener encendida la televisión para sentir compañía:

«Como compañía. Es mi compañía en realidad. Porque yo trabajo. Es que mira, hago moldes pero no pierdo el tiempo. No pienses que porque estoy viendo tele estoy perdiendo el tiempo. Este.. hago moldes o empiezo a barrer. Estoy oyendo. Tiendo mi cama, estoy sacudiendo. Y este... y si estoy cosiendo me llevo el control, y me aburre la tele y le apago.» (FMM)

En ocasiones, esta actividad de escuchar la televisión suele ser reconocida por la familia como el producto de una costumbre o acción mecánica de encender la televisión, más que por la intención real de ver —prestar atención de forma más exclusiva— a la TV.

«...ya cuando se suben ellos, como a las nueve o nueve y media, ¡no! como a las nueve y media, pues ya este... ponen la tele, por ejemplo si todavía no empieza, pos' le ponen en los programas de Televisa, así como que por puras ondas, no más por tener el sonsonete del ruido, porque mi papá pues está viendo el periódico, mi mamá está por acá, como que... es más, la verdad se me hace ridículo porque, ahorita que me estoy poniendo a pensar digo: están leyendo el periódico y la televisión prendida y ¿nadie la está viendo? Ya si llega alguien y se pone a ver lo que están viendo, pero así que digas: se ponen a verla, no, o sea, ya cuando ya empiezan las noticias ya así como que: ya a ver qué están diciendo. Pero así como que mientras, por tener el sonsonete.» (FGH3)

Al ver la televisión, hay quienes adoptan una estrategia opuesta a la de tener el televisor como ruido de fondo. Hay personas que ven la televisión atentamente y que a la vez escuchan lo que otros les platican. Así, mientras se tiene la vista puesta en la pantalla, al mismo tiempo son capaces de sostener una conversación.

Hay que recordar que depende mucho de las condiciones individuales de cada miembro de la familia, ya que es innegable que hay personas que no gustan de combinar la atención prestada a la televisión con cualquier otra acción de su parte.

Una de las principales actividades, que como regla familiar no debe estar ligada a la televisión, es la realización de tareas escolares frente a la pantalla, regla que se rompe en ocasiones y sobre todo va haciéndose más laxa cuando los hijos crecen. Otra regla similar es que cuando hay exámenes en puerta, se restringe el tiempo de ver la televisión bajo el entendido que son primero los deberes y responsabilidades, y luego la televisión; y se restringe más aún, cuando el hijo o hija están castigados, en cuyo caso no tendrán permiso de ver televisión. Así también, cuando no hay clases al día siguiente o se trata de vacaciones, hay oportunidad de ver la televisión más horas, durante la tarde y noche.

Por otra parte, el ver la televisión llena, por decirlo así, los espacios de tiempo en los que no hay actividades por hacer, al grado que puede ser utilizada para poder dormir.

La agenda televisiva, aunque institución flexible, a fin de cuentas supone un cierto orden para la familia, ya que le permite mantener la rutina de la, a su vez, institución familiar. Esta relación entre el orden familiar y los horarios y costumbres respecto a la televisión, no es ciertamente determinante para que la maquinaria de relaciones entre la familia camine sin problemas, pero sí tiene cierta inferencia, de modo que en la medida en que la agenda familiar tiene relación con el funcionamiento dentro de la familia, en esa misma proporción será el problema que causa a este grupo social la alteración de la agenda televisiva y viceversa:

Madre: ¿Quieres que se enojen?: que su tía llegue a la hora que ellos llegan. Porque ellos...

Hija: ¡Es que no es nuestra organización!

Madre: Es que, ellos, a la hora que llegan cuentan lo que les pasó, o cómo les fue...

Padre: Y está prendida la tele.

Madre: Y ya, cuelgan las llaves, y “ay, ya vine mamá, fíjate que pasó, que fue y que vino”. Pero no llegue mi cuñada porque ella quiere acaparar la plática. Y no se fija, o no quiere fijarse que los que llegaron antes, teníamos un tema en la plática... Y ella llega, ¡y nos calla!

Hija: Incluso al hablar, estás hablando y llega e interrumpe. Es más, nosotros podemos estar platicando y tú lo has visto, bueno los días que has venido, ¡y ver la televisión al mismo tiempo! y con mi tía no se puede. (FMP, FMM, FMH1)

Comentarios

En este estrato, al igual que en el estrato económico bajo, la televisión suscita comentarios o éstos se dan en torno al aparato aun cuando no tienen

nada que ver con este. La tipología y descripción hecha anteriormente con respecto a este tema, entra también aquí. Los comentarios entonces: a) repiten lo que se dice en la TV; b) anticipan la acción; c) son exclamaciones sobre escenas específicas; d) hablan directamente con los personajes; e) surgen de los programas, pero no se relacionan con ellos; f) son pláticas totalmente ajenas a la televisión.

Es en las entrevistas y observaciones con las familias de este estrato económico, que fue posible observar cómo los comentarios que surgen a raíz de una escena específica pueden ser comentarios de crítica o bien de cuestionamiento.

Se trata de un comentario de crítica, por ejemplo, cuando el espectador sabe que lo que se ve en la televisión no es cierto o tiene algún error:

«...como el otro día estaba viendo una película y /.../ pasó un carro, se le ponchó una llanta y se la cambiaron, la llanta. A ver, se la cambiaron... sí le cambiaron la llanta y le pusieron una chiquita, y después en una escena de... se suponía que ya había pasado un año, sale el mismo carro con la misma llanta. O sea, inunca se la cambiaron en un año! ¿verdad? y es una llantita así chiquita». (FFP)

Y se trata de comentarios de cuestionamiento, sea cuando se cuestiona la veracidad de lo que se ve en la televisión o bien, cuando el referente televisivo provoca una reflexión más profunda en la familia:

«Claro. Sí, la verdad, no es dogmático lo que dice la televisión. Entonces tú ya con tu criterio, muy particular puedes decir 'oye es cierto, o no es cierto, puede ser que sí tenga en la realidad. Oye, y ¿qué tal si...?' Es entonces donde empieza la duda y te empiezas a hacer preguntas, y qué bueno, porque en un momento dado empiezas a hacer... empiezas a activar la neurona ¿no?, empiezas a ejercitar el cerebro, empiezas a actualizar, a ejercitar el razonamiento.» (FMP)

Así también, muchos de los comentarios suelen hacerse sólo durante los comerciales para no interrumpir el momento de ver el programa en cuestión. El *mute* del televisor es empleado para poder conversar.

Entre las familias de estrato medio, surgen dos tipos más de comentario en torno a la pantalla:

g) Comentarios a destiempo, ya sea en familia o en ámbitos distintos al familiar. Esto es, la televisión también provoca comentarios entre la familia sobre temas específicos surgidos de la televisión, comentarios que pueden surgir mucho después de haber visto cierta escena, haber oído determinado comentario o haber conocido cierta historia en la televisión y así como vienen a la charla entre los miembros de la familia, también tienen lugar en otros ámbitos como por ejemplo la escuela, el trabajo y las reuniones con amigos.

h) Son críticas directas de parte de uno o varios miembros de las familias en contra del programa o los programas favoritos de otros miembros de la familia.

En algunas familias, es más común que los comentarios tengan lugar entre padre y madre de familia, luego, en orden descendente los comentarios se dan entre la madre y los hijos e hijas, mientras que son los hijos(as) quienes menos comenten entre sí, sobre todo si son de diferente sexo. No obstante, en la mayoría de las familias entrevistadas, son las mujeres quienes dicen hablar más al momento de ver la televisión.

Otros medios electrónicos

Por último, la televisión puede ser un medio electrónico muy solicitado por los jóvenes y niños, al grado que las madres de familia expresen su preocupación por la cantidad de horas que pueden sus hijos(as) estar frente a la pantalla. Pero cuando la televisión es aburrida para los hijos, cuando los programas son repetidos, o no hay algún contenido que llame su atención, los hijos cambian la pantalla de televisión por la pantalla de la computadora o los videojuegos.

Estrategias de recepción de las familias de estrato económico alto

Las dos familias entrevistadas de estrato económico alto viven en zonas residenciales, cuentan con servicio doméstico y su nivel de educación, en promedio, es universitario. En ambas familias los hijos(as) son mayores de edad incluso en la familia FA hay nietos(as) que van semana a semana a visitar a la abuela y a las tías y tío.

Las familias de este estrato económico dependen de los negocios o el desempeño profesional para mantener su nivel de vida, gracias al cual los

padres han podido apoyar a sus hijos(as) para que estudien en las universidades privadas más caras y prestigiadas del estado y otros lugares del país.

En este estrato económico es mucho más probable, por las posibilidades financieras, contar con antena parabólica o sistemas satelitales de televisión; sin embargo en las familias entrevistadas esta posibilidad no les interesa, de hecho la familia FD sí tiene antena parabólica, pero se encuentra desconectada. Sin embargo sí cuentan ambas familias con televisión por cable. En los dos casos, sólo hay dos aparatos de televisión en casa, uno en la sala de televisión, y otro en una de las recámaras. A pesar de tener posibilidades económicas suficientes para comprar más aparatos, las familias entrevistadas mostraron no sólo la falta de interés, sino su postura en contra de tener más aparatos de televisión:

«...aquí, como la tele está en el pasillo, entonces tienen que ponerse de acuerdo en qué quieren ver ¿Verdad? Entonces tienen que ver algo parecido, o se turnan o se dan: ahorita uno tuyo, luego uno mío, alguna cosa así. En cambio, si se tuviera una tele en cada recámara ni se pelearían, metidas en un cuarto como hongo donde ves tu programa favorito e ignorando totalmente la otra parte de la familia.» (FDM)

Mientras que el televisor de la estancia es el más recurrido, en las familias entrevistadas el televisor que está en la recámara, un lugar privado, pertenece preferentemente al dueño o dueña de la recámara, por lo que el aparato ubicado en la sala de televisión, un lugar común, adquiere automáticamente un carácter colectivo.

«...yo, en mi recámara tengo derecho de ver lo que a mí me da la gana, ponle, un programa que me guste, o apagar la tele, o ponerme a hacer otra cosa, o a leer ¿sí? Entonces, si alguien está viendo algo que a mí no me interesa, pues ni modo, apago lo tele, que se ponga a leer o a hacer cualquier cosa, ¿verdad?» (FDM)

Entonces, aunque en casa hay dos televisores,¹⁹⁴ el que más se ve es el de la sala de televisión que es al que acude la familia para compartir algunos programas. Ver la televisión en familia no es muy común en este nivel económico, debido a la diferencia de horarios entre los miembros de las familias,

¹⁹⁴ En la familia FA existe también un televisor en el cuarto de la servidumbre, pero éste nunca es usado por los miembros de la familia, ni se establece una relación directa entre la televidencia de la servidumbre y la de los dueños de la casa; por esta razón no se toma en cuenta aquí.

pero sí hay ocasiones en que dos o más de sus integrantes se reúnen ante la pantalla y es el buscar o brindar compañía uno de los motivos principalmente expuestos por las personas entrevistadas más que el interés en común por algún programa en especial, es por esta razón por lo que muchas veces aquellos que hacen o buscan la compañía comparten la televidencia de programas que no les gustan o que incluso les resultan desagradables. Además, el compartir un aparato de televisión en este estrato —así como en los anteriores y sobre todo en el estrato medio— propicia tener lugares de la sala de TV desde donde prefieren los miembros de la familia ver televisión: el sofá, algún sillón, la silla de la computadora, etc. Asimismo, se presenta la negociación sobre el programa que será visto, negociación que en algunos casos se hace innecesaria cuando uno de los miembros de la familia «gana» el control remoto de la televisión, en cuyo caso los demás deben aceptar lo que decida aquel o aquella que tiene la posesión del control, sin intervenir y cambiar el canal. Pero la búsqueda de compañía como pretexto para ver televisión puede convertirse en la iniciación al hábito de ver un programa específico, como ocurrió con la familia FA en donde la hija empezó a ver novelas por estar con su madre y ahora madre e hija ven cada una telenovela diferente, cada una en una televisión diferente y sin intercambiar comentarios entre sí.

Agenda televisiva familiar

Al igual que en las familias de estrato económico medio, las familias de nivel económico alto tienen una agenda variada en la que combinan la educación, el trabajo, las actividades sociales, recreativas, deportivas y de servicio social o de caridad, con la televisión, a la que en muchos casos no le destinan más que un par de horas como máximo cada día. Algunos de los integrantes de la familia no tienen horario fijo para ver televisión, incluso pueden no verla.

También en las familias de este estrato, como ocurre con las familias de nivel medio, las preferencias en los programas de televisión están más marcadas por gustos individuales que por preferencias familiares. De esta manera, las madres de familia disfrutan con los canales que les presentan otras partes del mundo, documentales de viajes y culturas. En el caso de las telenovelas, las madres de familia de este nivel económico suelen ser muy selectivas y cuando ven una telenovela (porque por lo regular es sólo una la que acostumbran ver y no siempre) es porque alguien se las recomendó o porque los contenidos de la novela en sí les son de su agrado:

¡Ay, sí! Mira, prender una televisión para ver tonterías o cosas, ¡ay que deprimen!, no, no, no. Si está bonita la seguimos viendo, y si no, le cambiamos a otra. Sí ¿No? Sí, eso es necesario, que esté bonita y que te reanime el espíritu. (FAM)

Si no hay una telenovela que sea de su agrado, quizá busque alguna película, evitando los contenidos violentos y de ciencia ficción.

Por su parte, el género televisivo favorito del padre de familia son los noticieros matutinos y nocturnos, gusto que suele compartir también con su esposa quien muestra interés también por las noticias; por su parte le interesan al padre los programas de análisis y de reportaje de fondo, así como algunas series y películas, y en el caso del padre de la familia FD se manifiesta totalmente en contra de las telenovelas, al grado que sus hijas saben que cuando él está presente a la hora de ver telenovelas, deberán cambiar el canal, por lo que la agenda televisiva suele cambiar ante la presencia del padre de familia.

Los programas favoritos de los hijos(as) son telenovelas y series, películas, deportes y, en menor medida, documentales, pero hay ocasiones en que primero recorren todos los canales hasta decidir qué programa ver, decisión en la que influyen, entre otras cosas, los actores y actrices que participan en el programa. El *zapping* es otra de las estrategias de recepción que adoptan las familias de tipo alto, en menor medida que las de estrato medio, el cual fue poco reportado en las entrevistas, pero sí fue posible observarlo en el resto del trabajo de campo. Al igual que en el nivel medio, en las familias de estrato alto son más bien los hijos(as) quienes recurren más que los padres y madres a esta estrategia. También en las familias de estrato alto, son los hijos(as) los que muestran un mayor conocimiento de la programación televisiva en comparación con los padres y madres.

Aunque existen gustos diferentes y rara vez hijos(as) y padres(madres) los comparten, los padres de familia no recurren a la prohibición o restricción del tiempo que pasan sus hijos(as) frente a la televisión, porque consideran que éstos(as) ya están grandes. No obstante, sí hay comentarios de desaprobación, aunque no prohibición, hacia algunos contenidos televisivos, entre ellos, la violencia y los contenidos sexuales.

«Yo sinceramente cuando hay una escena en la televisión, y ellas lo saben, mis hijas, ¡no me hago tonto!, ellas van a ver una película y estoy seguro que no cierran los ojos

si sale una escena mala, sería estúpido pensar de mi parte que van a cerrar los ojos, o se van a salir de la película. Pero cuando están conmigo, yo sé, porque lo estoy viendo, en el momento en que pueda haber cualquier escena: le cambian de canal y dejan de ver ese canal.» (FDP)

Mientras que a los hijos(as) grandes no es posible prohibirles o restringirles la televisión, sí hay restricciones en cuanto a los niños que ocasionalmente acuden a casa. Se trata de los nietos o sobrinos a los que no se les permite pasar largas horas frente a la televisión, mucho menos si éstos eligen ver caricaturas. Sólo a veces, las tías deciden ver algunos dibujos animados junto con estos niños(as).

Cotidianamente, en este estrato la televisión es encendida más bien en la tarde y noche, y permanece apagada al mediodía. Durante las vacaciones es probable que algún miembro de la familia vea programas matutinos, pero en general, el televisor está apagado mientras que los miembros de la familia prefieren otros medios de comunicación como el radio. Han impuesto como una especie de regla familiar que la televisión debe permanecer apagada durante la hora de la comida. Para ninguna de las familias entrevistadas resulta deseable que haya un aparato de televisión en la cocina o comedor. Los domingos son días en los que tampoco resulta deseable para las familias encender la televisión, prefieren salir de casa, ir al cine, de paseo etc., antes que quedarse a ver TV. Si esto llega a ocurrir y algún miembro de la familia permanece en casa, entonces busca en la televisión alguna película o documental, o bien alguna transmisión deportiva cuando los juegos o partidos son decisivos (finales de torneos, olimpiadas, etcétera.).

No sólo las reglas familiares y la cantidad de actividades de los integrantes de la familia son los únicos motivos por los cuales en este estrato se ve menos televisión. Otro de los motivos expuestos por las personas entrevistadas es que ven poca televisión porque los contenidos de los programas les causan malestar físico (como dolor de cabeza) y malestar anímico:

«...y desgraciadamente los noticieros es todo lo que venden: el morbo, lo amarillista ¿verdad? Lo más rojo que te puedan presentar las cosas, eso es lo que vende, eso es lo que la gente quiere. Y a mí me cansa mucho eso, me molesta, entonces por lo general, vuelvo a repetir, lo primero que hago es... si está la televisión prendida: ¡apágala!» (FDP)

La noche es también un buen momento para las familias de este estrato para ver la televisión. Hay ocasiones en que el televisor ayuda a conciliar el sueño, pero también hay casos en los que, por el trabajo, solamente es posible ver televisión durante la noche.

Actividades frente a la pantalla

Al igual que en los otros dos estratos económicos, las familias suelen realizar otras actividades frente al aparato televisor: hacer tareas en la computadora, llamar por teléfono, navegar en internet, comer algo, realizar labores manuales, trabajar o hasta rezar el rosario, sobre todo porque existe el sentimiento de que es necesario «aprovechar» el tiempo de ver televisión. De hecho la televisión puede estar encendida sin que nadie la vea:

«Entonces, ¿qué no hace uno al momento en que está viendo la tele? Se pinta las uñas, se quita las uñas, se peinan, se despeinan, se pintan, se despintan, se visten, se desvisten, hacen muchas cosas, ¿verdad?» (FDM)

De la misma manera en que es posible ver televisión y hacer otras cosas, también las familias de este estrato, como las de nivel medio y bajo, adoptan la estrategia de recepción de estar atentos a todo lo que ocurre alrededor aun cuando se encuentren frente a la pantalla, esto es, la atención, además de estar en el programa de televisión, está también en lo que ocurre con el resto de la familia y de la casa. Pero si la información o contenido del programa es muy importante para aquella persona que lo mira, entonces ésta deja sus actividades y pone especial atención en la transmisión.

Existen ocasiones en que sí es necesario suspender la televisión para realizar otras actividades, como en la familia FD donde todavía hay estudiantes, no se ve televisión cuando han exámenes en puerta. A diferencia de los otros estratos, las familias de nivel económico alto no mencionan, ni pudo observarse, que enciendan la televisión por costumbre, de una forma mecánica y «tengan» que verla como mencionaron las familias del estrato medio. Al contrario, las familias de clase alta parecen tener más control sobre la televisión al tomar la decisión de apagar el aparato si lo que están viendo no les convence y de dedicarse mejor a otras actividades. Este control sobre la televisión ayuda también a cambiar el canal si éste no les satisface o a aprovechar de un programa sólo lo que les interesa, tal es el caso de la madre de la familia FA quien sólo ve el inicio de las noticias nocturnas del

canal 13 de Televisión Azteca, sólo el inicio, donde se dan los resúmenes de todas las noticias.

Si bien, encender la televisión parece no ser una reacción mecánica en este nivel económico, sí es una alternativa para llenar espacios de tiempo: «veo la novela porque no sé qué hacer de las ocho a las nueve» (FAH2)

Comentarios frente a la pantalla

Las familias entrevistadas de estrato alto ven menos la televisión que las familias de los otros estratos, por lo tanto, el tiempo disponible para comentar en torno a la pantalla es mucho menor también, si a esto se añade que cada miembro de la familia suele ver la televisión en horarios diferentes, se reduce más aún la oportunidad de comentar, sobre todo acerca de escenas específicas, aunque persiste la oportunidad de platicar mientras ven la televisión con otros miembros de la familia (o con alguien más por teléfono) que no están viendo televisión sobre cosas totalmente ajenas a los programas. Aunque son menos los comentarios que surgen de escenas o situaciones específicas y más las charlas relacionadas con experiencias personales y cotidianas, en general se puede decir que las expresiones sí son del mismo tipo de aquellas que se presentan en el seno de las familias de estrato bajo y medio.¹⁹⁵ Igual que las demás familias, las de estrato alto son capaces de reaccionar ante la pantalla, hablarle, contestarle o hasta echarle porras a la persona que está a cuadro en la TV. Dependiendo de cada familia y de cada integrante se exige o no silencio durante los programas y que los comentarios se realicen sólo en los anuncios, porque “sí te choca que cuando está muy interesante lo que estás viendo, alguien te hable para platicarte una babosada”(FDH1) Pero también existen ocasiones en las que es más importante para los miembros de la familia la conversación que la televisión; en estos casos la televisión es apagada para dar paso a la charla.¹⁹⁶

¹⁹⁵ Ver tipología en el cuadro 2, o arriba en el apartado referente a estrategias de recepción de las familias de estrato económico bajo y medio.

¹⁹⁶ Ver cuadro 2.

Tipos de televidencia familiar de acuerdo con la estrategia de recepción¹⁹⁷

De acuerdo con todo lo anterior es posible clasificar las televidencias familiares como sigue:

- a) *Televidencia exclusiva*: Es cuando la actividad de ver televisión es preponderante, es decir se encuentra por encima de otras actividades en la agenda familiar. Este tipo de televidencia se da cuando la familia dispone de más tiempo para ver la televisión. En ocasiones, se exige silencio y atención total a la pantalla; sin embargo no siempre deja de lado la posibilidad de realizar algo más (quehaceres, tarea) mientras se presencia algún programa televisivo. Se presenta principalmente en las familias de estrato económico bajo, las cuales dedican gran parte de la tarde para estar frente a la televisión. Es en este tipo de televidencia donde se observa una mayor exposición a la televisión. Además, la televidencia exclusiva está caracterizada por los pocos cambios de canal, esto es, la familia elige un canal y será éste el que vea la mayor parte del tiempo.
- b) *Televidencia por horarios*: Es cuando la familia tiene una agenda televisiva familiar estructurada por horarios que se relacionan con sus actividades cotidianas, los programas favoritos de cada uno de los integrantes de la familia y las organización propia familiar. Este tipo de televidencia está caracterizado por el cambio constante de canales, de forma que cada miembro de la familia elige el canal y programa que desea ver a la hora que le corresponde de acuerdo con la agenda establecida. Las familias de estrato medio y en menos proporción las de estrato alto, son las que se organizan frecuentemente de esta forma.
- c) *Televidencia casual*: Es cuando la familia no tiene un horario específico para ver televisión. Esta televidencia es para la familia una actividad supeditada totalmente a otras actividades, tanto dentro como fuera de casa. La televidencia casual no implica fidelidad a un canal o a programas específicos, sino que incluso el ver algún programa puede ser más obra del azar que algo planeado en tanto que esta televidencia se da en los momentos en que los integrantes de la familia tienen la

¹⁹⁷ Ver cuadro número 3.

oportunidad o la disposición de encender la televisión. Son las familias de clase alta, las que presentan con más frecuencia esta práctica de ver televisión.

- d) *Televidencia familiar compartida*: Este tipo de televidencia se presenta cuando la totalidad o la mayoría de los miembros de la familia se reúne en torno a la pantalla y comparte programas e intercambia comentarios al respecto. Esta reunión es una práctica continua en la vida familiar.
- e) *Televidencia familiar semicompartida*. Esta televidencia puede darse de dos maneras: la primera de ellas es cuando sólo algunos miembros de la familia ven juntos la televisión; por ejemplo, los niños(as) que ven las caricaturas, pero que no ven junto con sus padres las novelas y las noticias; las hermanas que ven el mismo canal de videos mientras que el hermano no está en casa o realiza otra actividad. La segunda forma en que puede darse la televidencia semicompartida es cuando la familia se reúne toda o en parte a ver la televisión como una práctica casual y no cotidiana; por ejemplo cuando los domingos ven una película juntos o cuando hay un programa especial que le interesa a la familia. También puede darse una televidencia semicompartida por horarios, es decir, cuando dos o más miembros de la familia comparten un programa, pero no otros.
- f) *Televidencia solitaria*: Es la práctica de ver la televisión sin la compañía de otros familiares.

Es necesario hacer la aclaración de que estas televidencias son prácticas identificables en las familias observadas, pero no son leyes inflexibles o camisas de fuerza dentro de las cuales tenga que sujetarse la agenda familiar, es decir, en una familia puede presentarse una televidencia solitaria, pero también puede haber televidencia compartida; o en donde hay una televidencia casual puede llegar a establecerse una televidencia por horarios. Además no se debe dejar de lado lo que señala Orozco¹⁹⁸ acerca de que la práctica de ver televisión no se limita al espacio y al momento de estar frente a la pantalla, sino que por el contrario se trata de un proceso que trasciende esto.

¹⁹⁸ Orozco Gómez, Guillermo, "Televisión y audiencias...", p. 27.

Dominio de la tecnología

Si bien, este punto específico de dominio de la tecnología no forma parte del proceso de investigación como uno de los objetivos a observar, durante los días de convivencia con las diferentes familias, fue posible observar que los hijos e hijas de las familias en todos los estratos, sean niños, adolescentes o adultos jóvenes, demuestran un dominio de la tecnología (control remoto, funciones del televisor, computadora, videojuegos, aparatos de sonido, video casetera, etc.) superior en comparación con los adultos (padres y madres de familia) quienes al parecer son menos diestros en el aspecto tecnológico o están menos interesados en hacer un manejo constante de estas herramientas.

En lo que se refiere al género, son los hombres de cualquier edad, ya sean padres o hijos, más que las mujeres, los que se muestran más interesados en manejar la tecnología.

Sería necesario hacer una investigación más profunda sobre las implicaciones que el dominio de la tecnología pudiera tener en el proceso de recepción familiar, así como en el poder al interior de la familia.

Un asunto de familia. Interacción comunicativa familiar

Lo expuesto anteriormente como Estrategias de Recepción no es suficiente para pintar el panorama de lo que ocurre en el seno de la familia al momento de ver la televisión, pues como queda dicho, el presenciar un programa no es una actividad unilateral sino que se trata, como plantea Orozco de «una *interacción* en la que entran en juego múltiples elementos y mediaciones, tanto provenientes del propio sujeto, como de su entorno inmediato y de su contexto social».¹⁹⁹

Entre todo aquello que rodea al sujeto y que lo conforma como tal, se encuentra la familia, la cual mantiene costumbres y métodos de comunicación en su interior que están presentes también al momento de ver televisión y asimismo, antes y después de encender o apagar el aparato.

¹⁹⁹ Orozco Gómez, Guillermo, "No hay una sola manera...", p. 61.

Estas relaciones de comunicación se presentan de maneras diferentes en cada una de las familias. Para efectos de una clasificación que dé orden a los datos obtenidos en este estudio, usaremos las tipificaciones de familias propuestas por Brown y Linne planteadas anteriormente,²⁰⁰ así como las propuestas por Lull²⁰¹ también expuestas antes.

Asimismo, el ambiente familiar, en lo que a comunicación se refiere, puede ser clasificado también como flexible o inflexible, de acuerdo con la libertad o no para expresar opiniones en el interno de las familias. Cuando en esta clasificación se habla de familias inflexibles, se trata de familias en las que las opiniones no son tomadas en cuenta, no son escuchadas, no se promueven o se reprimen. Cuando se habla de familias con una comunicación flexible se trata de familias en las que sí se promueve la expresión libre de opiniones. Esta clasificación no pretende ser una ley, sino más bien registrar tendencias, de forma que la comunicación en el interno de cada familia tiende a ser más flexible o más inflexible, según sea el caso.

La interacción comunicativa familiar está íntimamente ligada con el nivel educativo y cultural de los miembros de las familias. En las familias, cuyos padres tienen un nivel educativo alto, es más probable que promuevan la expresión de opiniones por parte de los hijos(as), mientras que en las familias en las que los padres son analfabetas o tienen estudios máximos de primaria, las opiniones no son promovidas y casi nunca son escuchadas.

El nivel educativo infiere directamente en las expectativas de la familia hacia la televisión, esto es, las familias con un nivel educativo más alto tienden a ser más críticas y más selectivas en sus programas. Esta selección, sin embargo, puede ser de cualquier programa, de cualquier género; esto es, no se encontró en esta investigación una relación suficientemente evidente entre el nivel educativo de las personas y el tipo de programas. La diferencia en la elección podrá estar basada más bien en la diferencia de edades y género de las personas.

En el caso de las familias con nivel educativo bajo, la postura ante la televisión en general es menos selectiva. Aun cuando manifiestan una pos-

²⁰⁰ Orozco Gómez, Guillermo, "Mediaciones familiares...", p. 118.

²⁰¹ Casetti y Di Chio, (1999), *Op. cit.*, p. 221, y Renero, Martha, *Prácticas culturales de mediación...*, p. 9.

tura determinada ante tal o cual género televisivo o actor, es menos frecuente el afán selectivo en este tipo de familias que más bien eligen ver un canal independientemente de los programas que transmita. No hay que olvidar que el nivel educativo bajo coincide de manera repetitiva con el nivel económico bajo, por lo que generalmente estas familias no cuentan con televisión por cable y menos con televisión vía satélite, por lo que las opciones a elegir son más bien reducidas.

De esta forma, no es tanto el estrato económico en sí al que pertenece una familia lo que determina el tipo de familia y de comunicación de que se trata, sino lo que esto trae consigo: nivel educativo generalmente más bajo en las familias de estrato bajo; posibilidades de posesión de tecnología mayores en las familias de estrato alto; espacios más estrechos en unas, más amplios y habitaciones individuales en las otras; actividades sociales fuera de casa, valores familiares, etcétera.

Familias de estrato económico bajo

El tipo de interacción dentro de las familias de clase baja, entrevistadas y observadas en el trabajo de campo, a lo largo de nueve meses, puede ser clasificada de acuerdo con la propuesta de Lull, como *familias socialmente orientadas*, en tanto que dicha interacción está encaminada a promover ciertas normas de comportamiento por medio de una comunicación jerárquica donde los miembros de la familia no intercambian opiniones (o lo hacen sólo en raras ocasiones), ni entablan charlas, sino que predominan los mandatos en donde son los(as) adultos(as) o los hermanos(as) grandes, quienes tienen el poder de “mandar” sobre los(as) más pequeños(as).²⁰²

La comunicación en las familias socialmente orientadas, en tanto educadoras y modeladoras, impulsa al hijo a llevar comportamientos socialmente aceptados, como no intervenir en las conversaciones de los adultos, ser amables, evitar

²⁰² Martha Renero reporta también esta característica y la poca expresión de opiniones por parte de los menores en su estudio realizado con jóvenes en el Distrito Federal, en Renero Quintanar, Martha *La influencia de la televisión en la juventud es algo más que una ideología. Aproximación cualitativa a las comunidades de significación familiar*, Comunicación y Sociedad, (DECS, Universidad de Guadalajara), núm 29, enero-abril, pp 93-117.

problemas con los vecinos, portarse bien frente a la televisión, no hacer desorden, obedecer a las órdenes que se les encomiendan, entre otras cosas.

La expresión de opiniones por parte de los hijos(as) dentro de las conversaciones familiares es escasa, como lo son también las respuestas de parte de los padres a las preguntas que los hijos formulan a propósito de los programas de televisión. Cuando dichas preguntas son respondidas, lo son de manera simple. Si los hijos no formulan preguntas específicas, los comentarios de parte de las madres y padres son también muy esporádicos.

Siguiendo la clasificación de familias de Brown y Linne, las familias entrevistadas de clase baja, pueden ser clasificadas como *familias permisivas* en su relación entre sus miembros y el aparato televisor, en tanto que los criterios para elegir los programas dependen más de la oferta televisiva con que cuentan así como de los horarios en que la familia se encuentra en casa,²⁰³ que de normas claras con relación a los contenidos, aun cuando ciertamente existen restricciones por parte de los padres, sobre todo en los horarios nocturnos.

Por otro lado, cuando se trata del tipo de comunicación encontrado en las familias de este estrato, es una forma de comunicación más inflexible la que predomina. Es necesario recordar que cuando se habla de flexibilidad o inflexibilidad se refiere a la apertura y confianza que existe dentro de la familia para que todos los miembros expresen sus opiniones e inquietudes. En dos de las tres familias de estrato bajo, fue posible observar que dicha libertad para expresar opiniones así como el valor que se otorga en la familia a los comentarios de los hijos es menor que en las otras familias, por lo que se considera que este tipo de comunicación —basado como se dijo anteriormente en órdenes— es un tipo de comunicación más bien inflexible. Con esto no se intenta generalizar como inflexible toda comunicación dentro de las familias de clase baja sólo por ser de este estrato, lo que se trata de reportar es una interacción comunicativa dentro de la familia (que bien pudiera ser de otro nivel económico) que tiene que ver más con las costumbres y valores familiares como el respeto a los mayores —no intervenir en pláticas de adultos por ejemplo— o la obediencia —implícita en la relación de órdenes de padres a hijos— que con la escasez de recursos monetarios.

²⁰³ Ver apartado Estrategias de recepción.

Familias de estrato económico medio

Las familias de este estrato económico son familias orientadas a respetar y promover las opiniones de sus integrantes, lo que las clasifica como familias *concepto-orientadas*, según la clasificación de Lull.

Renero²⁰⁴ reporta que los intercambios comunicativos en este tipo de familias, tal vez están menos centrados en prescripciones cotidianas y en cambio dejan más espacio para el intercambio de expectativas personales acerca de los modos adecuados de ser y comportarse en sociedad. A esto habría que agregar además la expresión de maneras de ver e interpretar, cada quien desde su punto de vista, esa sociedad. Si bien los hijos pueden tener en esta tarea, la guía de sus padres y madres, éstos reconocen en sus hijos a individuos capaces de formarse y defender sus propios criterios respecto a la televisión en particular y a la vida en general, y asimismo defienden su derecho de tener sus propias opiniones.

Las familias de estrato económico medio resultan más *activas*, de acuerdo con la clasificación de Linne y Brown, que las del estrato económico bajo. Esto es, tanto padres como hijos(as) manifiestan abiertamente sus opiniones e intervienen en la televidencia de los demás. En el caso de los padres, éstos explican, desacreditan, alaban, advierten, etcétera sobre los contenidos de los mensajes.

Pero en algunos casos, así como pueden tener características de familias activas, tienen también rasgos de familias *permisivas*: cuando las madres han autorizado a los hijos ver tal o cual barra de programación o bien han externado sus razones para estar de acuerdo o en desacuerdo con algunos programas —ciertas caricaturas, videos musicales, telenovelas, etc.— las madres, y mucho más los padres, dejan de estar pendientes de la televidencia de los hijos y será sólo hasta que las madres identifiquen algo especial en el comportamiento, léxico, juegos, o comentarios directos de sus hijos cuando vuelvan a la televisión y adopten nuevamente un papel activo en el proceso de televidencia.

²⁰⁴ Renero Quintanar, Martha, "La influencia de la televisión en la juventud...", p. 110.

La *preocupación por la cantidad* de televisión que ven los hijos(as) es otra de las características de este estrato social. Las familias de este tipo se manifiestan en contra de que los hijos(as) —mucho más que los padres— pasen gran parte del tiempo frente al televisor y prefieren que realicen otras actividades como salir a pasear, jugar con otras personas, hacer tareas y estudiar, etcétera.

El clasificar a una familia como activa, permisiva o preocupada por el tiempo de exposición a la televisión no es algo que puede ponerse como etiqueta imborrable, ya que las familias, sobre todo de los estratos medio y alto, tienen sus etapas en las que pueden ser de un tipo o de otro; por ejemplo, la familia puede ser represiva cuando los hijos están chicos y controlar toda la programación a la que están expuestos y puede luego, al crecer los hijos, convertirse en una familia activa o permisiva. Es probable que esto ocurra también con la socio y concepto orientación, mientras que los hijos son menores, la familia suele estar más enfocada a las maneras correctas de vivir en sociedad, pero al convertirse en jóvenes, la comunicación de la familia se ve enriquecida con la expresión de opiniones y conceptos, las cuales suelen ser respetadas por los integrantes de la familia.

En el caso de la televisión, los padres de las familias de este estrato se muestran interesados en que sus hijos(as) aprendan a elegir los programas con base en sus propios razonamientos, ya sea que esto tenga que ver con la cantidad de tiempo frente al televisor o la calidad de los mensajes que están dispuestos a recibir.

Entre las familias del estrato económico medio, la relación familiar suele estar basada mayormente en la conversación y exposición de razones, por lo que los regaños de los padres a los hijos se realizan con llamadas de atención o razonamientos y rara vez existen los golpes.

Las relaciones de amistad y compañerismo entre los padres e hijos(as) se encuentran presentes en estas familias, de manera que comparten actividades sociales, charlas y en ocasiones momentos reservados para la convivencia familiar tales como ir a comer juntos o al cine.

Por lo antes expuesto, la comunicación en estas familias es de tipo más bien *flexible*.

La presencia de servidumbre en las familias, constituye en ocasiones otro elemento que interviene en la propia televidencia familiar. Tal es el caso de la familia FJ en la que la hija única ve la televisión casi siempre acompañada de su nana, y es con ella con quien se propician más intercambios de opiniones.

En el caso de las familias con padres separados o divorciados, se presenta el hecho de que los hijos dividan su tiempo entre el padre y la madre y compartan ver televisión con ambos. No obstante, en el caso reportado aquí (FJ) es con la madre con quien se comparte más, lo que puede deberse a que es con ella con quien se vive y al padre sólo se le visita.

Acudir a la casa de los abuelos o los tíos es otra oportunidad de entablar relaciones familiares que traspasan los muros del hogar. El alcance de esta investigación no llega hasta las casas de esos familiares, pero es importante tener en cuenta que allá se presenta también la oportunidad de ver la televisión e intercambiar comentarios.

Familias de estrato económico alto

La comunicación en estas familias es *flexible*, quizá incluso más que en las familias de estrato medio y al igual que en estas últimas tanto padres como hijos tienen la libertad de expresar sus opiniones respecto a todo lo que les rodea, entre ello, claro, los programas y contenidos televisivos.

En general, las opiniones y puntos de vista son respetados y promovidos en el seno familiar. Los hijos en este estrato son educados precisamente para que tengan sus propios pensamientos y más aún, para que los defiendan ante los demás.

Por todo lo anterior las familias de estrato alto pueden ser clasificadas por *concepto-orientadas* según la clasificación de James Lull. Martha Renero²⁰⁵ encuentra que hay una mayor corriente de comunicación entre el jefe de familia con la esposa e hijos, y una mayor facilidad de los hijos para cuestionar abiertamente a sus padres. Además reporta que esta comunicación se desarrolla en un marco de respeto por las actividades mutuas y con el entendido de que los hijos son libres para organizar su tiempo y actividades como

²⁰⁵ *Ibidem*, p. 113.

les plazca. Coincidiendo con Renero y de acuerdo a lo observado durante el trabajo de campo, las familias de este estrato muestran una horizontalidad en la comunicación más marcada que en los otros estratos.

Esta libertad y comunicación horizontal que confiere igualdad de libertades está relacionada con el que algunas familias de este estrato sean más bien *permissivas* en tanto que cada uno de sus integrantes puede elegir los programas y contenidos televisivos que le interesen. A pesar de no restringir los programas que ven los hijos, los padres no dejan de lado el papel rector en tanto que se preocupan por saber qué cosas ven sus hijos y de expresar comentarios reprobatorios cuando desaprobaban los contenidos: “sí me gusta sentarme con ellas y ver qué están mirando, lo están viendo y hacer algún comentario. Claro que igual y les cae bien gordo” (FD). El objetivo de estas prácticas, según los padres es que los hijos elijan libremente, pero con una visión crítica.

Como se expuso anteriormente, el estrato económico no es por sí mismo determinante para la clasificación de familias, así pues entre las familias de estrato alto también es posible encontrar familias *represivas* de acuerdo con la clasificación de Linne y Brown, que a pesar de que defienden también el derecho y libertad de sus miembros, le da mucho más peso en la relación con la televisión a los valores tales como los religiosos, la convivencia familiar y las actividades sociales.

Los miembros de las familias del estrato alto, a pesar de tener más posibilidades tecnológicas, como TV por cable o vía satélite, se manifiestan como poco interesados en la televisión y su tipo de televidencia es casual.²⁰⁶

El grupo familiar

La figura paterna

Estrato bajo

Entre las familias de estrato bajo, el padre es la principal figura de autoridad, una autoridad basada en el poder; es él quien exige silencio y en algunos

²⁰⁶ Ver cuadro No. 3 Tipo de Televidencia por Estrato Económico, y apartado de tipo de televidencia familiar de acuerdo al tipo de estrategia de recepción.

casos hasta infunde temor. Todos los miembros de la familia, incluyendo a la madre reconocen al padre como jefe del hogar que merece respeto y que toma las decisiones importantes y es él quien decide el rumbo que debe tomar su familia.

Algunas veces esta «jefatura» es más autoritaria que otras: el padre puede llegar a decidir qué ver en TV o bien, aceptar y respetar lo que otros ya están viendo.

Estrato medio

En el caso de las familias de estrato medio, la figura paterna suele ser reconocida también como jefe del núcleo familiar, al igual que ocurre en las familias de clase baja.

El padre puede ser tan autoritario o tan flexible como sea su personalidad o como se lo permita el resto de los integrantes. En algunas familias, el poder paterno le otorga el derecho de reservarse para sí los mejores lugares para ver televisión (sala de TV con el aparato más nuevo y grande); los hijos e hijas son quienes siguen en derecho al padre y al último queda la madre de familia, de forma que a ella se le asigna la televisión de la cocina, que suele ser a blanco y negro o de un modelo más viejo que el resto de los televisores. No obstante, en la mayoría de las familias todos los miembros de la casa pueden (en cuanto a derecho) ver el televisor que quieran, pero es cada uno de ellos quien defiende su espacio en el caso de que la televisión se encuentra en un lugar privado como su propia recámara.

El padre convive con los hijos a la hora de ver televisión en mucho menor medida que la madre. En algunas familias, el padre incluso no convive con sus hijos pues prefiere ver sus propios programas en su propia televisión: «por lo general, ellos tienen su televisión, yo tengo prendida aquélla y todavía mi señora tiene acá prendida la otra» (FFP). Esto ocurre al grado de que el padre no sabe a ciencia cierta cuánta televisión ven sus hijos, y confía en que sea la madre la que se encargue de regular tanto tiempos como contenidos a los que están expuestos los hijos.

De esta forma, es posible asegurar que el hecho de que una familia sea activa en su forma de recepción de la televisión, se muestre preocupada por el tiempo de exposición, sea permisiva o bien represiva, es más bien por me-

diación de la madre, mucho más que por el padre. No se puede negar a éste su participación en determinar lo que quiere para su familia así como los lineamientos y políticas para conseguirlo, pero son las madres, al estar más en contacto diario con sus hijos y la televisión, las que llevan la batuta de la televidencia en la familia: son ellas las que determinan, permiten, prohíben o comparten los tiempos de exposición, los programas y los contenidos, lo mismo que son ellas quienes reciben con más frecuencia los comentarios que los hijos hacen respecto a lo que ven en televisión.

Estrato alto

La posición como jefe de la familia, también en este estrato, es conferida al padre; es él quien lleva los negocios principales, ya sea por su empresa o su trabajo profesional; también es él quien otorga los permisos a los hijos para determinadas actividades. Al momento de ver televisión, también en este estrato es él quien tiene, hasta cierto grado, un mayor poder de decisión respecto a la elección de los programas.

La madre como eje de la familia

Estrato bajo

Dentro de los hogares del estrato económico bajo, la madre es el eje en torno al cual gira la familia. Ella está a cargo, cuida, consiente y pone en orden el rumbo familiar. La madre también ejerce su autoridad tanto en forma de órdenes y amenazas como a través del diálogo con los hijos; es decir, la autoridad materna está fundamentada tanto en el autoritarismo como en la compañía y complicidad dentro del hogar con el resto de la familia. Es a la mamá a quien los(as) hijo(as) se dirigen con más confianza. A pesar de que las madres de familia son las que más conviven con sus hijos a la hora de ver televisión, durante las observaciones fue posible detectar que el diálogo está más presente entre madres e hijas que entre madres e hijos.

Entre los miembros de estas familias, la mayoría de las charlas entre mayores y menores están en buena parte basadas en preguntas y respuestas, mientras que entre marido y esposa sí hay una comunicación más fluida y horizontal.

No obstante, la madre de familia tiene poder sobre sus hijos(as) y es ella quien da el permiso de ver o no televisión dependiendo del comportamiento

de los hijos(as); ella misma está sometida al poder de los hijos al decidir qué programa será visto en la televisión. En muchos de los casos son los propios menores quienes eligen el programa y la hora en que será vista la tele y las madres sólo se acoplan a estas decisiones: «yo veo lo que ellos ven.» (FSM)

El “amor de madre” para las mujeres del estrato económico bajo es esencial para que los hijos vayan por buen camino y, en general, para el buen funcionamiento de la familia. Desde la casa, la comunicación de la madre con los hijos le permite a ésta saber en qué andan sus hijos y ella siente que de esta forma puede cuidarlos.

La comunicación entre la madre y los hijos es estrecha: la madre de la familia FC recuerda uno de los programas de *Cosas de la Vida*, en donde se mostró un caso en que el padrastro golpeaba a los hijos y la mamá no lo sabía. Ella dice que sus hijos lo estaban viendo y que enseguida dijeron que si a ellos los golpearan, sí irían con el chisme y se lo contarían a su mamá.

En este estrato, el género es un factor muy importante en la interacción familiar en tanto que determina roles y posiciones en el interior de la familia: la madre se comunica principalmente con las hijas, el padre se reserva el derecho de hablar con los hijos respecto a “temas de hombres” (como el caso del contenido sexual, que se verá más adelante). Pero también una de las principales reglas familiares es el respeto y mantenimiento de estos roles dependientes del género. La familia FS confía en que sus hijos adolescentes pueden cuidar de su hija bebé porque saben que ellos no intentarán cambiarle el pañal —lo que significaría interactuar directamente con la sexualidad de la niña— sino que en caso de necesitar cambiarla, la llevarán con la vecina para que sea ella la que haga esa labor. Por su parte, el padre de la familia FP nunca cuida de los hijos “ni que fuera mujer”. (FPP)

Estrato medio

En las familias de clase media, tal como ocurre en las de nivel económico bajo, es la madre mucho más que el padre, quien está involucrada en la televidencia de sus hijos, tanto al momento de ver la televisión como antes y después de que esto suceda. Sobre todo en familias con niños menores de edad, la madre ejerce poder sobre los programas que permite o no que sus hijos vean en la televisión.

La elección de programas como convenientes o inconvenientes para el hijo o la hija, tiene mucho que ver con sus edades y los valores que se quieren para ellos. Para autorizar o prohibir algún programa (cuando la familia no es del todo permisiva) la madre de familia ve los programas que a los hijos les interesan. Esto puede ser antes de que los hijos acostumbren verlos o bien cuando ella se da cuenta de que ese programa les emociona.

Mira, ellos sí los eligen, pero, cuando yo veo que están muy alborotados con algo, entonces sí yo voy y me siento con ellos a ver: "ay, esto está muy feo"... y a veces hasta los comerciales, por eso también me gusta ponerle en las caricaturas, porque veo: «¿Eso ven mis hijos?» "no, eso no lo vean, niños"... Y por ejemplo, esa novela de *Carita de Ángel*, y también dije, "pues, nomás, el primer capítulo que vea yo que no me guste, lo dejan de ver".

O bien, la madre, ante programas que le disgustan realiza comentarios "moralizantes" o trata de "inducir" a su hija respecto a qué pensar de los contenidos de los programas.

... lo que sí es yo le digo "es que no me gusta que estés viendo eso, yo preferiría que le apagaras" /.../ Es así como trato de inducirla, y ¡poco a poquito!, le digo por qué no me parecen buenos los programas esos de *Dragon Ball* y *Ranma* y *medio*. ¡Y le digo por qué no me gustan! ¿No? Por ejemplo: "Eso son mentiras, no puede ser que una persona tenga dos sexos, o es hombre o es mujer", digo "¿No te parece una tontería? ¿Cómo es posible que quieras ver eso?, ¿no te da guácala ver eso? Mejor ve otra cosa más divertida. Yo no le encuentro chiste".

Trato de inducirla. Más bien no de inducirla, de que ella se convenza de lo que está viendo. (FJM)

El papel de la madre de familia como rectora de la televidencia de los hijos varía a lo largo de la vida de éstos, pues suele ser más decisiva la presencia materna en la infancia que cuando los hijos crecen. Cuando esto sucede, los padres suelen dar más autonomía a los hijos para ver lo que ellos quieren. Esto no quiere decir que las madres se desentiendan por completo de lo que sus hijos e hijas ven en la televisión y en otros medios como revistas o cine.

Son las madres quienes en las familias de estrato medio se muestran más preocupadas por reservar momentos especiales para la comunicación entre la familia. En tales momentos, las madres procuran que el televisor no inter-

fiera con la comunicación, aun cuando este aparato se encuentre encendido. En ocasiones, la atención exclusiva a la televisión provoca que tanto hijos(as) como esposo no atiendan a los llamados de las madres, aun cuando ellas se encuentren en el mismo recinto que el marido e hijos.

Es principalmente a la hora de la comida, cuando las madres buscan charlar con sus hijos(as) y esposos sobre aquello que ocurrió en sus trabajos y escuela, entre otros temas.

Otro momento en que la madre de familia convive con los hijos, más que el padre, es durante el momento de hacer la tarea. Ya sea que los hijos(as) sean pequeños o universitarios, la madre es quien está al pendiente de que sus hijos hagan sus deberes escolares, que estudien y que la televisión no interfiera con esto. Es precisamente, el tiempo de hacer la tarea cuando se da la convivencia más frecuente entre madres e hijos(as).

Las madres no siempre tienen la oportunidad de decidir cuál es el programa que ellas desean ver cuando están en compañía de otros miembros de la familia. La madre de la familia FF reflexiona en que las madres, al dedicarse siempre a los demás, llegan a olvidar qué es lo que a ellas les gusta ver en la TV.

El otro día estaba platicando eso con mi vecina y dice: a ver dime ¿qué te gusta comer?, ¿qué programa te gusta? Digo: no, yo no me acuerdo, y dice: ¿verdad que te roban la identidad?, le digo: pues, yo creo que sí. A la hora de cocinar, ¿qué cocinas?, te pones a pensar lo que le gusta a fulanita y ya sabes qué no le gusta al otro. Entonces, ya te pones a hacer tu comida para todos y así se te olvida qué te gusta a ti. Si voy a rentar películas, me gustan más las románticas, las que traen un mensaje o así, pero, ahorita pues no son las que puedo ver porque a mi esposo no son las que le gustan... Igual voy y las veo en el videoclub y digo ¡ay, que bonita! muy bien, me llevo la de acción por favor... (FFM)

Estrato alto

La madre de familia del estrato alto comparte características con el estrato medio, al ser quien se encuentra más cerca de los(as) hijos(as) sobre todo cuando éstos son pequeños, pero aun cuando son mayores está más directamente involucrada con lo que ellos(as) ven en la televisión. No juega un papel de proveedora de la misma manera como lo hace la madre del estrato

bajo, pues suele apoyarse en la servidumbre para las labores hogareñas, sin embargo sí es la encargada del hogar.

La madre participa también de los negocios de la familia, en algunos casos es ella quien los administra cuando el esposo, por algún motivo no se encuentra. En otros casos, la madre tiene sus propios negocios.

Como en el estrato medio, en las clases altas la relación entre las madres y los hijos está basada en la confianza, como se dijo antes, la comunicación en el seno familiar fluye de una forma más horizontal. En ciertos casos, como la familia FD la relación de confianza crea un ambiente de amistad entre madre e hijas de manera que pueden conversar de amigos, novios, maquillaje, negocios, etc. Esta confianza permite en los hijos de la clase alta, comportamientos que serían inaceptables en familias de otros estratos, tales como gritarle a los padres.

En el estrato económico alto, madres e hijos —sobre todo hijas— comparten también actividades sociales que realizan juntas, acciones de beneficencia, juegos en el hogar, entre otras cosas.

La madre, en este estrato, no está tan supeditada a la voluntad de los hijos como en los estratos anteriores. Así como se promueve la libertad de ellos para defender sus opiniones, también la madre tiene ese mismo derecho sobre sus opiniones, sus actividades, su propia agenda. En este mismo sentido, la madre de familia tiene más poder que las de otros estratos, y es posible que tenga su propia televisión o bien que tenga el derecho de usar para ella sola la mejor televisión, aunque sea en un horario determinado.

Dos papeles: hijos y hermanos

Estrato bajo

Los hijos(as) desempeñan en el seno familiar dos papeles: son precisamente eso: hijos e hijas, pero también son hermanos y hermanas, y esto tiene que ver con su comportamiento con los demás miembros de la familia. En las familias de clase baja son los hijos quienes juegan el rol de iniciadores de la comunicación al momento de ver la televisión, muchas de las veces son ellos los que preguntan, los que hacen los comentarios respecto a lo que ocurre en la pantalla. A ellos(as) no les está permitido participar en las pláticas entre mayores (padre y madre, o parientes grandes como tíos, abuelos, etcétera).

Por su parte, como hermanos mantienen una relación de amistad entre sí, sobre todo aquéllos cuyas edades son similares, con quienes juegan regularmente al mismo tiempo que ven la tele. El hermano o hermana mayor tiene la responsabilidad de cuidar a los más pequeños cuando los padres no están: preparar la comida, no permitir que se salgan a la calle, entre otras responsabilidades de la casa como comprar agua para beber, o atender a las visitas y acudir a la puerta cuando alguien llama. Los hijos mayores de las familias observadas, sean hijas o hijos, están más ligados a la madre, ya sea al momento de ver la tele o al tiempo de conversar sobre los contenidos de la televisión o de su vida personal.

Pero las hijas e hijos no sólo juegan, también tienen discusiones en donde aquellos(as) hermanos(as) que tienen el poder, hacen enojar a sus hermanos(as) que no lo tienen —generalmente menores— con cualquier pretexto: bien puede ser con un juguete o con palabras que disgustan al otro, o con contacto físico, etcétera.

En este mismo sentido, otra forma de comunicación presente al ver la televisión es el hacer burlas a uno de los integrantes de la familia a causa de algún programa o alguna reacción provocada por la televisión. Por ejemplo el llorar ante una escena específica de una telenovela.

Sí, yo también. Me dice «¡uh! ya estás llorando, ¡hasta parece que eres la de la novela!» Pero pos' ¿a poco no llora uno? Si está uno, siente uno, sí es sentimiento. Sí, también mi hijo llora cuando ve una novela así... nomás que también, a veces mi nuera le dice mmh, ¡tú quieres llorar! (FPM)

Las bromas entre los hermanos así como entre hijos y padres forman parte de la interacción comunicativa de estas familias de estrato bajo, la cual a pesar de estar basada en órdenes y regaños, más que un ambiente hostil en el seno familiar, promueve entre los hijos cierta rebeldía en la que ya no importa qué tanto grite o amenace la madre de familia, los hijos pueden bromear en el mismo momento de los regaños.

A pesar de ver los programas juntos, los hijos no siempre conocen la opinión que sus padres tienen respecto a los programas que ellos ven, esto habla de que los padres no siempre la expresan a sus hijos, de manera que la poca expresión de opiniones de las familias socialmente orientadas no es sólo por parte de los hijos sino también de los padres.

Estrato medio y alto

En el estrato medio, las casas suelen ser más amplias; sin embargo hay familias en las que los hijos comparten habitación. En el estrato alto, regularmente cada uno de los hijos cuenta con su propia habitación. Algunos de ellos cuentan con televisión en su cuarto mientras que otros han sido privados de ella por razones tales como: la televisión evita la convivencia, o bien, la televisión provoca menor rendimiento escolar (razones que serán abordadas más adelante en el apartado de valores).

Son los(as) hermanos(as) mayores o en su defecto los hermanos varones quienes tienen el control de la televisión.²⁰⁷ Esto indica que son precisamente ellos los que ejercen el poder en su relación con los hermanos menores. Muchas veces son ellos los responsables del canal o programa que se elige ver en forma compartida entre los hermanos cuando el gusto entre ambos difiere. El hermano(a) mayor suele ignorar, hacer oídos sordos de la crítica de sus hermanos. El hermano(a) con menos poder (puede ser el menor) recurre a pedir auxilio a su madre, la cual interviene en su favor.

El poder sobre la televisión no suele ser el único que detentan los hermanos varones o hermanos(as) mayores, ya que suelen tener control también sobre otros aparatos y lugares de la casa, como puede ser la computadora, sus recámaras, etc. Esto se presenta con menor medida en las clases altas, sobre todo cuando los hijos son mayores de edad dado que existe una mayor equidad en cuanto a poder entre los hijos e hijas, quienes conviven menos entre sí que los del estrato medio, por las diversas actividades de cada uno. Además, en el estrato alto, mucho más que en el medio, tanto madre como padre comparten con los hijos el dominio de la tecnología como el internet.

Los hijos varones son los menos proclives a conversar con los demás miembros de la familia al momento de ver televisión, mientras que son las mujeres quienes más hablan frente a la pantalla.

En las familias de clase media y alta, cuando cada quien tiene su televisor en su recámara, la decisión acerca de qué ver en TV es individual, cada uno decide lo que quiere ver y cuándo.

²⁰⁷ Ver cuadro No. 4 Posesión del control remoto.

Las imposiciones paternas, así como sus opiniones, no siempre son comprendidas por los hijos. En ocasiones, los propios padres no proporcionan argumentos capaces de convencer a los hijos de ciertas decisiones, como la prohibición a los menores de ver telenovelas, cuando la propia madre sí las ve.

Distinto a lo que ocurre en la clase social baja, en estos estratos medio y alto los hijos tienen la libertad de expresar sus opiniones respecto a los programas de televisión, incluso tienen la libertad —y de hecho lo hacen— de cuestionar las decisiones paternas respecto a la televisión, no importa si tienen diez, dieciocho o más años de edad:

No, es que yo no entiendo, ellos dicen: «No, no, está mal ver la televisión a la hora de la comida, esa hora sí se puede convivir», pero ellos sí ven la tele. Nunca hemos comprendido eso. (FFH1).

En la decisión de los programas, los hijos muchas veces sopesan los comentarios paternos y sus propios gustos en una balanza que les permite tomar una decisión. Para esto es necesario que los padres expongan las razones por las cuales no están de acuerdo en que sus hijos vean ciertos contenidos en la televisión. Dichas razones pueden ir desde el “ese programa no es apto para tu edad” hasta comentarios moralistas que ponen en evidencia los asuntos que no gustan a los padres y su postura ante esos asuntos así como la manera deseable de comportamiento o pensamiento de sus hijos en comparación con lo expuesto en la televisión.

Ante estas razones, los hijos pueden entonces elegir un programa, a menos que no haya razones sino órdenes concretas en contra de algún programa específico:

Y si tu mami te dice: No, ¿sabes qué?, esa caricatura mejor no la veas, ¿ustedes qué hacen?
No, o sea, si no nos lo ordena, pero a nosotros nos gusta, le pensamos en lo que nos dijo que estaba mal y si nos vuelve a... así algo que estemos viendo, veamos así malo, pues lo dejamos de ver.

Los hijos(as), incluso los pequeños, son también consejeros de sus padres. Ellos pueden decir si un programa es adecuado o no para que los padres lo vean, si están de acuerdo o no con los contenidos y hasta tienen la libertad de regañar a sus padres por lo que ven, o por lo que hacen cuando ven la televisión. Un ejemplo de esto es la madre de la familia FM quien habla a los

personajes de la televisión y sus hijas la regañan por eso: «Ay mamá, ni que te fueran a oír».

En las familias de estrato medio, al igual que ocurre en el estrato bajo, las hermanas mayores toman también ciertos roles maternos como ayudar a sus hermanos(as) menores con la tarea o bien, cuidar que aquello que ven en la televisión sea “adecuado” o no para su edad. (FG)

Los valores expresados por la familia como elemento decisivo sobre la televisión y las relaciones familiares

Estrato bajo

Entre las familias, existen valores expresados por los padres que rigen el comportamiento y la relación de la familia en torno a la televisión. El respeto, la libertad, el buen comportamiento, son algunos de estos valores; con base en ellos los padres de las familias de estrato bajo pueden prohibir o permitir a los hijos ver determinados contenidos.

La prohibición puede llegar sin razonamiento con los hijos, sin la exposición de argumentos, llega sola y determinante: «Porque no».

Investigadora: Los Simpson, ése no le gusta a tu papá que lo vean, ¿cuál otro?

FSH1: Sí los veíamos, pero ya no.

Investigadora: Y, ¿por qué? ¿Les dice por qué o nomás les dice no?

FSH1: Nomás, no nos quiso decir por qué ¿verdad, tú?

FSH3N: ¡A mí sí me dijo!

Investigadora: ¿Por qué te dijo?

FSH3: ¿Eh? Porque no le gustaba verlos.

FSH1: Si sí los veía también nomás que fue una vez mi tío, que estaba yo viéndolos y se me olvidó apagar la tele y salí, me salí a cenar, estaba acá en el cuarto y me salí, y se me olvidó apagar la tele y... como a veces pasaban encuerados y, o, así, que agarraban pistolas... Yo pienso que por eso...

La prohibición principal en cuanto a la televisión gira en torno a la clasificación de los programas. Los hijos menores no deben ver programas clasificados para adultos ya que éstos contienen información sobre todo de tipo sexual que los padres no consideran apropiada para la edad de sus hijos. La información

sexual es un tema de conversación que los padres tienen reservado para cuando sea el momento, un tema que tocará a los padres hablarlo con los hijos varones y a las madres explicarlo a las hijas.

No, no, no lo deben ver ellos. Se lo vamos a platicar, se lo vamos a decir, pero a su debido tiempo, ¿sí?, pero son unos niños todavía. Más que nada yo me voy a ver en la tarea, verdad, como hombre, a darles a saber, lo que es bueno o qué es malo en la vida, pero a su debido tiempo, según su medida de edad, ¿verdad? que vayan avanzando. Por ejemplo, el niño mayor que tiene trece años, a la mejor unos idos años o año y medio!, como la vida está muy avanzada ya ahorita, muy elevada, pues sí, ya va a ser necesario irle platicando, ¿verdad?, irle platicando, pues los problemas que pueden suceder, ora ya ve que les empiezan a hablar las muchachas, o ellos empiezan a fijarse en una muchacha. Entonces evitarles verdad, y más que nada, que haya confianza entre él conmigo, y yo con él, ¿verdad?

Por decirle: ¿por qué no? pueden ir al parque, o pueden ir a dar la vuelta, pero con consentimiento de uno. ¿Por qué? Porque uno ya pasó por ahí, uno también ya tuvo su infancia, uno también tuvo toda su adolescencia, por eso, uno ya pasó por ahí, entonces, ¿por qué le va uno a impedir a los hijos? ¿verdad?

Pero sí protegerlos, que se vayan por una vía correcta ¿verdad?, que se vayan bien ¿verdad? Porque imagínese, se van a la escuela y se van a escondidas con la novia, se van pa' otro lado, los agarra la policía, o sea la preventiva, los agarra, los encierra y uno ni cuenta que se volvió a dar.

Pero si ya van con su permiso de uno, pues ya lo que va uno a decir: "Yo le di permiso, es mi hijo, a ver qué problemas cometió, en qué los puedo ayudar" ¿verdad? más que nada, defenderlos. (FCP)

A pesar de esta preocupación, ante una escena de violación en una telenovela que toda la familia ve, los padres prefieren sonreír y hacer un comentario que les libraría de las preguntas y las explicaciones: "¡Sabe qué están haciendo!" (FSP)

La violencia y el sexo en los programas televisivos son los motivos principales para que las madres de familia restrinjan a sus hijos el tiempo de ver televisión o no les permitan ver los programas que consideran dañinos para sus hijos.

Al prohibirles ver determinados contenidos a sus hijos los padres de familia del estrato bajo toman dos posturas: Una de ellas, la postura autoritaria es mandar a sus hijos a otro lado, como ocurre con los programas y películas «de adultos». La otra postura es que ellos mismos, los padres, no vean tampoco aquello que no quieren que sus hijos vean:

Porque tienen mucha violencia, ¿no? En sí, todo tiene violencia ¿no? Las telenovelas tienen violencia, o sea todo, nada más trato de que no lo vean de seguido ¿sí? Y yo también no me meto mucho porque de qué sirve que yo se los evite si ellos también van a estar ahí, ¿verdad? Entonces es un poquito para allá y un poquito para acá. Si yo estoy aquí y por, por desgracia salió un programa... le cambiamos. "Hijos no hay nada bueno, mejor apágúenle". Eso es lo que hacemos normalmente: "mejor cámbienle, o a ver si hay algo bueno, si no, pues le apagamos ¿no hijos". Y ya, es lo que hacemos a veces. Sí, porque se supone que estamos tratando de ir pa' arriba y si siempre vamos a ir pa' abajo, pues no. (FCM)

La preocupación por los contenidos sexuales no es expresada por la familia FP que es la que cuenta con un nivel educativo más bajo y pertenece a una zona conurbada de la ciudad. La madre de esta familia prefiere guardar silencio ante su hija menor cuando hay una escena con contenido sexual.

La libertad es otro de los valores promovidos dentro de la familia, es una libertad que se hace evidente en la elección de un programa de televisión, pero también es deseada y expresada por los padres cuando hablan de que sus hijos podrán elegir el rumbo que deberá tomar su vida, sin imposiciones siempre y cuando "uno no tenga que arrepentirse de ellos" (FSP). No obstante esta libertad está sujeta a las normas familiares impuestas por el poder paterno, normas que consideran que los hijos no deben estar en la calle a determinadas horas o, como se dijo antes, que no deben ver tal o cual programa.

Los hijos tienen, como se ha dicho, la libertad de elegir los programas a ver, pero al haber sólo una televisión es necesario establecer una negociación cuando no todos los hijos e hijas quieren ver lo mismo y esto puede llegar a generar discusiones en las que constantemente interviene la madre para mediar entre sus hijos.

La situación y la negociación es diferente cuando se trata de los padres; en este caso, los hijos tienen también la libertad de decidir si continúan viendo en la TV lo que los padres quieren ver, pero no tienen el derecho de reclamar o solicitar la televisión para ellos cuando es el momento de los padres, sólo hay dos opciones: quedarse o irse del lugar de la televisión.

Si bien las familias de estrato bajo son familias permisivas, está presente la preocupación por el tiempo de exposición sobre todo de los hijos a la televisión, excepto en la familia FP.

Supongo que hay mucho y a veces uno mismo ni lo hace, mira, hay mucho qué hacer, mucho. Por ejemplo, permitirles verla a una hora nada más, a un tiempo. Este... pero hay veces que uno por lo mismo que, ni los sacamos a diario, no los sacamos a pasear ni nada de eso, pues los deja uno otro rato que vean la televisión, como entretenimiento, pero en vez de entretenimiento... uno piensa que es para que se entretengan, iles está uno causando más mal! (FCM)

Estrato medio y alto

La convivencia familiar es uno de los valores más promovidos y buscados por las familias de estos estratos. Dicha convivencia es entendida como una oportunidad de estar juntos, de conversar, de conocer lo que les ocurre a unos y otros integrantes de las familias. Esta convivencia permite, según las madres y padres la unidad familiar, así como el cuidado de los hijos al saber las situaciones cotidianas a las que se enfrentan en la escuela y/o el trabajo.

La familia "aparta" la hora de la comida como espacio de convivencia, entre sus miembros en la que la televisión es una intrusa que obstaculiza la comunicación familiar. Tanto madres como padres pugnan porque no haya televisor encendido en la cocina o comedor a la hora de comer.

En las familias de estrato económico alto, existe una relación más estrecha con la tecnología como *nintendo*, computadora, etc. Esta tecnología, como la televisión, es para los padres un elemento que estorba la comunicación familiar, de manera que los mayores intentan como algo deseable que los hijos dejen los juegos electrónicos y digitales, y prefieren que las relaciones sean personales, por ejemplo preferir los juegos tradicionales.

La televisión fuera de las recámaras, para algunas familias es lo deseable (aunque en la práctica sí tengan televisión en las habitaciones) pues sostienen que ésta es un elemento que puede interferir en la comunicación entre aquellos que comparten la recámara o bien, ser determinantes en el bajo rendimiento escolar de los hijos, al preferir éstos ver televisión que concentrarse en sus actividades. Así pues, la televisión se contra-pone en la percepción de la mayoría de las familias observadas al valor de la unión familiar, lo que se resume en esta frase expresada con frecuencia durante las entrevistas: «Si no hubiese televisión, la familia estaría más unida».

Hablar de convivencia familiar incluye como deseo también, sobre todo de las madres, que la familia reunida vea la televisión, sin embargo, desde el punto de vista de los hijos, la diferencia de edades y gustos hace imposible cumplir con este deseo de los padres. Como queda dicho en el apartado de estrategias de recepción, solamente en casos especiales la familia se reúne sin falta a una hora determinada para ver TV, estos casos han sido algunas telenovelas, como *Cuna de Lobos* y *Mirada de Mujer*.²⁰⁸

Más allá de convivir frente a la televisión con toda la familia junta, hay también padres y madres que expresan su deseo de apagar la televisión para escuchar a los hijos cuando éstos tienen algo que platicar.

Para algunos padres la convivencia es más posible cuando los hijos son pequeños, pues cuando los hijos crecen, las oportunidades de convivir disminuyen.

Otro de los valores principales promovidos por las familias de estos estratos es el respeto que va de la mano de la libertad. Los padres reiteran que aunque no les guste lo que sus hijos vean, no tienen el derecho de llegar y cambiar o apagar la televisión, sino que siempre es preferible hablar con razones en lugar de imponer decisiones.²⁰⁹ En este respeto, está incluida también la preocupación por no prohibir programas a los hijos si esto representa alejarlos de la relación social con otras personas, ya que la televisión proporciona a los hijos temas de conversación en sus escuelas. Además consideran que el prohibir un programa genera en los hijos más tentación de verlo: "Si no quieren que lo veamos por algo será..." (FRM).

En lo que se refiere al respeto, todos los miembros de la familia tienen derecho a elegir qué ver en televisión, si le quieren cambiar o no, pero es quien tiene el control, el que toma la decisión final. Así se fomenta el respeto por la libre elección y de forma deseable cada quién tendría igualdad de decisión. Sin embargo no es así, sino que se trata regularmente de una lucha de poder entre los integrantes de la familia. Lucha aceptada y tolerada por los padres, que pueden ser o no los que detecten el poder. Un ejemplo es el caso de la madre de la familia FU, de estrato medio-bajo quien expresa su deseo de apagar la televisión en algunos programas que gustan a sus hijos, pero no puede hacerlo porque no es ella quien tiene el poder sobre la TV.

²⁰⁸ A pesar de ser las telenovelas uno de los programas más reprobados por los padres.

²⁰⁹ Sin embargo estas imposiciones sí llegan a darse.

El valor de cumplir con las actividades escolares es otro de los promovidos en el seno de las familias de estrato medio y que tiene relación directa con la televisión puesto que, de acuerdo con las madres, la televisión puede intervenir en este cumplimiento. Esta creencia es retomada por hijos y padres de manera que se negocia en el seno familiar el ver televisión a cambio de cumplir con las tareas escolares.

En la preocupación por el tiempo de exposición a la televisión tiene que ver el rendimiento escolar: a menor rendimiento hay un mayor control hacia la televisión, pero si los hijos muestran buenas calificaciones, entonces la preocupación materna por el tiempo de exposición será menor.

El que los hijos puedan realizar otras actividades mejores que ver televisión es también un valor promovido por las familias de los estratos medio y alto, de manera que los hijos acuden a cursos especiales, actividades deportivas, se inscriben en actividades de beneficencia o tienen compromisos sociales. Se trata sobre todo de las familias de estrato económico medio-alto y alto.

Sin duda los valores religiosos, así como las creencias de lo que es correcto o no (como la violencia) son determinantes también para que los padres permitan o no a los hijos ver determinados programas en el caso de las familias represivas; o bien, que discutan entre sí acerca de estos temas en el caso de las audiencias más activas.

La televisión y la comunicación familiar

La televisión es un elemento que interrumpe, provoca y organiza la comunicación en la familia. En el caso de la atención exclusiva a la TV, cuando algún miembro de la familia no responde ni atiende a nadie por estar concentrado en la TV, esto puede ser catalogado como una interrupción al flujo de comunicación familiar.

La televisión promueve la comunicación en la familia en tanto que propicia temas de conversación y brinda el espacio y el momento para conversar, como ocurre con el programa de *Cosas de la Vida* para el hijo mayor de la familia FC en donde «tratan temas que yo y mi mamá hablamos bien y, pos' como que hay más comunicación como que ella y yo nos enlazamos más, platicando así sobre temas».

Estos temas proporcionados por la televisión como algo sobre qué platicar en familia, no necesariamente se abordan sólo al momento de ver televisión, sino que se traen a colación también en otros momentos incluso cuando la televisión está apagada.

La televisión tiene cierta regencia en la interacción comunicativa familiar, en tanto que marca los tiempos permitidos para conversar: no durante los programas, sí durante los comerciales. Además puede ser una intrusa en el flujo comunicativo familiar, no en forma de elemento obstaculizante, sino en cuanto a los temas de comunicación entre padres e hijos. Como se vio antes, los padres restringen la visión de algunos programas «para adultos» porque no quieren que sea la televisión quien dé información a sus hijos antes que sean los padres quienes hablen de esto (sexo sobre todo) con los menores.

Asimismo, dentro de la interacción comunicativa familiar juegan un papel importante los comentarios expresados utilizando en ellos frases hechas tomadas de los programas de la televisión tales como “es que no me tienen paciencia.”

Estrato bajo

En las familias de estrato económico bajo, la comunicación suele girar en torno a los visto en televisión,²¹⁰ de manera que, por lo menos en el momento de ver TV ésta juega un papel importante en la interacción en tanto que trae a colación temas a discutir y promueve reacciones como el juego, las bromas, los cariños, etcétera.

Por otra parte, lo que se ve en televisión depende muchas veces de con quién se ve. Esto es la interacción con unos y otros miembros de la familia influye en la elección de los contenidos a ver en la pantalla:

«...si estamos, por decir, si estoy solo o estoy con mi señora, algo que sea de acción y si estamos con la familia, o sea con los niños, un poquito más, más tranquilos: que se diviertan ellos y nos divertimos nosotros.» (FCP)

La televisión es además una herramienta para el poder de los padres, al menos en este estrato económico, porque por medio de ella es posible ame-

²¹⁰ Ver cuadro No. 2 Tipo comentarios en el seno familiar.

nazar a los hijos con el objetivo de que guarden silencio: “¿Estás oyendo la novela o qué? Ya no te voy a dejar ver ni oír la novela, ¿eh?”

Sin duda hay mucho implícito en la relación familiar al momento de ver televisión, tanto que es difícil intuirlo tras unos cuantos días de observación. Sin embargo, una de las cosas que sí están evidentes en las entrevistas y trabajo de campo son algunas órdenes implícitas que demuestran el poder paterno sobre los hijos. El hecho de decir: «Este programa es para adultos» lleva de forma implícita la prohibición a ver el programa, esto es, la orden autoritaria para evitar verlo, por lo que deberán los hijos subordinados a la autoridad de los padres cambiar el canal o irse a la cama a dormir.

La interacción familiar no se presenta sólo en forma de comentarios frente al televisor, sino también como contacto físico (abrazos madre-hijos, golpes entre hermanos, juegos de los padres con sus bebés, etc.). Esto forma parte y es expresión de la comunicación familiar. La convivencia padres e hijos es para la familia FC la base del respeto, y es éste el valor primordial para que la familia funcione.

La unión, la comunicación. Si no hay comunicación, entonces yo pienso que no hay respeto más que nada. La comunicación, la convivencia, convivir con los niños, convivir con la esposa, ¡hasta con el vecino por qué no! (FCP).

En este mismo sentido, es importante hacer sentir a la familia que tienen compañía y esto se demuestra al momento de ver TV: «Me siento un ratito pa' acompañarlos a ellos también, que se sientan que hay compañía, también.» (FCP)

Estrato medio y alto

En las familias de la clase media y alta la televidencia no siempre es compartida,²¹¹ sin embargo padres e hijos(as), llevan la televisión a las conversaciones cotidianas, desde el hijo pequeño que corre hasta donde está su madre para decirle lo que está viendo en su programa favorito, hasta los hijos universitarios que recomiendan ver tal o cual película que transmitirán en la programación de fin de semana. A partir de la televisión, surgen

²¹¹ Ver cuadro No. 3, Tipos de televidencia por estrato económico.

preguntas que las hijas(os) formulan a sus padres y madres (y viceversa), durante el momento de ver los programas o bien tiempo después, cuando la televisión está ya apagada.

No obstante, cuando dos o más miembros de la familia ven la televisión juntos, las conversaciones, si las hay, no se basan de forma tan predominante en preguntas y generalmente, cuando éstas se formulan sí encuentran respuestas y explicaciones.

Existen familias en las que se exige silencio, pues platicar durante el horario de ver televisión es equivalente a interrumpir el hecho mismo de ver televisión, otras familias, como la FM, requieren de la televisión para conversar.

En los casos en que cada elemento de la familia cuenta con su propio espacio bien definido y quizá con una televisión en su habitación, la conversación entre un miembro de la familia y otro, mientras ven televisión, puede no presentarse cara a cara, sino de recámara a recámara.

Por otro lado, al igual que entre los integrantes de las familias de estrato bajo, en las familias de estrato medio y alto también conversan más mujeres con mujeres, ya sea hermanas con hermanas o madre con sus hijas, y son los varones los que hablan menos al momento de ver televisión. En esto queda incluido el padre de familia quien establece mucho menos contacto con sus hijos:

Yo esto lo comento mucho con mi esposa. Y ella también, o sea lo que yo estoy viendo, ella se complementa de lo que está viendo. Le digo, "oye gorda, será cierto o no será cierto. Oye, tú cómo ves, tú qué piensas?", O sea, con mi esposa es con la que comparto más eso. Con los muchachos, pues los muchachos nomás me dan cuerno o no están. (FMP)

En el estrato medio, las reacciones entre padres e hijos ante las escenas de amor y de cama, frecuentes en telenovelas y películas están relacionadas estrechamente con el tipo de familia de que se trate. Así, por ejemplo, las familias activas tienden a incluir alguna explicación cuando los padres consideran que es necesario y cuando los hijos preguntan. Por su parte es más probable que las familias preocupadas por los contenidos y el tiempo de exposición apaguen la televisión o se retiren del lugar.

Fíjate, por ejemplo, mi hija la más grande se quedaba hasta más noche, y recuerdo una vez que estábamos viendo una película y yo dije «yo de plano no soporto ver eso» y me salí. Me daba pena con ella, estar viendo eso, y a la vez como que no me animaba a decirle a mi esposo: «Cámbiale no, delante de ella ¿no?» y me salí, y al día siguiente, le digo: «oye que no te daba pena estar viendo eso delante de tu papá», «Ay, a mí no, mamá, tú para qué te saliste, la hiciste peor», dije: «la verdad yo no soportaba estar viendo eso delante de ti y de tu papá. (FGM)

Las decisiones tomadas por los padres en este tipo de escenas los incluye a ellos, esto es, si los padres determinan que sus hijos no deben ver tales o cuales contenidos en la televisión entonces ellos mismos deberán evitarlos también, pues como los hijos tienen la libertad de cuestionar las decisiones paternas es probable que pregunten por qué ellos no pueden ver esos programas y sus padres sí.

Yo... sinceramente nunca he sido un padre que se haga de la vista gorda, como dicen vulgarmente. Yo, sinceramente cuando hay una escena en la televisión y ellas lo saben, mis hijas, ¡no me hago tonto!, ellas van a ver una película y estoy seguro que no cierran los ojos si sale una escena mala, sería estúpido pensar de mi parte que van a cerrar los ojos o se van a salir de la película. Pero cuando están conmigo, yo sé, porque lo estoy viendo, en el momento en que pueda haber cualquier escena: le cambian de canal y dejan de ver ese canal. (FDP)

En las familias de clase media y alta, padre y madre tienen televidencias diferentes, según el tiempo y gustos que tengan para la televisión. Estas diferencias suelen manifestarse en órdenes, reglas o recomendaciones diferentes al momento de ver tele de manera que cada cónyuge tiene su forma de educar a los hijos frente al televisor, incluso diferentes valores. Algunas familias resuelven este conflicto al conferir a la madre la mayor responsabilidad al respecto por ser ella, quien está más en contacto con sus hijos al momento de ver TV.

Por su parte, los hijos parecen no mostrar conflicto ante las diferentes normas —aunque pueden y lo hacen— cuestionarlas. Los hijos saben bien cuáles son las exigencias y permisos que otorga la madre y cuáles son las reglas del padre, de forma que se comportan en consecuencia con eso.

¿Qué es la televisión? Sentido que las familias dan a los referentes televisivos

La interacción entre la familia y la televisión es tal, en tanto que la familia tiene la opción de formar sus propias agendas de recepción, sus propios ambientes y momentos en los que le es posible o deseable ver la televisión, pero es también interacción en tanto que la familia, como grupo de apropiación de los mensajes puede dar sentido a aquello que ve en televisión y a la televisión misma como institución. Es gracias a esta atribución de los individuos y grupos familiares que la televisión es clasificada como un ente benéfico o perjudicial para la propia familia. Es en este sentido que la familia otorga a lo que ve en televisión, a los programas, comerciales, noticias, películas, etc., y a la televisión misma, el que trasciende a los propios programas como unidades y hace que se mantenga una percepción en general sobre lo que gusta o no gusta, lo que es deseable o indeseable de la televisión.

Al fin y al cabo, es el sentido que las familias se forman de la televisión, lo que queda en el imaginario de las propias familias y es eso lo que les permite hablar de lo que ven en la televisión, y es además lo que rige sus televidencias, en tanto agenda e interpretación. Si para una familia un programa no está de acuerdo con sus valores o intereses, es muy probable que decida no ver ese programa, y si lo hace, interpretará aquello —le dará un sentido— de acuerdo con su bagaje de conceptos y sentidos formados anteriormente, los cuales tienen que ver con su formación educativa, familiar, situación cultural y social, edades, etcétera.

En todo lo anterior, cabe señalar que esta interpretación que la familia hace de la televisión depende en gran medida de lo que ve en ella; de esta manera, las familias que ven telenovelas toda la tarde y noticias en la noche, hablan de lo que es para ellas la televisión a partir de estos referentes, mientras que las familias que cuentan con una variedad extensa de canales hablan de las posibilidades que esto les otorga a los televidentes.

Es necesario apuntar que cada uno de los miembros de la familia, como individuos con su propia situación y contexto, se forman un significado de la televisión y los referentes televisivos y que además sus aficiones, aspiraciones y su contexto en general son cambiantes y uno de los factores que propician este cambio es la edad. No se pretende aquí afirmar, porque sería una afirmación falsa, que todos los miembros de una familia, por pertenecer a ese

grupo, piensan de la misma forma respecto a la televisión. Lo que sí se pretende es reportar que, como investigaciones anteriores lo han mostrado²¹² la interpretación acerca de lo que se ve en televisión se forma y transforma, en buena parte, a partir del intercambio de esas interpretaciones individuales dentro del grupo familiar.

La interacción familiar a partir de la cual se produce sentido no necesariamente está relacionada con la actitud de los padres hacia la televisión, sino también con la actitud de los hijos, quienes pueden influir en los padres.

A continuación se presentan las concepciones de lo que es la televisión para las familias a partir de lo expuesto por sus integrantes en las entrevistas realizadas. Se trata pues de la expresión de ellos mismos detonadas a partir de cuestionarles acerca de lo que para ellos es la televisión, para lo que sirve, lo que debe haber y no debe haber en televisión y cómo sería el mundo si no existiera la televisión.

Televisión como satisfactor de necesidades

La elección de un programa de televisión no sólo debe ser abordada a nivel horarios y como actividad, sino como satisfactor de necesidades. Así por ejemplo el padre busca ver en la televisión, al llegar del trabajo, algún programa que le proporcione entretenimiento o bien, la madre espera que sus hijos permanezcan quietos mientras ven la televisión en lugar de hacer travesuras o estar en la calle. Es por esto que la elección de un programa depende también de qué necesidad satisface, o qué expectativas se tiene en torno a él, es decir, ¿para qué sirve la televisión? Desde el punto de vista de las familias, ¿qué función y qué uso se le da a la televisión? Y por otra parte, ¿para qué podría servir?, o bien, ¿qué es lo deseable en televisión?

La función más importante otorgada a la televisión por las familias es la de divertir y entretener; una segunda, pero no menos importante función, es la de informar; y una tercera función es la de educar, ya sea de manera

²¹² Orozco Gómez, Guillermo, "Familia, televisión y educación...", pág. 13 y Barrios, Leoncio, (1992), "Televisión, Comunicación y Aprendizaje en el contexto de la Familia", en Orozco Gómez, Guillermo, *Hablan los Televidentes. Estudios de Recepción en varios países*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, número 4, Universidad Iberoamericana. México, 1992, pág. 71.

concordante con lo que la propia familia desea aprender o bien como una influencia inapropiada en el aprendizaje, sobre todo, de los hijos. Son éstas las tres funciones principales y expresadas de manera más clara y contundente por las familias. Sin embargo, para los miembros de las familias, la televisión también sirve para otras cosas como para perder el tiempo, por ejemplo, o para mantener al país en contacto con otros países del mundo.

Es con base en estas funciones principales de divertir, informar y educar, que las familias hacen manifiestas sus expectativas de lo que les gustaría que hubiera en la televisión, de forma que demandan programas con un mejor contenido, más y mejores opciones de información, programas educativos de los que en verdad se pueda aprender y programas que además de educar y transmitir cultura general fueran también divertidos.

Existe, sin embargo, una brecha constante entre lo que se desea de la televisión y lo que se cree obtener; es decir, mientras los miembros de las familias, sobre todo los padres y madres, piden que haya más programas culturales, fue posible observar que pocos de ellos acostumbran ver este tipo de programas cuando hay oportunidad:

Diría uno, «bueno y ¿por qué no te pones a ver el canal 22 todo el día, no estás dice y dice?» Ahí hay unas cosas culturales e interesantes. (FFP)

La televisión como diversión

La televisión es proveedora de diversión y entretenimiento en los hogares, sean éstos del estrato social que sea y tengan los miembros de las familias el nivel educativo que sea. Para la mayoría, la televisión está para divertir.

Al ser una forma de divertirse, la televisión se erige como una forma de combatir el aburrimiento.

En la idea de diversión, es posible englobar también las expectativas de las familias para que la televisión sea un instrumento capaz de brindar momentos en los que puedan relajarse después de un día de trabajo o estudio.

Para quienes la ven, la televisión funge también como un elemento capaz de distraerlos de los problemas diarios, e incluso hacerlos olvidar por un rato

sus responsabilidades (con la connotación favorable o desfavorable que esto pueda tener desde el punto de vista de cada persona).

Imaginar un mundo sin televisión, es decir, sin esta fuente de diversión no necesariamente se presenta como algo aburrido; sin embargo para las familias sería necesario inventar nuevas formas de divertirse, recurrir a la imaginación o a los juegos y actividades que había antes de la existencia de la TV.

Al hablar de diversión y entretenimiento, no sólo se mencionan los programas cómicos, sino programación de todo tipo: desde las caricaturas hasta los documentales, pasando por telenovelas, programas deportivos y películas. Pero no todo lo que se transmite por televisión es calificado como entretenido, pues rara vez se habla de los noticiarios como programas entretenidos y divertidos, para ellos se tiene una categoría diferente: televisión como información.

Televisión como información

La información casi siempre va ligada, en la percepción de las familias, a los noticiarios y éstos son más vistos por los jefes de familia que por los demás integrantes.

Los programas de noticias de la televisión no sólo son relacionados con la función informativa, sino que son contrapuestos con la función de entretener y divertir. De este modo, el ver noticiarios y mantenerse informado tiene una connotación más intelectual, de más responsabilidad y seriedad que el ver televisión para divertirse. Es posible observar esta connotación en forma más marcada entre las personas (hombres en su mayoría) de clases media y alta, quienes incluso expresan que son los noticieros los que más les interesan, en lugar de los otros programas, que por divertidos, son para ellos menos importantes.

Sin la televisión, el mundo de la información no sería lo mismo, la televisión permite a las familias saber de manera casi inmediata lo que ocurre en otras partes del país y del mundo. En este sentido, los informativos son unos de los pocos programas que sobre todo los jefes y jefas de familia mencionan como útiles dentro de la programación televisiva, pues gracias a los noticieros es que los comerciantes pueden tomar decisiones, los banqueros pueden

darse cuenta de la situación bursátil y las amas de casa se dan cuenta de la realidad económica y social.

Televisión como aparato educativo

La televisión también sirve para educar, para instruir, para mostrar cómo hacer ciertas cosas. Para las familias —y en este caso principalmente para las madres— la televisión es un instrumento²¹³ por medio del cual es posible aprender. Esta idea es abordada desde diferentes puntos de vista:

La televisión como posibilidad de aprender cosas nuevas.

La televisión como instrumento para la escuela.

La televisión como fuente latente de cultura.

La televisión como contraria a la buena educación de los hijos.

La televisión como cambiante de mentalidades y conductas.

a) *La televisión como posibilidad de aprender cosas nuevas.* Por medio de los programas televisivos, las familias expresan la oportunidad de conocer cosas que antes no conocían. Para los integrantes de las familias, la televisión es útil, en la medida en que permite a los hijos saber cómo defenderse a partir de lo que ven en una telenovela, porque da a conocer consejos para mejorar y mantener la salud, o bien, porque es una ventana para visitar otros países y costumbres, entre otras cosas.

b) *La televisión como instrumento para la escuela y el trabajo.* En ciertos casos, para las madres y padres de familia, escuela y televisión no están peleados ni son del todo contrarios; estos casos se dan cuando los programas pueden ser aprovechados como complemento de lo que los hijos aprenden en las aulas. No necesariamente se habla aquí de programas catalogados como educativos por los propios miembros de las familias, sino de programas o series de los cuales se puede extraer información útil para los estudios. La convicción de que la televisión sirve como complemento de la escuela está más presente en las familias que cuentan con canales de televisión por cable, en los que es posible ver programas de creatividad para los más pequeños o bien, documentales o series específicas de animales, arquitectura, medici-

²¹³ Decir instrumento es hablar de uso de la televisión.

na, arte, etc., que pudieran tener alguna relación con la carrera profesional tanto de hijos como de padres.

- c) *La televisión como fuente latente de cultura.* Desde esta percepción, tampoco es determinante la posición económica de las familias; sin embargo sí lo son las aspiraciones educativas más que el nivel educativo en sí de los padres. La televisión es vista como una posibilidad latente de cultura, es decir, no se le reconoce abiertamente el ser un instrumento cultural, sin embargo las familias expresan su deseo porque hubiese una programación cultural y educativa (ahora sí educativa como tal), que pudiera ser una opción dentro de toda la programación. Para las familias —no importa el estrato económico— deberían volver los programas como teleteatros y documentales que eran emitidos en el *canal 13* cuando éste era aún gubernamental. El reconocimiento de la televisión como una posibilidad de cultura no es exclusivo tampoco de los padres y madres, sino que también hay algunos menores que sostienen que la televisión debería tener más programas educativos y culturales. En este sentido, no es posible afirmar que estos programas, de existir en la programación de la televisión abierta, serían de la preferencia del público, pero lo que sí es posible observar es que a pesar de que los padres de familia que cuentan con televisión por cable, expresan su deseo de una televisión más cultural, no reportan, salvo excepciones, ver canales de este género.

Así pues, es reconocida la posibilidad cultural de la televisión, pero como eso, como posibilidad, mas no como realidad actual.

- d) *La televisión como contraria a la buena educación de los hijos.* Como se dijo antes, la televisión es reconocida como educadora, sin embargo este reconocimiento no siempre, de hecho casi nunca, le es favorable. Tanto para padres y madres como para los propios hijos e hijas, la televisión es un aparato por medio del cual la gente aprende cosas que no debería aprender. La televisión brinda información inadecuada a las personas, sean menores o no. Una de las principales preocupaciones de los padres es que, por medio de la televisión, los hijos puedan ver y aprender cosas relacionadas con el sexo que no vayan de acuerdo con lo que ellos mismos quisieran enseñarles. Este tipo de cosas no se limitan sólo al acto sexual, presente en películas y telenovelas, sino a comportamientos considerados inadecuados por los padres, o bien con-

ceptos que les son inaceptables, como el caso de la caricatura en la que un joven al mojarse con agua fría, se convierte en jovencita.

Otra de las preocupaciones expresa por las familias, es la capacidad de la televisión de mostrar violencia. De acuerdo con los padres y madres, los hijos e hijas aprenden esta violencia, aprenden que la mejor manera para deshacerse de alguien que les estorba es matándolo.

Los hijos aprenden también un vocabulario que para las familias es inadecuado, en ocasiones este vocabulario está relacionado con la violencia o bien, con lo sexual en el caso del doble sentido.

En este sentido tanto madres como hijos e hijas expresan cierta nostalgia por los programas de antes, del pasado. Los programas de antes, según las familias, eran mejores, sobre todo los programas infantiles, ya que dicen que no contenían tanta violencia. Se trata de caricaturas tales como la *Pantera Rosa* y los *Picapietra*, que son las más mencionadas como poco violentas. Además existe nostalgia por los programas de la televisión estatal (*canal 13* hace años) en la que daban documentales y programas infantiles como cuentos estilo teleteatro.

La televisión también maleduca a los hijos, según las madres de familia, con el hecho de restarles imaginación. Bajo la creencia de que “ahora los niños ya no tienen imaginación”, las madres aseguran que es a causa de la televisión que los niños no son capaces de divertirse con otras cosas. En esto están incluidos los libros. Para las madres, la televisión tiene mucho que ver en el hecho de que los niños y niñas no se interesen ahora por leer.

Nuevamente, el estrato socioeconómico no es factor determinante en la manifestación de estas preocupaciones.

- e) *La televisión como cambiante de mentalidades y conductas.* La preocupación porque la televisión maleduque a los hijos, hermanos menores o compañeros de clase encierra en el fondo la capacidad otorgada por las familias a la televisión de cambiar las conductas y las mentalidades de forma que a partir de lo visto en la televisión, los niños son más violentos, las jovencitas menos recatadas, etc. Para las familias, es en gran medida a partir de la exposición a los programas televisivos, los

comerciales y las películas, que poco a poco la población en general va adoptando conductas o va aceptando maneras de pensar: "ya vemos el divorcio como normal, pero no es normal." (FDM)

El cambio de mentalidad se presenta en dos aspectos: el primero es el aspecto de las aspiraciones, en el cual a raíz de lo visto en la televisión, se van creando nuevas aspiraciones respecto al tener, al verse como y al desear. En el *tener* se ubica todo aquello que a la gente la gustaría poseer. En el *verse como* se engloban las modas y los estereotipos estéticos; y en el *desear* están todas las cosas que se antojan como bebidas, alimentos, etc. Mucho tiene que ver esto con la publicidad, pero también con otro tipo de programas.

El segundo aspecto es el de los conceptos, esto es, cuando cambian las concepciones sobre algo (el matrimonio, la sexualidad, la violencia, etc.), a partir de la exposición a la televisión.

Para las familias, el cambio de mentalidad no se queda sólo en eso, sino que es probable que conlleve a cambios de conducta tales como vestirse de cierta forma para estar a la moda, ponerse a dieta para lucir como las personas de la televisión o adoptar patrones más drásticos como la violencia en contra de los hermanos menores, por citar algunos ejemplos expresados por los miembros de las familias.

La televisión como enemiga de los hijos

Las madres y padres se resisten, por lo menos en el discurso, al hecho de que sea la televisión la que se encargue de cuidar y educar a los hijos, por todo lo expuesto antes acerca de la capacidad otorgada a la televisión de formar conceptos y promover conductas; las madres se muestran en contra de «la nana electrónica», aunque aceptan que conocen gente que sí recurre a la televisión para que cuide de sus hijos (nunca son ellos mismos los que lo hacen). Vista como «nana» la televisión es una niñera dañina para los hijos. Eso es lo que dicen las familias.

Televisión como enemiga de costumbres y tradiciones

La posibilidad que le es otorgada a la televisión de ser capaz de cambiar formas de pensar y consecuentemente conductas, es visto en ocasiones por

las familias de Aguascalientes como un atentado en contra de las costumbres y las tradiciones mexicanas. Un ejemplo de cómo la televisión ha terminado con algunas tradiciones es el caso de los juegos infantiles: las madres expresan que los niños no saben jugar, necesitan a la televisión para divertirse, en cambio cuando la televisión no estaba tan presente —en la generación de las madres— los niños sí sabían jugar en las calles con los amigos y a juegos tradicionales.

Las tradiciones mexicanas, en el ámbito del folklore, como el festejo del día de muertos se ven también amenazadas desde la percepción de las familias por costumbres sobre todo norteamericanas, que son inculcadas por medio de las películas, en su mayoría estadounidenses.

Lo que más preocupa son los conceptos que atentan contra lo que para las familias es moral y perteneciente a las buenas costumbres, de manera que se incluye nuevamente aquí los comportamientos que en cuestiones de sexualidad o bien, de respeto a los mayores.

Televisión como reflejo de la realidad

Los noticieros, según la mayoría de las familias, son los programas capaces de reflejar la realidad, esto es, de permitir al televidente ver a través de la televisión las cosas que realmente ocurren en la vida de todos los días, en todo el país y en todo el mundo. Sin embargo esta capacidad de reflejar lo real no es del todo aceptada por las familias de los distintos estratos, principalmente de los estratos medio y alto, para quienes los noticieros sí muestran una parte de la realidad, pero la otra parte es una realidad manipulada, ya sea con base en los intereses de los propios medios de comunicación, como en el caso de las tendencias a favor de un partido político u otro en las campañas presidenciales o bien, con base en los intereses del propio aparato gubernamental.

Para las familias de estrato bajo y para los niños de todos los estratos, son las telenovelas, al igual que los noticieros, las que presentan contenidos más apegados con lo que ocurre en la vida cotidiana. Las familias reconocen en las telenovelas su carácter de historias ficticias, sin embargo atribuyen a este género la posibilidad de reflejar situaciones que sí pueden presentarse en la vida real. Gracias a esta atribución de las telenovelas, es posible aprender de ellas o informarse sobre ciertas situaciones.

Al preguntarles a los niños si la televisión es un reflejo de la realidad, ellos se refirieron a las caricaturas como programas que no reflejan la realidad. Los niños manifiestan estar conscientes de que las caricaturas son mera ficción y las ven como tal. De acuerdo con las entrevistas, los niños no creen en las caricaturas como algo que pueda ocurrir en la vida cotidiana.

La televisión interesante o aburrida

Quizá ligado al tema de la realidad, está el carácter de interesante o aburrido que puedan tener los referentes televisivos para cada miembro de la familia, mientras que para los hombres mayores (padre de familia) lo más interesante de la televisión suelen ser los noticieros, para las madres, lo interesante son los documentales o las telenovelas y, para los hijos e hijas menores, son algunas caricaturas o series juveniles. Los niños prefieren la acción mientras que las niñas optan por programas donde haya menos violencia.

El que un programa sea interesante o aburrido depende mucho de los intereses personales de cada miembro de la familia, sin embargo es posible encontrar como común denominador el hecho de que un programa interesante es aquel que tiene que ver de una u otra forma como la persona que así lo considera, esto es, si el programa le es trascendente para su vida, sus sentimientos o sus expectativas, entonces será calificado como un programa interesante. Por otra parte, si el programa no tiene una conexión con la vida e intereses de quien lo ve, entonces será calificado como aburrido.

La televisión y los sucesos importantes

La importancia de la televisión para las familias, además de lo antes mencionado, radica en mucho en la posibilidad de ver, a través de ella, los sucesos más importantes para ellos mismos y que consideran los más importantes para el mundo: la llegada del hombre a la luna, la visita del Papa a México, las Olimpiadas, los resultados de las elecciones presidenciales, entre otros, son sucesos mencionados por los miembros de las familias cuando se trata de hablar de la importancia de la televisión, por lo que ésta es necesaria en tanto que permite una transmisión inmediata de los sucesos importantes. Frente a esta atribución, se justifica el uso de la televisión aun cuando se la considere en otros contextos y contenidos como algo dañino o que no vale la pena.

Televisión como pérdida de tiempo

Más allá de los sucesos importantes, los que por cierto son asociados más bien con los noticieros, la televisión es vista por muchas familias como una pérdida de tiempo, al grado que es motivo de vergüenza para algunos decir que ven la televisión durante varias horas, principalmente cuando además de ver tele no hacen otra cosa más. Sobre todo para las mujeres entrevistadas, especialmente cuando éstas son adultas, el ver televisión como una actividad exclusiva no sólo es una pérdida de tiempo sino que es algo que atribuyen a personas flojas que no tienen nada que hacer. Para poder contrarrestar esta percepción, ellas mismas hacen algo más mientras ven la televisión, hacen cosas como manualidades, tareas, consultar la internet, peinar a las hijas que van a la escuela, etcétera.

La pérdida de tiempo es una de las razones por la que ver televisión se puede asociar con ciertas actividades y con otras no. Dependiendo de cada familia y de su agenda televisiva, es posible ver la televisión mientras es la hora de comer o en la tarde con los hijos, pero no se puede o debe ver cuando se están haciendo las labores domésticas o al mismo tiempo que se realiza la tarea escolar.

El hecho de que la televisión sea vista como pérdida de tiempo está asociada también a la percepción de los contenidos de la televisión como «tonterías» que no merecen una dedicación exclusiva de tiempo y atención. Sobre todo en las familias de estrato económico medio-alto y alto, algunos contenidos de la televisión son tonterías o «basura», por lo que deciden invertir su tiempo en cosas más importantes para ellos, como pueden ser el trabajo, la familia, el estudio, en lugar de «perderlo» frente a la televisión.

Tanto la clasificación de tonterías, como la de basura, tienen que ver en muchos casos con los programas de comedia, las telenovelas o bien, las películas y caricaturas que muestran situaciones inverosímiles.

Junto con esta concepción de basura, algunos miembros de las familias de estrato alto manifestaron su desagrado y su decisión de no ver programas que consideran precisamente como basura, pues señalan que ellos (sus casas y sus mentes) no son basureros.

Entre los contenidos «basura» mencionados por las familias, se encuentran de manera presente en la mayoría de ellas de estrato medio y alto, los

programas llamados *talk shows*. Se trata de programas que la mayoría dice haber visto alguna vez, pero los consideran dentro de lo que no debería haber en televisión. Cuando a las familias de clase media y alta, y alguna del estrato bajo, se les preguntó acerca de lo que ellas quitarían de la televisión, contestaron en su mayoría que los *talk shows*.

Los *talk shows* serían por sí solos tema de una investigación, en este caso baste sólo reportar que es un género que causa curiosidad en las familias y es calificado según la trascendencia que tiene para cada familia, esto es, para las que acostumbran verlos, estos programas son divertidos, informativos, conmovedores o sirven para que uno mismo se dé cuenta de que su realidad no es tan mala como la de otros (FMM), mientras que para aquellos que no les interesan, se trata de programas poco saludables en los que no es admisible que una persona cuente sus situaciones íntimas delante de todo el público; se trata también de programas, según consideran quienes están en contra de los *talk shows*, para gente con muy poca cultura.

Cuando se habla de lo peor en televisión en las entrevistas realizadas, después de los programas de los *talk shows*, se encuentran las telenovelas. Esto no significa que no las vean quienes opinan que las telenovelas son malas, ya sea en calidad de actuaciones, en contenidos de las historias o como cambiantes de conciencias. Sin embargo el ver telenovelas está menos legitimado, por decirle de alguna forma, que el ver noticieros. Los entrevistados sobre todo con un nivel educativo alto, aceptan ver telenovelas a pesar de que en el discurso se manifiesten en contra de éstas. Los noticieros son los programas más legitimados entre las personas jóvenes y adultas, no entre los niños.

Entre los programas más criticados, después de los *talk shows* y las telenovelas, se encuentran las caricaturas, las cuales reciben el calificativo de violentas en muchos de los casos, no sólo por las madres y padres de familia sino por los propios niños y niñas quienes dicen que una de las cosas que hace daño a los niños es la violencia de las caricaturas. Hay que anotar aquí que en muchos de los casos los comentarios de los hijos tienen una conexión directa con lo que opinan los propios padres respecto a los contenidos de la televisión.

Televisión como vicio

La inversión de tiempo para ver la televisión se convierte para algunos en una cuestión, más que de costumbre, de algo así como un vicio: «es que te

picas viendo la tele». Esto es asociado con más frecuencia a las telenovelas, que son los programas que más requieren que la gente les dedique una hora específica durante una temporada para verlas. Así pues, el hecho de que pueda convertirse en vicio (entendido como mal hábito), le da una connotación desfavorable al tiempo invertido en ver la televisión. Es precisamente para evitar esto que algunas madres limitan o expresan su deseo de limitar el tiempo de exposición de los hijos a la televisión. Esta concepción de la televisión como vicio se asocia de manera importante al hecho de que los contenidos de la televisión sean considerados como basura, como se expuso líneas arriba.

La televisión como alternativa a las drogas y vagancia

Por otro lado, las familias ven también aspectos positivos en el uso de la televisión, esto es, el sentido que la familia atribuye a la televisión tiene que ver también con lo que la televisión aporta de manera positiva a la vida de las familias, tal es el caso de la función otorgada a la televisión de mantener a los hijos alejados de actividades que no desean los padres, tales como el uso de drogas o la vagancia en general. Los padres de los estratos bajos y medios prefieren que sus hijos vean la televisión en lugar de que salgan y permanezcan en la calle, en donde además de existir la posibilidad de accidentes, están también las influencias de los vecinos y la posibilidad de la drogadicción. Así pues, desde esta perspectiva, la televisión es una actividad que los padres consideran segura para sus hijos.

A más oferta, mejor televisión

Para aquellas familias que cuentan con televisión por cable o bien vía satélite, el tener más canales es una oportunidad de tener una mejor televisión. Al tener más opciones, quien ve la televisión es más libre de elegir qué contenidos ver. Los que cuentan con estas opciones dicen que a aquellos que sólo tienen cuatro canales no les queda otra opción que ver lo que haya en esos cuatro canales, mientras que quienes cuentan con más opciones pueden elegir y más aún, en el caso de los noticieros tienen la opción de ver varios puntos de vista sobre una misma noticia.

Además, la televisión por cable o satélite cumple con las expectativas de las familias de tener más canales específicos sobre sus intereses, así si a los niños les gustan las caricaturas hay canales con una programación compues-

ta solamente por caricaturas. De esta forma es más fácil para ellos encontrar lo que les interesa a la hora que tienen oportunidad de ver la televisión.

Sin embargo hay quien opina lo contrario, que a más oferta televisiva es peor la televisión.

A más oferta, peor televisión

Por esta razón, hay familias que, a pesar de tener las posibilidades para contratar el servicio de cable o bien de conectar una antena parabólica no lo hacen. Como se dijo antes, las principales preocupaciones en torno a la televisión son la moral y buenas costumbres y la pérdida de tiempo. Así, para quienes opinan que a más oferta peor televisión, el conectar la televisión por cable o tener parabólica significaría más programas para adultos en horarios que podrían ver sus hijos pequeños o bien, la posibilidad de pasar horas delante de la televisión sin aprovechar el tiempo en cosas mejores como convivir en familia o practicar algún deporte.

La televisión y la libertad de elección de los televidentes

La posibilidad de cambiar el canal y decidir qué es lo que se quiere ver es una de las libertades que demanda la audiencia televisiva. Para algunos los integrantes de la familia tienen esa oportunidad en sus manos, sobre todo cuando se tiene una oferta de canales más amplia entre la cual se puede elegir. Para otros, esta elección está supeditada, al final de cuentas, a lo que los empresarios y patrocinadores de los canales quieren que el televidente vea, por más canales que tenga para elegir. En realidad, para algunos miembros de las familias entrevistadas no existe verdadera opción para los televidentes, ya que es la televisión como institución la que propone su programación y los géneros de programas por transmitir. Esta concepción lleva consigo la idea de una televisión manipuladora en tanto que impone un tipo de programación (fútbol los domingos, telenovelas por las tardes, etc.) o una audiencia con nula posibilidad de decidir sobre mejores contenidos.

Entre la posibilidad de elección más importante se encuentra, además de los géneros y programas televisivos como unidades específicas, la clasificación de los programas que básicamente se divide en el imaginario de las familias en dos: programas para adultos y para toda la familia. En esta división, una vez más es el sexo lo más importante para hacer la distinción, de

manera que los programas con un mayor y más explícito contenido sexual se clasifican como programas para adultos, aun cuando no sean las propias televisoras las que hagan esta distinción, sino que son los padres los que limitan a sus hijos los referentes con un contenido que consideran inapropiado en términos de sexualidad. No sucede lo mismo cuando se habla de violencia, la cual no es un factor determinante para distinguir entre programas de adultos y de niños.

La televisión como detonadora de reflexiones

En todos los casos, incluso en las familias en las que la televidencia es solitaria, la televisión es siempre detonadora de reflexiones, ya sea para desacreditarla, para aprobarla, para charlar con los demás, para aprender etc., desde los grandes hasta los pequeños tienen una opinión formada respecto a los contenidos televisivos. Estas reflexiones se van formando en buena parte en familia a partir de las subjetividades de los individuos como tales y que luego son expuestas al grupo familiar en donde cobran nueva vida y adoptan un nuevo cuerpo.

La televisión, con todos sus contenidos, va creando nuevas expectativas y nuevos conceptos y, por qué no, nuevos reproches.

La televisión como compañía

La función otorgada a la televisión de servir como ruido de fondo cuando se está solo(a) o bien como pretexto para estar en compañía de los demás miembros de la familia se expuso antes en el apartado de estrategias de recepción y en interacción comunicativa familiar, sin embargo es importante retomar que a la televisión también se le asigna la función de *ser* compañía para aquella persona que la ve. Esto es, la televisión como otro miembro de la familia o como un elemento muy importante en la vida familiar, es capaz de ser y hacer compañía a los miembros de la familia. Es por esta función que es posible hablar con la televisión —como institución, casi como personaje, no como aparato—. ²¹⁴

²¹⁴ Ver apartado Comentarios enfrente al televisor. Estrategias de recepción de los mensajes televisivos por parte de las familias entrevistadas.

La televisión como instrumento de premio o castigo

La televisión es usada por parte de los padres como instrumento para premiar o castigar a los hijos, sobre todo en lo que se refiere al rendimiento escolar y al comportamiento. El no permitir que los hijos vean televisión es un castigo que los padres suponen o saben que será algo doloroso para sus hijos, lo cual habla de la importancia que tiene la televisión en los usos y costumbres de las familias. Así como se usa para castigar, también es empleada la televisión como premio; si los hijos han tenido un buen rendimiento escolar o se han portado bien, es posible que los padres accedan a que ellos vean más televisión o algún programa especial que en circunstancias normales no les permiten ver, ya sea por el horario o el contenido.

Personajes de la televisión: superhéroes o chicas populares

Los gustos y preferencias de los miembros de la familia tienen que ver en gran parte con sus aspiraciones. Esta investigación no aborda de manera profunda las aspiraciones ni familiares ni individuales, pero es posible reportar algunas de las relaciones encontradas entre los programas que se ven y los gustos de quienes los ven, que pueden servir con puntos de partida para otras investigaciones más específicas al respecto. Por ejemplo a la gente que le gusta o le gustaría viajar, le agradan los programas en los que se muestran otras culturas, otros países; a quienes les gusta dedicarse a su familia les agradan los programas de consejos para el hogar y los hijos. Las telenovelas son casos complejos en los que se muestran diferentes situaciones que pueden relacionarse con las aspiraciones de quienes las ven, lo mismo ocurre con las situaciones presentadas en las películas. En el caso de las caricaturas también están presentes las aspiraciones. Cuando los niños fueron cuestionados acerca de qué personaje de la televisión o como quién desearían ser, ellos y ellas contestaron que desearían ser como los personajes, casi siempre protagonistas, que tienen poderes especiales o que son los más simpáticos. Además, dijeron que sí hay niños que se toman demasiado en serio lo que ven en la televisión al grado que llegan a actuar como los personajes de las telenovelas y las caricaturas.

Referentes televisivos como propiedad (mi programa, su novela)

Una de las atribuciones que se le da a los referentes televisivos es el ser susceptibles de tener dueño, es decir, es posible hablar de «el programa de

mi mamá» «mi telenovela». Los contenidos de la televisión pueden ser apropiados por aquella persona a quien le interesan, le son trascendentes y por eso los hace suyos. Este proceso implica una apropiación incluso afectiva del programa de que se trata, de los personajes que en él aparecen, y no sólo del contenido que en él se expone. Esta apropiación es trascendente cuando se habla de sentido y de interacción entre la familia y la televisión. A la televisión no sólo se le acepta para ser vista sino que se le “adquiere” como algo propio y se defiende esa propiedad como un derecho a “tener” ese programa específico.

La televisión sirve para vivir en sociedad

La televisión es un instrumento que permite socializar, ya sea por ver programas en común con los amigos de la escuela y los compañeros de trabajo o bien, por ser un medio a través del cual es posible mantenerse informado y conocer nuevos panoramas.

Mundo sin televisión

¿Cómo sería la vida de las familias si no hubiera televisión? Para las personas entrevistadas, la vida sin televisión sería muy diferente a lo que es ahora, sobre todo en lo que se refiere a convivencia familiar, a cultura y a contacto con los demás países. Dado que una de las más grandes inquietudes de las familias es la convivencia familiar, es también esta convivencia lo que más se menciona cuando se habla de la vida sin televisión. En la mayoría de los casos, se asume que la falta de la televisión sería benéfica para las familias en tanto que habría una mayor convivencia. Para quienes recuerdan cuando la televisión no existía, es un hecho que antes había una mayor convivencia familiar.

La cultura también es otro de los tópicos importantes cuando se trata de imaginar lo que pasaría si no se tuviera televisión. Las tradiciones, las formas de divertirse, incluso costumbres como el respeto a los mayores serían distintos a lo que existe ahora.

La comunicación con otros países es una de las principales cualidades que las familias reconocen a la televisión. Si no hubiese televisión, la comunicación con otras partes del mundo sería mucho menor y no habría la inmediatez que existe hoy. Esto se refiere tanto a lo noticioso como al conocimiento de otras costumbres.

CONCLUSIONES

Relación entre la familia y la televisión

La interacción entre las familias y la televisión es un tema que no se agota con esta investigación, por el contrario, se presenta como un fenómeno que puede abordarse desde muchos otros enfoques con el fin de conocer qué es lo que ocurre en su complejidad, en esta relación diaria entre un medio de comunicación y sus audiencias.

En cuanto a los alcances de este estudio, se puede decir que se cumplieron las expectativas al lograr entrar en el escenario familiar y obtener información específica de las prácticas cotidianas de ver televisión, de las formas de relacionarse en familia, así como de lo que es la televisión para la familia. Sin embargo, habría que reiterar la necesidad de adentrarse más a la complejidad de la relación entre la familia como comunidad que interpreta y negocia los significados propuestos por los medios de comunicación y la televisión como un ente que presenta y propone significados y agendas.

Tres formas de interactuar con la televisión: estrategias de recepción, interacción familiar y negociación de sentido

En lo que se refiere a la dimensión de Estrategias de Recepción de la Televisión, se encontró que el estrato social y económico al que pertenecen las familias sí tiene una incidencia en sus prácticas de recepción de la televisión, en tanto que tiene que ver con las actividades que los miembros de las familias realizan fuera y dentro de la casa. La posición económica y las condiciones de vivienda y equipamiento del hogar, infieren también en la televidencia, por ejemplo, el hecho de tener una sola televisión en una casa muy pequeña donde los espacios íntimos son también los espacios públicos (recámara que hace las veces de sala) propician que la familia esté reunida al momento de ver la televisión. O bien, por el contrario, en las familias en las que cada uno de sus miembros cuenta con espacios definidos y con compromisos laborales, escolares y sociales fuera de casa, entonces se propicia la organización de agendas televisivas en las que hasta es necesario pactar tiempos para la convivencia en familia.

El género, aunque no fue abordado aquí a profundidad, también se encontró como un factor que interviene en la estrategia de ver televisión. Al igual que Renero²¹⁵ en su estudio con jóvenes en el Distrito Federal, se mostró aquí que son los hombres quienes prefieren ver la televisión con una atención exclusiva a esa actividad, mientras que para las mujeres, la televisión es una compañía en sus quehaceres diarios y prefieren hacer otras cosas al tiempo de ver televisión para “no estar sin hacer nada”.

Destaca también que son las personas con el mismo sexo, las que tienden a acompañarse al momento de ver televisión: madre con hijas, padre con hijos. Sin embargo, es la madre de familia la que está más presente en los momentos de recepción, aun cuando esto no significa que sea ella la que ve más televisión. Ella, la madre, está ahí porque es quien más se ocupa de lo que ven sus hijos, porque les ayuda con sus tareas, porque es quien más controla los tiempos de exposición de los hijos o porque es quien más utiliza la televisión como compañía. Sucede esto por los roles familiares en los que es a la madre a la que corresponden las tareas del hogar y, como la televisión está dentro del hogar, le corresponde a ella atender también esta actividad de sus hijos. No obstante, no es la figura materna, ni la figura femenina en general la que ostenta el poder sobre la televisión, sino que en Aguascalientes, son los varones a los que se les reconoce la autoridad para decir qué programa ha de ser visto en la televisión, cuando la recepción es conjunta de hombres y mujeres.

Con base en las entrevistas y observaciones, fue posible clasificar los comentarios o expresiones de acuerdo con la forma en que se manifiestan, por lo que hubo ocho tipos de comentarios básicos que:

- a) Repiten lo que se dice en la tv.
- b) Anticipan la acción.
- c) Son exclamaciones sobre escenas específicas.
- d) Hablan directamente con los personajes.
- e) Surgen de los programas, pero no se relacionan con ellos.
- f) Son pláticas totalmente ajenas a la televisión.
- g) Son comentarios a destiempo, ya sea en familia o en ámbitos distintos al familiar.

²¹⁵ Renero Quintanar, Martha, *Prácticas culturales de mediación...*, pp. 99-135.

- h) Son críticas directas contra los-programas favoritos de otros miembros de la familia.

Se encontró que las familias que menos repiten lo que se dice en la televisión y que menos anticipan la acción son familias de estrato económico alto; y que son las familias de estrato económico bajo las que menos hacen críticas directas en contra de los programas favoritos de otros miembros de las familias. No es posible, por el enfoque de esta investigación, afirmar que esta relación entre los tipos de comentarios y el estrato económico es una relación directa, así que queda para futuras investigaciones el saber si el nivel económico, con todo lo que implica, lleva en sí formas diferentes de relacionarse con la televisión.

También se encontró que existen tres tipos de televidencia cuando de compañía se trata: compartida, semicompartida y solitaria, y tres tipo de televidencia en cuanto a agenda se refiere: la televidencia exclusiva, por horarios y casual.

En lo que respecta a la elección de programas, fue posible observar que a un nivel educativo más alto las familias tienden a ser más críticas y más selectivas en sus programas; no obstante esta selección es de cualquier programa y de cualquier género.

En cuanto a interacción familiar, se encontró que sobre todo en las familias de estrato económico bajo y familias con hijos menores, la comunicación padres e hijos se propicia gracias a la elaboración de preguntas y respuestas, lo que varía es el tipo de respuestas que los padres dan a los hijos en las familias con una comunicación más flexible o más inflexible, lo mismo que el hecho de que se dé libertad o no a los hijos para elaborar ciertas preguntas o bien para responder ellos mismos y dar sus opiniones.

La relación de padres e hijos es también diferente entre las familias de comunicación más flexible o menos flexible, pues en las primeras es posible observar más confianza mientras que en las segundas los hijos guardan una distancia mayor con sus padres a los que se les ve más como figuras de autoridad.

Lo mismo que en las estrategias de recepción, en la interacción comunicativa familiar se pudo observar que son los padres, más que las ma-

dres, los que se reconocen y son reconocidos por los hijos e hijas como jefes de la familia.

Las familias, como entes formados por individuos que crecen y cambian, también ellas mismas se modifican con el paso del tiempo y el cambio de circunstancias, de manera que una familia puede limitar más el tiempo de exposición a la televisión, cuando los hijos son menores y ser más permisiva, cuando los hijos han crecido.

Lo anterior tiene también una relación directa con los valores familiares, de esta forma se observó que una familia puede decidir qué ver en la televisión a partir de sus valores, asimismo su relación interpersonal está basada en lo que para cada familia debe ser un familia. Fueron los valores morales, sobre todo los que tienen que ver con la sexualidad, los que más frecuentemente fueron manifestados como preocupación por parte de los padres, por tal motivo la violencia y el sexo en los programas son los motivos principales para que las madres y padres de familia restrinjan a sus hijos el tiempo de ver televisión o no les permitan ver los programas que consideran dañinos (por el contenido de escenas violentas o relacionadas con el sexo) para sus hijos. Entra aquí también la distinción entre televisión para adultos y televisión para menores, en donde son los contenidos sexuales los que marcan la diferencia desde el punto de vista de los padres: si hay sexo, es contenido para adultos.

La convivencia familiar, la libertad y el respeto, son valores que rigen en la interacción comunicativa familiar, tanto en la convivencia cotidiana, como en las aspiraciones sobre lo que debería ser una familia.

Son los valores los que rigen en gran medida el sentido que las familias dan a la televisión, ya sea lo que ellas esperan que sea o las funciones que le asignan a la televisión. Así se identificaron quince rubros:

- La televisión como diversión.
- La televisión como información.
- La televisión como aparato educativo.
- La televisión como enemiga de costumbres y tradiciones.
- La televisión como reflejo de la realidad.
- La televisión interesante o aburrida.
- La televisión y los sucesos importantes.
- La televisión como pérdida de tiempo (televisión basura y tonterías).

- La televisión como vicio.
- La televisión como alternativa a las drogas y vagancia.
- A más oferta, mejor televisión.
- A más oferta, peor televisión.
- La televisión como detonadora de reflexiones.
- La televisión como compañía.
- La televisión sirve para vivir en sociedad.

Además se encontró que las familias se apropian de ciertos programas a los que llaman “mi programa”, el cual es respetado o criticado por los demás como algo de su propiedad. Esta apropiación de programas muestra el grado en que se involucra la televisión en la cotidianidad.

Patrón de preferencia familiar

Cada familia crea y desarrolla un patrón para la elección de programas de la televisión. A este patrón se le llamará *patrón de preferencia familiar*, el cual se define como una guía que sigue la propia familia cuando se trata de decir qué programa ver y cómo interpretar o evaluar ese programa o referente televisivo en general. Ante una serie de opciones, la familia como grupo y cada uno de sus miembros, de manera específica, tienden a seguir un patrón que va guiando sus preferencias sobre la televisión, ya sea que se tengan cinco o sesenta canales de dónde elegir.

Ciertamente, existen gustos diferentes entre cada uno de los miembros de las familias, que dependen mucho de sus edades, géneros, niveles educativos y condiciones individuales tales como las preferencias, expectativas y necesidades. No obstante, existe una conexión más profunda entre los miembros de la familia: si en la familia se acostumbra ver telenovelas en la tarde, es muy probable que la familia opte por ver la nueva telenovela que está por comenzar una vez que haya terminado la anterior. Es posible también que los hijos(as) opten de manera individual por ver el tipo de programas que marca el patrón familiar.

Al patrón le dan forma los valores que la familia quiere para sí misma. Por ejemplo el valor de la convivencia familiar contribuye para que el patrón de preferencia familiar dicte que no debe verse televisión a la hora de la comida, ya que es el momento para charlar. Si se trata de valores morales, la propia familia no optará por programas que estén en contra de sus valores morales.

Al patrón también le dan forma los gustos y preferencias de la familia. Por ejemplo: si a la familia le agradan los deportes, probablemente habrá programas de deportes dentro de su agenda televisiva, incluso es probable que los miembros de la familia tengan el mismo equipo favorito al cual apoyar.

El patrón de preferencia familiar no es algo que sea evidente. De manera muy probable, la misma familia no se da cuenta de la existencia de este patrón.

El hecho de que alguno de los miembros de las familias se “salga” por decirlo así, del patrón, no quiere decir que éste no exista, sino que se trata de una modificación que puede incluirse en el futuro dentro del patrón de preferencia. Esto muestra que el patrón no es rígido, pues de la misma forma en que va cambiando la familia conforme cambia la situación de sus miembros, que crecen y cambian en aficiones y hasta en personalidad, así también cambia el patrón de preferencia. Entonces, ¿cómo puede ser llamado “patrón”? Lo es en tanto que sirve de guía para la elección de programas. Por poner un ejemplo: es como una serie de carreteras por las que pueden ir las preferencias familiares e individuales, no es posible ir a campo traviesa, sino que es necesario circular por los caminos establecidos. Pero en caso de que algún miembro de la familia elija de manera diferente al patrón, es muy probable que abra un nuevo camino que posiblemente en el futuro se convierta en una carretera más del patrón.

Así, cuando hay posibilidad de hacer una nueva elección de un programa, ésta se basa en el patrón de preferencia.

El patrón de preferencia varía de familia en familia y está supeditado al sentido que la familia da a los programas que ve en televisión. Sin embargo, es posible que este patrón exista como común denominador en las familias.

Televidencia, un proceso multimediado

En el presente trabajo, la familia fue considerada como una de las instituciones mediadoras más importantes para los televidentes en la que se producen y reproducen significados. Leoncio Barrios²¹⁶ en su estudio con familias en

²¹⁶ Barrios Leoncio, “Televisión, Comunicación y Aprendizaje en el contexto de la Familia”, en Orozco Gómez, Guillermo, *Hablan los televidentes...* pp. 55-73.

Venezuela, sostiene que la tesis de la audiencia activa está directamente relacionada con los procesos mediacionales que la familia genera, entre ellos, el modelaje acerca del uso de la televisión. Aquí es posible concluir que la familia actúa directamente en la práctica de ver televisión y no sólo en la negociación de significados. La televidencia individual sería distinta a la televidencia compartida con otros miembros de la familia, por lo tanto, en gran medida las prácticas de recepción dependen de la familia.

La mediación familiar se hizo evidente también en el hecho de que los hijos expresaron su opinión sobre la televisión de manera semejante a la expresada por sus padres. Un ejemplo de esto es que las razones expuestas por la madre para prohibir a los hijos ver algún programa están basadas, gran parte de las veces, en valoraciones tales como: es un programa feo, es un programa no deseable para niños, son sólo tonterías. Estas valoraciones se vieron reflejadas también en algunas de las razones por las que los hijos eligen no ver algún programa, quienes coincidieron con sus madres (en ausencia de ellas) y dijeron que hay ciertos programas que no ven porque «son tonterías».

Respecto a la forma en que el tipo de relación familiar influye en el sentido que las familias se forman de la televisión, fue posible encontrar que para las familias de tipo represivo, la televisión es una tecnología que es más dañina (en cuanto a la posibilidad de cambiar valores) que positiva, mientras que para las familias de tipo activo, la televisión tiene aspectos buenos (aprendizaje, complemento para el trabajo) o malos (cambio de valores) depende del uso e interpretación que se le dé a ésta; por último, para las familias clasificadas como permisivas, la televisión tiene la función principal de entretener.

BIBLIOGRAFÍA

- ACUÑA, Alejandro, "Familia y televisión", en Rebeil (coord.), *Propuestas para asociaciones de televidentes*, AMIC/Universidad Iberoamericana, México, 1986, 18 pp.
- BARRIOS, Leoncio, "Television, telenovelas and family life in Venezuela", en Lull, James (ed.), *World families watch television*, SAGE Publications Inc. California, USA, 1988.
- "Televisión, comunicación y aprendizaje en el contexto de la familia", en Orozco Gómez, Guillermo, *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*, Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, Núm. 4, Universidad Iberoamericana, México, 1992.
- BAUTISTA, Angélica, COVARRUVIAS, Karla y URIBE, Ana B., "Televisión y familia. Una experiencia etnográfica en la vida de tres hogares colimenses", en Lameiras y Galindo (eds.), *Medios y mediaciones*, El Colegio de Michoacán/ITESO, Guadalajara, 1994, pp. 101-127.
- *Cuéntame en qué se quedó. La telenovela como fenómeno social*, Trillas/FELAFACS, México, 1994a.
- BUSTOS, Romero, Olga, *Por los caminos de la telenovela mexicana*, Revista mexicana de comunicación, Núm. 35, FMB, México, junio-julio, 1994, pp. 42-44.
- CARVAJAL González, Juana Celia, *Ciclo vital familiar en los hogares de Aguascalientes (1990)*, en Cuadernos de trabajo, Desarrollo social, septiembre-octubre, Gobierno del Estado de Aguascalientes, Oficina de Coordinación de Asesores, 1995.
- CASSETI, Francesco y DI CHIO, Federico, *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*, Ed. Paidós, Barcelona, 1999.
- COFFEY, Amanda y ATKINSON, Paul, *Making sense of qualitative data. Complementary research strategies*, SAGE Publication, USA, 1996.
- CORONA, Sarah, "El niño y la televisión: una relación de doble apropiación (el caso de los Superamigos)", en Sánchez Ruiz, Enrique E. (comp.), *Teledicción infantil: imito o realidad?*, Universidad de Guadalajara, 1989, pp. 69-77.
- COVARRUVIAS Cuéllar, Karla Y., "¡Córrele que ya empezó! La familia y las telenovelas", en González, Jorge A. (comp.), *La cofradía de las emociones*

- (in)terminables. *Miradas sobre telenovelas en México*, Universidad de Guadalajara, México, 1998, pp. 278-31.
- CHARLES, Mercedes, "La televisión y los niños. El reto de vencer al Capitán América", en Sánchez Ruiz, Enrique E. (comp.), *Teleadicción infantil: ¿mito o realidad?*, Universidad de Guadalajara, 1989, pp.15-25.
- DE LOPES, Maria Immacolata Vasallo, "Reflexiones metodológicas sobre la investigación de recepción", en Cervantes Barba Cecilia y Sánchez Ruiz Enrique E., *Investigar la comunicación, propuestas iberoamericanas*, Universidad de Guadalajara, CEIC, ALAIC, 1994, pp. 172-182.
- FAMECOM www.uaemex.mx/pwww/famecom/
- FUENTES Navarro Raúl, y SÁNCHEZ Ruiz, Enrique, "Investigación sobre comunicación en México: Los retos de la institucionalización", en Orozco Gómez, Guillermo, *La Investigación de la Comunicación en México: Tendencias y perspectivas para los noventas*, Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, Núm. 3, Universidad Iberoamericana, México, 1992.
- Navarro, Raúl, *La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994*, ITESO, Universidad de Guadalajara, 1996.
- GARCÍA Silberman, Sarah y RAMOS Lira, Luciana, *Medios de comunicación y violencia*, Instituto Mexicano de Psiquiatría, Fondo de Cultura Económica, México, 1998.
- GIL Olivo, Ramón, "Los niños purépechas y la televisión", en Sánchez Ruiz, Enrique E. (comp.), *Teleadicción infantil: ¿mito o realidad?*, Universidad de Guadalajara, 1989, pp. 53-67.
- GONZÁLEZ, Jorge A., "Las estructuras del encanto: Ideas para analizar la producción social de las telenovelas", en Cervantes Barba, Cecilia y Sánchez Ruiz, Enrique E. (coordinador), *Investigar la comunicación. Propuestas iberoamericanas*, Universidad de Guadalajara, CEIC, ALAIC, 1994, pp. 105-134.
- Comp., *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México*, Universidad de Guadalajara, México, 1998.
- "La cofradía de las emociones (in)terminables: construir las telenovelas mexicanas", en González, Jorge A. (coomp), *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México*, Universidad de Guadalajara, México, 1998b, pp. 31-71.
- "El regreso de la cofradía de las emociones (in)terminables: telenovela y memoria en familia", en González, Jorge A. (comp), *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México*, Universidad de Guadalajara, México, 1998c.

- “Metodología y sociología reflexivas: navegar procelosos mares del placer”, en González Jorge A. (comp.), *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México*, Universidad de Guadalajara, México, 1998d, pp. 205-224.
- GONZÁLEZ, Jorge A. y MUGNAINI, Fabio, “Telenovelas al día: protocolo de observación etnográfica”, en González, Jorge A. (comp), *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México*, Universidad de Guadalajara, México, 1998, pp. 233-253.
- GUADARRAMA Rico, Luis Alfonso, *Dinámica familiar y televisión. Un estudio sistémico*, Cuadernos de investigación, Cuarta época, Núm. 1, Universidad Autónoma del Estado de México, 2000, pp. 272.
- HERRÁN Monedero, Claudia, “Un salto no dado: de las mediaciones al sentido”, en Orozco Gómez, Guillermo (comp.), *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, Núm. 6, Universidad Iberoamericana, México, 1994.
- IGLESIAS Prieto, Norma Victoria, *La recepción crítica: posibilidades de acción en México, Propuestas para asociaciones de televidentes*, AMIC/Universidad Iberoamericana, México, 1986, pp. 19.
- INEGI Aguascalientes, *Conteo de Población y Vivienda 1995. Resultados Definitivos. Tabulados básicos*, INEGI, México.
- *Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica, 1997, Metodología y tabulados*, INEGI, Ags., México.
- *Niveles de Bienestar en México*, INEGI, México, pp. 101-138. Sin año de publicación, pero basado en los datos de 1990.
- Página del INEGI en internet, (Resultados del Censo de Población y Vivienda, 2000), www.inegi.gob.mx
- JACKS, Nilda, “Televisión e identidad en los estudios de recepción”, en *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, Núm. 6. PROIICOM, UIA, 1994.
- “Televisión, recepción, identidad: cuestiones e imbricaciones”, en Orozco Gómez, Guillermo, *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Universidad Latinoamericana, México, 1996, pp. 173-195.
- JENSEN, Klaus Bruhn, *La semiótica social de la comunicación de masas*, Bosch Comunicación, Barcelona, 1997, pp 362.
- JENSEN, Klaus Bruhn y ROSEGREN, Karl Erik, “Five traditions in search of the audience”, en *European journal of communication*, (SAGE, London, Newbury Park and New Delhi), Vol. 5, 1990, pp. 207-238.

- KAPLÚN, Mario, "Contextualizando la recepción", en *Revista Chasqui*, Núm. 45, abril, Quito, Ecuador, 1993.
- LUNA Cortés, Carlos E., *Cinco hipótesis sobre la recepción del melodrama televisivo*, Renglones, Núm. 15, ITESO, Guadalajara, diciembre, 1989.
- LULL, James (ed.), *World families watch television*, SAGE Publications Inc. California, USA, 1988.
- La "veracidad" política de los estudios culturales, en *Comunicación y Sociedad* Núm. 29, enero-abril, Universidad de Guadalajara, 1997, pp. 55-71.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1987.
- *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*, FELAFACS, Gustavo Gili, México, 1987b, pp. 212.
- MARTÍNEZ Ramos, Dora, *Patrones de exposición a televisión y medios impresos y habilidades de razonamiento verbal en estudiantes de primer ingreso de la Universidad de Monterrey*, Tesis de Maestría en Educación con especialidad en Comunicación, ITESM, Monterrey, 1993, pp. 112.
- MEJÍA Arauz, Rebeca y SANDOVAL, Sergio Antonio (coords.), *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde la práctica*, ITESO, México, 1998.
- MORLEY, David, "Domestic Relations: The framework of family viewing in Great Britain", en Lull, James (ed.), *World families watch television*, SAGE publications Inc., California, USA, 1988.
- *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Amorrortu editores, Buenos Aires, 1996.
- OROZCO Gómez, Guillermo, La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencias, en *Comunicación y sociedad*, Núm. 10-11, septiembre-abril 1991, pp. 107-128.
- Mediaciones familiares y escolares en la recepción televisiva de los niños (Algunos hallazgos recientes), en *Comunicación y sociedad*, Núm. 13, septiembre-diciembre 1991b, pp. 113-129.
- "Familia, televisión y educación en México, La 'teoría educativa' de la madre como mediación, en la recepción televisiva de los niños", en Orozco Gómez, Guillermo, *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*, Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, Núm. 4, Universidad Iberoamericana, México, 1992.
- "El Niño como aprendiz y televidente en los estudios de audiencia en México (1968-1990)", en Orozco Gómez, Guillermo, *La Investigación de*

- la comunicación en México: Tendencias y perspectivas para los noventas*, Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, Núm. 3, Universidad Iberoamericana, México, 1992b.
- *Televisión y producción de significados (tres ensayos)*, Universidad de Guadalajara, México, 1994.
- “Viendo detrás de la pantalla. Una forma de explorar la relación entre televisión e ideología”, en *Televisión y producción de significados (tres ensayos)*, Universidad de Guadalajara, México, 1994b.
- Recepción televisiva y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia, en Orozco Gómez, Guillermo (comp.), *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, Núm. 6, Universidad Iberoamericana, México, 1994c.
- “Televisión, receptores y negociación de significados. Algunas notas epistemológicas”, en *Televisión y producción de significados (tres ensayos)*, Universidad de Guadalajara, México, 1994d.
- “Recepción televisiva desde el modelo de los efectos de los medios. Un análisis epistemológico de sus premisas”, en Orozco Gómez, Guillermo (comp.), *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, Núm. 6. Universidad Iberoamericana, México, 1994e.
- “No hay una sola manera de ‘hacer’ televidentes”, en Lameiras, José y Galindo, Jesús, *Medios y mediaciones*, Colegio de Michoacán, ITESO, 1994f, pp. 61-83.
- *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*, Universidad Iberoamericana, Editorial de la Torre, Madrid, 1996.
- (Coord.), *Miradas latinoamericanas a la televisión*. Ensayos del PROIICOM 2. Universidad Iberoamericana, México, 1996b.
- “Televisión y educación: lo enseñado, lo aprendido y lo otro”, en Orozco Gómez, Guillermo (coord.), *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Ensayos del PROIICOM 2, Universidad Iberoamericana, México, 1996c, pp. 143-172.
- *La influencia de la televisión en la juventud es algo más que una ideología. Aproximación cualitativa a las comunidades de significación familiar*, Comunicación y sociedad (DECS, Universidad de Guadalajara), Núm. 29, enero-abril 1997, pp. 93-117.
- *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios*, Ediciones de periodismo y comunicación, Argentina, 1997b.
- *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*, Universidad Nacional de la Plata, Instituto Mexicano para el Desarrollo Co-

- munitario, Guadalajara, Jalisco, México, 1997c.
- “La recepción de la TV desde la familia y la escuela”, en Arévalo, Javier (coord.), *Didáctica de los medios de comunicación*, SEP, Programa Nacional de Actualización Permanente, México, 1998.
- *Los caminos de la (Recepción Televisiva) en América Latina*, Manuscrito en versión semifinial preparado para el número especial de la revista *Problemes d'Amérique Latine*, Enero, Francia, 1999.
- “Televidencias. Una perspectiva epistemológica para el análisis de las interacciones con la televisión”, en Orozco Gómez, Guillermo (coord.), *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*, Proyecto didáctico Quirón, Ediciones de la Torre, Madrid, 2000, pp. 109-119.
- PADILLA De la Torre, Rebeca, *Telenovelas e identidad de género. Un análisis entre familias de Aguascalientes*, Tesis Maestría en Comunicación, Universidad de Guadalajara, 2002.
- *Programa de desarrollo urbano de la ciudad de Aguascalientes, 1994-2010*, publicado en el Periódico Oficial del Estado, Suplemento al Núm. 33, Tomo LVII, Aguascalientes, Ags., 14 de agosto de 1994.
- REGUILLO Rossana, “De la pasión metodológica o de la (paradójica) posibilidad de la investigación”, en Mejía, Arauz Rebeca y Sandoval, Sergio Antonio (coords.), *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde la práctica*, ITESO, México, 1998.
- RENERO Quintanar, Martha, “La mediación familiar en la construcción de la audiencia. Prácticas de control materno en la recepción ‘tele-viciva’ infantil”, en Orozco Gómez, Guillermo, *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*, Cuadernos de comunicación y prácticas sociales, Núm. 4, Universidad Iberoamericana, México, 1992.
- “De géneros televisivos y usos familiares”, en *Comunicación y sociedad*, Universidad de Guadalajara, Núm. 14-15, Enero-agosto 1992, pp. 19-38.
- *Prácticas culturales de mediación y comunicación familiar*, Manuscrito. Reporte Final de Investigación, Universidad Iberoamericana, México, 1995.
- “Audiencias selectivas en el entorno de la oferta multiplicada; el discurso materno acerca de los usos de la televisión y otros medios”, en *Comunicación y sociedad*, Núm 24, mayo-agosto 1995b, pp. 127-153.
- “La influencia de la televisión en la juventud es algo más que una ideología. Aproximación cualitativa a las comunidades de significación familiar”, en *Comunicación y sociedad* (DECS, Universidad de Guadalajara),

- Núm. 29, enero-abril 1997, pp. 93-117.
- REYNAGA Obregón, Sonia, "Perspectivas cualitativas de investigación en el ámbito educativo. La etnografía y la historia de vida", en Mejía Arauz, Rebeca y Sandoval, Sergio Antonio (coords.), *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde la práctica*, ITESO, México, 1998.
- RUBIN Herbert J. y RUBIN, Irene S., *Qualitative interviewing. The art of hearing data*, SAGE Publication, USA, 1995.
- SAINTOUT, Florencia, "La perspectiva de la recepción de los medios masivos. Una primera exploración", en *Comunicación y sociedad* Núm. 32, enero-abril, Universidad de Guadalajara, México, 1998, pp. 201-226.
- SÁNCHEZ Ruiz, Enrique E.; (comp.), *Teleadicción infantil: ¿imito o realidad?* Universidad de Guadalajara, México, 1989. 157 pp.
- "El niño jalisciense y la publicidad televisiva (o 'dime qué comes y te diré qué canal ves')", en Sánchez Ruiz, Enrique E. (comp.), *Teleadicción infantil: ¿imito o realidad?*, Universidad de Guadalajara, 1989b, pp. 27-52.
- *Tendencias en la investigación sobre la televisión en México, 1950-1990*, Comunicación y sociedad, CEIC, Universidad de Guadalajara, 1992, pp. 114.
- *La investigación mexicana sobre las industrias culturales. Retos para el nuevo milenio*, Manuscrito 1997.
- SÁNCHEZ Ruiz, María Elena, "El niño y la televidencia: ¿juego de sentimiento o juego de ideologías?", en Sánchez Ruiz, Enrique E. (comp.), *Teleadicción infantil: ¿imito o realidad?*, Universidad de Guadalajara, 1989, pp. 109-131.
- SCHWARTZ, Howard y Jacobs, Jerry, *Sociología cualitativa. Método para la reconstrucción de la realidad*, Editorial Trillas, México, 1984.
- URIBE, Ana, "La telenovela en la vida familiar cotidiana: apuntes de investigación", en González, Jorge A. (comp.), *La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México*, Universidad de Guadalajara, 1998.
- WOLF, Mauro, *La Investigación de la Comunicación de Masas. Crítica y Perspectivas*, Colección dirigida por Umberto Eco, Paidós, México, 1997.

ANEXOS

TABLA 1
ESTACIONES DE RADIO Y TELEVISIÓN

ENTIDAD FEDERATIVA	am		fm		tv		suma	sist.	suma.	Total
	conc.	perm.	conc.	perm.	conc.	perm.	conc.	rest.	perm.	
Aguascalientes	12	2	4	2	5	1	21	0	5	26
Baja California	31	2	29	5	23	4	83	0	11	94
Baja California Sur	10	2	9	0	18	1	37	0	3	40
Campeche	9	5	2	0	10	1	21	0	6	27
Coahuila	46	2	26	4	31	3	103	0	9	112
Colima	10	1	5	0	11	1	26	0	2	28
Chiapas	26	9	7	4	26	12	59	1	25	85
Chihuahua	51	2	25	2	32	9	108	0	13	121
Distrito Federal	31	2	22	5	8	1	61	3	8	72
Durango	9	1	2	1	12	0	23	0	2	25
Guanajuato	36	2	14	3	7	5	57	0	10	67
Guerrero	24	6	11	1	20	2	55	0	9	64
Hidalgo	6	7	4	3	4	11	14	0	21	35
Jalisco	46	2	26	5	17	6	89	1	13	103
Edo. de México	6	5	8	0	8	7	22	0	12	34
Michoacán	36	4	6	0	22	7	64	0	11	75
Morelos	4	1	14	3	3	3	21	0	7	28
Nayarit	13	2	2	0	8	1	23	0	3	26
Nuevo León	28	1	23	11	8	3	59	1	15	75
Oaxaca	22	12	5	4	23	8	50	0	24	74
Puebla	20	1	14	2	6	2	40	1	5	46
Querétaro	9	2	7	1	5	0	21	0	3	24
Quintana Roo	8	5	3	1	12	6	23	0	12	35
San Luis Potosí	19	2	8	1	15	6	42	0	9	51
Sinaloa	34	2	10	2	16	0	60	0	4	64
Sonora	50	2	24	15	30	53	104	0	70	174
Tabasco	14	2	6	2	13	0	33	1	4	38
Tamaulipas	47	3	26	16	35	1	108	0	20	128
Tlaxcala	2	0	2	1	0	5	4	0	6	10
Veracruz	61	3	23	0	16	5	100	1	8	109
Yucatán	15	2	6	6	9	3	30	0	11	41
Zacatecas	12	0	4	1	13	3	29	0	4	33
Total	747	94	377	101	466	170	1590	9	365	1964

TABLA 2
TABLA DE COMPARACIÓN DE FAMILIAS

Familia	Vivienda (zona)	Ingreso mensual	Núm. de miembros	Hijos en casa	Ocupación padre	Ocupación madre	Escolaridad máxima	Ocupación hijos	Edad hijos
FA	residencial	67,000	4	3	...	ama de casa	postgrado	profesionistas	adultos
FC	popular	5,600	5	3	empleado	ama de casa	primaria	estudiantes	adolescentes y niños
FD	residencial	50,000	4	2	profesionista indep.	ama de casa	superior	estudiantes	adultos
FF	media	15,000	4	2	empresario	ama de casa	superior	estudiantes	niños
FG	residencial	30,000	7	3	ejecutivo	ama de casa	media	estudiantes	adultos, adolescentes y niños
FJ	media	20,000	2	1	...	ejecutiva	postgrado	estudiante	niña
FM	media	4,500	5	3	empleado	micro-empresaria	superior	estudiantes, empleados	jóvenes
FP	rural	7,000 (2 fam.)	10 nietos	5 y 2	empleado doméstica	empleada	primaria	estudiantes, empleados	adolescentes y niños
FR	media	10,000	4	2	empleado	ama de casa	superior	estudiantes	niños
FS	popular	3,800	6	4	empleado	emp. doméstica	primaria	estudiantes	adolescentes y niños
FU	popular	8,000	5	2	obrero	ama de casa	superior	estudiantes empleados	adultos

continuación

Familia	Vivienda (zona)	Ingreso mensual	Núm. de miembros	Hijos en casa	Ocupación padre	Ocupación madre	Escolaridad máxima	Estrato social
FF	media	15,000	4	2	empresario	ama de casa	superior	media
FJ	media	20,000	2	1	...	ejecutiva	postgrado	media alta
FM	media	4,500	5	3	empleado	micro empresaria	superior	media baja
FR	media	10,000	4	2	empleado	ama de casa	superior	media
FC	popular	5,600	5	3	empleado	ama de casa	primaria	baja
FS	popular	3,800	6	4	empleado	empleada doméstica	primaria	baja
FU	popular	8,000	5	2	obrero	ama de casa	superior	media baja
FP	rural	7,000	10 (2 familias)	5 y 2 nietos	empleado	empleada doméstica	primaria	baja
FA	residencial	67,000	4	3	...	ama de casa	postgrado	alta
FD	residencial	50,000	4	2	profesionista indep.	ama de casa	superior	alta
FG	residencial	30,000	7	3	ejecutivo	ama de casa	media	media alta

TABLA 3
CLAVES DE NOMBRES DE FAMILIAS Y MIEMBROS DE FAMILIAS

Familia	Hijos (as)	Clave	Padres	Clave
FS	hijo(a) 1	FSH1	padre	FSP
	hijo(a) 2	FSH2	madre	FSM
	hijo(a) 3	FSH3		
	hijo(a) 4	FSH4		
FD	hijo(a) 1	FDH1	padre	FDP
	hijo(a) 2	FDH2	madre	FDM
FC	hijo(a) 1	FCH1	padre	FCP
	hijo(a) 2	FCH2	madre	FCM
	hijo(a) 3	FCH3		
FF	hijo(a) 1	FFH1	padre	FFP
	hijo(a) 2	FFH2	madre	FFM
FG	hijo(a) 1	FGH1	padre	FGP
	hijo(a) 2	FGH2	madre	FGM
	hijo(a) 3	FGH3		
	hijo(a) 4	FGH4		
	hijo(a) 5	FGH5		
FM	hijo(a) 1	FMH1	padre	FMP
	hijo(a) 2	FMH2	madre	FMM
	hijo(a) 3	FMH3		
FR	hijo(a) 1	FRH1	padre	FRP
	hijo(a) 2	FRH2	madre	FRM
FJ	hijo(a) 1	FJH1	madre	FJM
FP	hijo(a) 1	FPH1	padre	FPP
	hijo(a) 2	FPH2	madre	FPM
	hijo(a) 3	FPH3		
	hijo(a) 4	FPH4		
	hijo(a) 5	FPH5		
	nuera	FPNu		
	nieto 1	FPN1		
	nieto 2	FPN2		
FA*	hijo(a) 1	FAH1	madre	FAM
	hijo(a) 2	FAH2		
	hijo(a) 3	FAH3		
FU	hijo(a) 1	FUH1	padre	FUP
	hijo(a) 2	FUH2	madre	FUM
			tío	FUT

* Esta familia tiene sólo tres hijos(as) en casa, los otros dos han formado ya sus propias familias.
Por esta razón, para efectos del estudio, sólo han sido considerados los que viven aún en la casa paterna.

TABLA 4
 NÚMERO DE DÍAS DE OBSERVACIÓN,
 ENTREVISTAS Y ENTREVISTADOS POR FAMILIA

Familia	Entrevistas*	Entrevistados (as)*	Días de observación	Mes de realización
FM	3	5	3	marzo
FC	4	4	4	abril
FS	2	4	4	abril/mayo
FR	4	4	4	julio
FD	3	3	4	julio/agosto
FJ	2	2	3	agosto
FF	3	3	3	agosto
FG	3	3	5	jul/ago/sep
FA	2	2	4	sep/oct
FU	2	2	1	octubre
FP	1	1	5	oct/nov
Total	26	30	34	9 meses total
Total de familias observadas:		11 familias		

* Ver detalle de entrevistas en la Tabla 5.

TABLA 5
*DETALLE DE ENTREVISTAS

Familia	Número de entrevistas	Entrevista núm.	Tipo de entrevista	Personas que participan
FS	2	1	Grupal	FSH1, FSH2, FSH3
		2	Grupal	FSP y FSM
FD	3	1**	Individual	FDH1
		2	Individual	FDM
		3	Individual	FDP
FC	4	1	Individual	FCM
		2	Individual	FCP
		3	Individual	FCH1
		4	Individual	FCH2
FF	3	1	Individual	FFM
		2	Individual	FFH1
		3	Individual	FFP
FG	3	1	Individual	FGM
		2	Individual	FGH3
		3	Individual	FGH5
FM	3	1	Individual	FMH2
		2	Grupal	FMP y FMM
		3	Grupal	FMP, FMM, FMH1 y FMH2
FR	4	1	Individual	FRM
		2	Individual	FRH1
		3	Individual	FRH2
		4**	Individual	FRP
FJ	2	1	Individual	FJM
		2	Individual	FJH1
FA	2	1	Individual	FAM
		2	Individual	FAH3
FP	1	1	Individual	FPM
FU	2	1	Individual	FUH1
		2**	Individual	FRM

** No existe grabación de estas entrevistas. Están reportadas en las fichas de observación de la familia que corresponda.

CUADRO NÚM. 1
NÚMERO DE TELEVISORES Y ACCESO A TELEVISIÓN POR CABLE

Familia	Clasificación	Televisores	Televisión por cable
FM	Media-baja	2	Sí
FU	Media-baja	3	No
FF	Media-media	3	Sí
FR	Media-media	3	Sí
FJ	Media-alta	2	No
FG	Media-alta	3	Sí

CUADRO NÚM. 2
TIPOS DE COMENTARIOS EN EL SENO FAMILIAR
EN TORNO A LA TELEVISIÓN
TABLA POR ESTRATO ECONÓMICO Y FRECUENCIA

Comentarios	Familias		
	Estrato bajo	Estrato medio	Estrato alto
Repiten lo que se dice en la tv	+	+	—
1. Anticipan la acción.	+	+	—
2. Son exclamaciones sobre escenas específicas.	+	+	+
3. Hablan directamente con los personajes.	+	+	—
4. Surgen de los programas, pero no se relacionan con ellos.	+	+	+
5. Son pláticas totalmente ajenas a la televisión.	+	+	+
6. Son comentarios a destiempo, ya sea en familia o en ámbitos distintos al familiar.	—	+	+
7. Son críticas directas contra los programas favoritos de otros miembros de la familia.	—	+	+

+ Se presentan con mayor frecuencia.

— Se presentan con menor frecuencia.

CUADRO NÚM. 3
TIPO DE TELEVIDENCIA POR ESTRATO ECONÓMICO

Estrato	Tipo de Televidencia (compañía)	Tipo de Televidencia (agenda)
Bajo	Compartida	Exclusiva
Medio	Semicompartida	Por horarios
Alto	De semicompartida a solitaria	Casual y por horarios

CUADRO NÚM. 4
EXPOSICIÓN A LA TELEVISIÓN Y POSESIÓN DEL CONTROL REMOTO

Familia	Persona	Exposición a la televisión según la agenda televisiva familiar	Poseión del control remoto al ver televisión
FS	madre	+	... (sin control remoto)
	padre	+ o —	...
	hijos	+	...
FC	madre	+	...
	padre	+ o —	...
	hijos	+	...
FP	madre	+	...
	padre	+ o —	...
	hijos	—	...
	hijas	+	...
	nuera	+	...
FM	madre	+	Por horarios
	padre	—	A veces
	hijo	+	Frecuentemente
	hijas	—	Por horarios
	hijos	—	Nunca
FU	madre	—	A veces
	padre	—	A veces
	hijo	+ o —	Frecuentemente
	hija	+	Frecuentemente
	tío	+	Frecuentemente
FF	madre	—	Por horarios
	padre	+	Siempre
	hijos	+	Frecuentemente
FR	madre	+	A veces
	padre	+	Frecuentemente
	hijo	+	Frecuentemente
	hija	+	A veces
FJ	madre	—	Frecuentemente
	hija	+	Frecuentemente

continuación

Familia	Persona	Exposición a la televisión según la agenda televisiva familiar	Posesión del control remoto al ver televisión
FG	madre	—	A veces
	padre	—	Frecuentemente
	hijos	+ o —	Frecuentemente
	hijas	+	Frecuentemente
FD	madre	+ o —	Frecuentemente
	padre	—	A veces
	hijas	+	Frecuentemente
		—	Por horarios
	hijo	+	Siempre
	hijas	—	Por horarios

CUADRO NÚM.5
TIPOS DE FAMILIAS (INTERACCIÓN COMUNICATIVA FAMILIAR)

Familias	Estrato Socio económico	Tipo de familia, según Brown y Linne	Tipos de familia, según Lull	Tipo de comunicación
FS	Bajo	Permisiva	Socio orientada	Inflexible
FP	Bajo	Permisiva	Socio orientada	Inflexible
FC	Bajo	Permisiva/activa	Socio orientada	Flexible
FM	Medio bajo	Activa	Concepto orientada	Flexible
FU	Medio bajo	Permisiva	Concepto orientada	Flexible
FF	Medio medio	Permisiva	Concepto orientada	Flexible
FR	Medio medio	Activa	Socio orientada	Flexible
FG	Medio alto	Preocupada por la cantidad	Concepto orientada	Flexible
FJ	Medio alto	Preocupada por la cantidad	Concepto orientada	Flexible
FD	Alto	Permisiva	Concepto orientada	Flexible
FA	alto	Represiva	Concepto orientada	Flexible

LA INTERACCIÓN ENTRE LAS FAMILIAS
Y LA TELEVISION. UN ESTUDIO EN
AGUASCALIENTES

Primera edición

Se imprimió en el mes de noviembre de 2003
en los talleres de Prograf, S. A. de C. V.,
Hidalgo Oriente No. 547,
Cd. Victoria, Tams.

La edición consta de 600 ejemplares
y estuvo al cuidado del Departamento Editorial
de la Universidad Autónoma de Aguascalientes

Diseño Gráfico: Rubén Rodríguez

¿Qué pasa entre las familias y la televisión? La familia es una de las comunidades de interpretación más importantes. En familia se produce la primera apropiación de los mensajes televisivos, se les otorga un sentido y un significado concretos, en ella el individuo crea su sentido de la vida y de la sociedad.

La interacción con la televisión. Un adentra en la para entender de la televisión

comunicación familiar se contextualiza, y a la vez se retroalimenta por la interacción con la televisión.

El libro ofrece un recorrido por las propuestas teóricas desde las cuales se ha estudiado la recepción, hasta llegar a una descripción de las prácticas adoptadas al momento de ver la televisión.

Ana María Navarro Casillas es licenciada en Comunicación Medios Masivos por la Universidad Autónoma de Aguascalientes (UAA) y maestra en Sociología de la Cultura por la Universidad de Guadalajara. Ha sido colaboradora de prensa y en un canal de televisión de la localidad. Actualmente es profesora investigadora del Centro de Ciencias Sociales y Humanidades de la UAA.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES



229135

D
I
B