

# De géneros televisivos y usos familiares

Marta Renero Quintanar\*

Resulta frecuente escuchar que las amas de casa gustan de ver habitualmente determinada telenovela mientras desechan otra, principalmente a partir del reconocimiento de los actores y actrices del momento. Se escuchan comentarios tales como: “Verónica Castro me cae mejor que Lucía Méndez”.<sup>1</sup>

\* Profesora e investigadora del Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales. Dirección de Investigación y Posgrado, Universidad Iberoamericana, México.

1 “En 1986, la retransmisión de la telenovela *Los ricos también lloran* por los canales de Televisa, hizo que renovara su éxito (radiofónico de años atrás) y se diera a conocer más allá de las fronteras de este país; según sus propagandistas en Italia se convirtió en todo un acontecimiento y dio lugar a la ‘Veromanía’ (su estrella es Verónica Castro)”. Raúl Trejo Delarbre (1988: 107). Para el público en general, Televisa significa los espectáculos, las estrellas, los cómicos, los comentaristas de noticias y locutores, las telecomedias y los noticiarios. Televisa es desde luego, la mayor industria de televisión en idioma español y una de las más grandes e influyentes del mundo —en 1986, dice llegar a más de 66 millones de telespectadores en México, y 12 millones de telehogares, por medio de 78 centros emisores, 75 estaciones repetidoras, 12 estaciones locales y 6 regionales; en Estados Unidos la cadena Univisión propiedad del consorcio llega a más de 18 millones de hispano parlantes—. Pero como apunta un intelectual, “Televisa también significa la incursión más notoria que haya tenido ninguna empresa latinoamericana en el hermético mercado de Estados Unidos, la explotación del deporte en aras de intereses mercantiles, el despliegue de una concepción melodramática y banal del teleteatro, una significativa presencia en el radio que es el medio de información de mayor popularidad, el virtual acaparamiento de la industria del video en nuestro país, la producción más importante en la cinematografía mexicana reciente, y la imposición de la televisión centralizada que se origina en la ciudad de México y que impide hacer una televisión distinta en el interior del país” (Raúl Trejo Delarbre *op. cit.*: 8).

Sin embargo, nos preguntamos cómo se genera el gusto de la gente hacia los géneros televisivos y qué implicaciones tiene la práctica de su disfrute en el contexto de la cultura familiar mexicana.

Jesús Martín Barbero puntualiza que es a través de los géneros televisivos y radiofónicos que se activa la “competencia cultural de las audiencias”.<sup>2</sup>

El género deja de ser así una cualidad de lo textual literario, para pasar a ser una *estrategia de comunicabilidad*, y un modo de hacer reconocible la competencia comunicativa tanto del destinador como del destinatario.

Así, la competencia textual-narrativa del género deja de ser sólo una condición de la emisión, para pasar a serlo también de la recepción...

cualquier telespectador sabe que cuando un texto/relato ha sido interrumpido, es capaz de completarlo, de resumirlo, de compararlo con otros relatos. Hablantes del idioma de los géneros, los telespectadores, como indígenas de una cultura textualizada “desconocen” su gramática, pero son capaces de hablarlo.<sup>3</sup>

Por esto, es posible abordar los géneros no sólo en términos de semántica o sintaxis, sino como intento de reconstrucción de una *pragmática*, de los momentos de una negociación a través de los cuales opera su re-conocimiento en una comunidad cultural. Si en las reglas de configuración de los géneros “ancla el reconocimiento cultural de los grupos”, entonces podemos preguntarnos por las modalidades que adquiere este reconocimiento en un grupo de familias mexicanas.

2 Dice Jesús Martín Barbero: “en los usos de los géneros habla no sólo la clase social, habla también la competencia cultural que atraviesa las clases por la vía de la educación formal, pero sobretodo por las modalidades de las etnias, las culturas regionales, los dialectos locales y los distintos mestizajes urbanos. Competencia que vive de la memoria —narrativa, gestual, auditiva— y de los imaginarios actuales que alimentan a los sujetos sociales” (Martín Barbero 1987: 241).

3 Martín Barbero *op. cit.*: 242.

## *Algunas familias de la ciudad de México y los géneros televisivos*

Más que aludir a “la televisión” en general, encontramos que son los géneros televisivos los que resultan relevantes para algunas familias entrevistadas en la ciudad de México.

En el contexto de un reciente análisis sobre las “Mediaciones familiares y escolares en el proceso de recepción televisiva de los niños mexicanos”<sup>4</sup> encontramos que en la cosmovisión familiar, referirse a la televisión es manifestar una serie de representaciones discursivas acerca de los géneros, las cuales se inscriben en la pragmática cotidiana de su uso y disfrute.

En el estudio mencionado, de carácter “cualitativo” nos interesó aproximarnos al ámbito de significaciones familiares, considerando que existen en el país pocos estudios de audiencia que aborden las dinámicas intergeneracionales e intersexuales surgidas en el ámbito familiar, mediador importante del proceso de recepción televisiva.<sup>5</sup>

El criterio de validez utilizado fue el de comparar grupos diferenciados de receptores (“suficiencia comparativa”), a partir de su inserción en ámbitos escolares marcadamente diferenciados, que denominamos “audiencias escolares”.

- 4 El objetivo de este proyecto de investigación del doctor Guillermo Orozco, que se ubica dentro del “paradigma crítico” de la investigación de audiencias, fue conocer qué hace la familia y la escuela a la interacción del niño con la programación televisiva. La pregunta de fondo es por el papel de la cultura en la relación TV-receptores y por los aprendizajes informales de los niños a partir de la programación televisiva “no educativa” (Orozco 1989).
- 5 La aproximación metodológica “cualitativa” consiste en diseñar y aplicar un conjunto de métodos tales como la observación etnográfica, el estudio de caso, la entrevista en profundidad, etcétera, para explorar, describir e interpretar las apropiaciones de las significaciones televisivas predominantes en grupos diferenciados de receptores. El carácter cualitativo principal de este estudio consistió en explorar mediante entrevista semidirigida, “las razones y los modos de los sujetos sociales para hacer o dejar de hacer lo que hacen —a la interacción de sí y de otros sujetos a su cargo— con la televisión” (Orozco 1990).

La estrategia para la selección de las familias televidentes se hizo a partir de las escuelas, suponiendo que las familias cuyos hijos están adscritos a una misma “audiencia escolar”, tendrían hábitos comunes como televidentes, o por lo menos prácticas mediadoras recurrentes.<sup>6</sup>

El discurso de los padres de ocho familias de la capital, pertenecientes a audiencias escolares diferenciadas, se generó a partir de entrevistas semidirigidas, que nos dieron a conocer el ámbito de significación familiar configurado a partir de la percepción de ambos cónyuges.<sup>7</sup>

Encontramos que independientemente de que nosotros preguntáramos acerca de los particulares géneros televisivos, éstos resultan relevantes en el campo de significación familiar como modo de referirse a la entidad “televisión”. O sea, que la percepción de “lo televisivo” pasa por la percepción de los géneros audiovisuales en forma recurrente en todas las familias.<sup>8</sup>

- 6 Entrevistamos a un promedio de cinco familias por escuela en tres ciudades de la República mexicana (centro, provincia-occidente y ciudad fronteriza), recabando 60 entrevistas a familias, contestadas en su mayoría sólo por la madre. De este total, se logró integrar un grupo de 16 familias en las cuales la entrevista fue respondida por ambos cónyuges simultáneamente. Sin embargo, sólo en la ciudad de México se hicieron extensas entrevistas conyugales a ocho familias —de cuyo discurso se generó este ensayo— y que representan a su vez, a la totalidad de las audiencias escolares exploradas en el centro del país.
- 7 En la guía de entrevista inicial diseñada para ser respondida sólo por las madres de familia se exploró sobre: sus hábitos como televidente, su credibilidad hacia la televisión, su percepción de la influencia de la TV en la educación y socialización infantil y sus modos de intervención e interacción con los hábitos de recepción televisiva de sus hijos. Sin embargo, con el fin de abrir aún más la exploración del ámbito de significación familiar, se incluyó la interacción discursiva de ambos cónyuges respecto al proceso de recepción de su familia, y sin modificar el procedimiento de la entrevista semidirigida, se enriqueció el discurso acerca del ámbito de significación familiar.
- 8 El recorte propio del estudio citado privilegió la recepción de los géneros audiovisuales —televisivos, cinematográficos y videotecnológicos—. Y aunque no se excluyó la exploración de la recepción radiofónica e impresa, no se incluyó en el análisis la capacidad de lectura intertextos de las audiencias.

Por otra parte, 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.<sup>9</sup>

Más aún, si en el centro de esta orientación paterna y materna hacia los géneros televisivos colocamos —a través de la entrevista—, la preocupación por la “adecuada socialización de sus hijos” encontramos entonces la percepción potenciada y recurrente de los géneros como “objetos de polémica”, en dimensiones opuestas tales como “real-irreal”, “moral-inmoral” y “buen-mal ejemplo para los hijos”.

Lo que —inferimos— revela lo paradigmático de la moralidad popular y de la narrativa que le expresa.<sup>10</sup>

Aunque también muestra el hecho de que la apropiación y uso de los géneros parece reforzar ciertas pautas de interacción (asociadas a la formación y refuerzo de identidades sociales o “modos adecuados de ser” en los hijos), que a pesar de ser peculiares a cada familia, suponemos son similares a las mismas “audiencias escolares” y diferenciables entre audiencias (como resultado de una combinatoria de competencias culturales, de accesos videotecnológicos, de

9 Según Valerio Fuenzalida, “los géneros televisivos permiten a los perceptores, el reconocimiento de ‘lo privado’, o en el último de los casos, les permiten experimentar el pre-sentimiento de conflictos y situaciones vitales que les ocurrirán en un futuro no lejano y que gracias al discurso televisivo, pueden anticipar” (1990: 26-38).

Y aunque esto sea así en términos generales, existen sin embargo diferentes calidades en la producción de los géneros televisivos, que suponemos facilita o no el reconocimiento de “lo privado” de parte del receptor. Por ejemplo, una característica de la telenovela que estamos acostumbrados a ver en la televisión mexicana es el melodrama que representa situaciones límite y personajes de conductas polarizadas.

10 “el aspecto paradigmático del texto de los dramas seriados se establece a través de las interrelaciones de los personajes en el tiempo y no está tan presente en el texto en sí mismo, como en la referencia a episodios previos, elaborados en la memoria del perceptor”. (Sonia Livingstone 1988: 88.)

expectativas de movilidad social, de pertenencia a distintas sub-culturas, etcétera, que atraviesan a las clases sociales).

Es así como la memoria e imaginario de los adultos, se articulan diferencialmente respecto al texto televisivo y también proyectan —a través del discurso—, articulaciones diferenciales de sus hijos e hijas con relación al mismo género televisivo.

Si bien parece obvio afirmar que el género televisivo está asociado a cierta utilidad en la red de relaciones familiares, resulta pertinente preguntarse: ¿para qué les sirve la TV —a través de los géneros— a las familias mexicanas? Y también, ¿de qué manera el uso cotidiano de estos géneros, refuerza la caracterización en el ámbito familiar, de identidades sociales entre generaciones y entre sexos?

Presentamos a manera de hallazgos preliminares, y sin abundar en los contextos culturales en los cuales estas familias están insertas, el perfil de algunos géneros televisivos que resultaron relevantes para los padres de familia entrevistados.

El orden de mención en el cual los exponemos corresponde a su relevancia en el discurso conyugal.<sup>11</sup>

11 Como apunta un estudio empírico: “se sabe poco acerca de la contribución del texto televisivo a la construcción simbólica de la “realidad” del televidente, acerca del rol mediador de la interpretación y representación que hace el televidente de los géneros televisivos. Por lo tanto, hay que conocer cuáles géneros son relevantes para el perceptor, como base para organizar un conocimiento de la “realidad” (Sonia Livingstone 1988: 87). En contraste con la percepción de los receptores, el orden de importancia de los géneros en la programación comercial televisiva en México es en primer lugar, el género publicidad con el mayor tiempo de pantalla, le sigue la programación importada con series y películas de largo metraje y luego la transmisión de eventos deportivos y telenovelas. (Martínez Medellín 1989: 247).

## La guerra entre sexos

La telenovela resulta ser el género más cuestionado y objeto de polémica para los padres de familia entrevistados.<sup>12</sup>

Así, encontramos que casi ninguno de los varones padres de familia manifiesta ver cotidianamente comedias.<sup>13</sup> La mayor parte de los varones padres de familia (quienes en la muestra entrevistada cumplen con la función de mantener económicamente el hogar), desacreditan este género calificándolo de “irreal”, equivalente a fantasioso, sentimentaloides, sensiblero y por supuesto, “netamente femenino”.

Solamente algunos padres manifestaron verlas porque las mujeres de la casa “se imponen” y no les dejan otra alternativa. Los pocos varones que manifestaron ver habitualmente telenovelas, dicen hacerlo generalmente con el resto de la familia, a manera de descanso, una vez finalizadas las labores del día y todos las identifican como “el retrato de la vida de los ricos” (percepción de que se trata de un mundo social distante de su cotidianidad).

Pero algunos, además de percibirlo así, califican al género de “inmoral” y “mal ejemplo”, sobre todo para sus hijas jóvenes, quienes —en la percepción paterna— aprenden modelos de comportamiento propios de la “corrupción moral” de los jóvenes de la clase acomodada.

- 12 La telenovela es uno de los géneros más rentables en México y en el mercado mundial, así cada hora de telenovela cuesta casi 40 veces más que la mejor cotización de un programa cómico. Además de su capacidad como producto exportable a toda Latinoamérica, la telenovela mexicana es la “carta fuerte” de la programación de la cadena Univisión Inc. propiedad del consorcio Televisa-México y que cubre 80% de la audiencia de habla hispana en Estados Unidos de Norteamérica (Trejo Delarbre *op. cit.*: 114-117).
- 13 “comedia”, “novela” o “telecomedia” son los términos con los cuales la población de la ciudad de México designa al género de la telenovela, a diferencia de otras regiones del país donde el término “comedia” se utiliza para designar a los programas cómicos.

Resulta entonces que sólo quienes “son obligados” a ver telenovelas, enfatizan el “poder del género” para marcar modelos y pautas de “realidad” en la juventud actual. Sin embargo, la mayor parte de los varones guardan distancia con el género, por ser éste “cosa de mujeres”.

Por lo contrario, la mayor parte de las madres de familia entrevistadas (quienes generalmente desempeñan la función de criar a los hijos y hacer funcionar a la unidad doméstica), declaran abiertamente ver y gustar de este género.<sup>14</sup>

Sin embargo, al interpelar a las señoras conjuntamente con sus maridos, éstas apoyan la opinión masculina de que las telenovelas son “irreales”. Aunque esto no impide que las señoras reconozcan sonriendo que: “aunque irreales... las comedias son interesantes”.

Hay varias formas de interpretar el hecho de que las señoras apoyen la opinión de sus maridos, aunque ésta sea contraria a sus propios gustos. Parece que hacerlo así, significa reconocer que “no son tan tontas” como para creer que lo que pasa en las telenovelas es “la realidad” (como posiblemente opinan sus esposos).

Lo anterior no significa, sin embargo, que a la mayoría de las señoras no les guste este género; todas justifican su gusto diciendo que sólo buscan procurarse un “entretenimiento banal”, como parte indispensable del “disfrute cotidiano”.

Otra posibilidad de explicar la reproducción que hacen las señoras del criterio masculino despectivo hacia este género es, como expresó una señora: “porque solamente las gentes de poca cultura, son capaces de creerse todo lo que dicen las comedias”.

14 “notoriamente el género que más totalmente se articula a partir del lenguaje de la fantasía ficcional, —la telenovela— no por ello es percibida por el público como “irreal”. Por el contrario, tratándose de audiencias femeninas, “la verdad del género telenovela está en su capacidad de hablar de la vida” y de provocar el reconocimiento de la vida afectiva del perceptor, no obstante la naturaleza ficcional que le caracteriza y que no deja de ser reconocida por buen número de mujeres” (Fuenzalida 1990: 30-36).



De manera que, el criterio de la comparación social con los “otros” hace a las personas ubicarse en una escala de posición social (simbólica), en la cual se está “más arriba” o “más abajo” según se acostumbre ya no sólo ver “comedias”, sino tomar como realidad lo que éstas representan.

Por otra parte, los modos de apropiación femenina más recurrentes respecto al género son la admiración del físico del galán de moda y la crítica al modo de vestir de la actriz del momento, como si en la crítica al prototipo femenino de moda, las mujeres ejercieran una superioridad en el criterio estético y tal vez en la práctica social del “modo adecuado de ser mujer”.

Así mismo, encontramos que las madres que llevan la crianza de los hijos —sin trabajar fuera del ámbito doméstico— manifiestan ver cotidianamente este género con sus hijas mujeres. Hábito que parece reforzar su mutua identificación y tal vez favorecer aprendizajes compartidos de algunos modos adecuados de ser mujer —más allá del momento de estar frente a la pantalla—.

Este patrón de recepción corresponde más a aquellas mujeres que por diversas razones (culturales más que materiales) se especializan en el papel de “mujer-ama de casa”. Por el contrario, las madres que trabajan fuera del hogar, y que por ello, están más cerca de la función paterna como “mantenedoras de la familia”, manifiestan el mismo criterio despectivo de los hombres hacia las “comedias”, considerándolas “irreales” al igual que sus esposos.

Sin embargo, aun estas madres que trabajan fuera del hogar y que critican a las comedias como impropias para la niñez y para el conjunto de sus hijos, cotidianamente autorizan a sus hijas para que dispongan de un espacio y un tiempo para ver este género, para que ejerzan el “derecho a ver su comedia favorita” en oposición a los gustos y derechos de sus hermanos varones.

Por todo lo dicho, encontramos factible afirmar que una posible función de la TV —a través de este polémico

género— consiste en reforzar la diferenciación de las caracterizaciones femeninas y masculinas, en una dinámica que podría denominarse “guerra entre los sexos”.

### *La reunión familiar*

Lo que la gente denomina “películas” está constituido por un amplio espectro de opciones de entretenimiento, cuyo disfrute está diferenciado a partir de distinto poder adquisitivo (aunque también de la diversa capacidad o competencia cultural para la lectura del género).

Sin embargo, independientemente de si se trata de películas en televisión, cine, o video, el consumo habitual de películas parece tener la función de “reunir a la familia” potenciando la recepción colectiva en el momento de estar “frente a la pantalla”, y también la apropiación del género mediado por los valores familiares.

Al respecto, detectamos que los padres de familia califican de “mal ejemplo” las películas actuales exhibidas tanto en el cine como en la televisión comerciales, debido en general a la “inmoralidad” de los contenidos programáticos de ambos medios y en particular, al exceso de comerciales en la televisión.

Por el contrario, la mayor parte de los adultos recuerda a las películas de antaño como más sanas y más apropiadas para “toda la familia”, que las actuales. Lo cual puede significar que aunque las películas sigan siendo motivos para la “reunión familiar”, lo son cada vez menos, puesto que los adultos encuentran que los contenidos actuales son inadecuados para la socialización de sus hijos (amén de las dificultades cotidianas para salir de casa y acceder al cine).

También, se advierte una diferenciación de generaciones “adultos-jóvenes”, en cuanto al uso de películas. En general los adultos ejercen el derecho de seleccionar películas

“fuertes” no aptas para menores, para excluir de su espacio de descanso y entretenimiento a los más jóvenes.

Además, los adultos hacen uso de cierta autoridad limitando a sus hijos el tiempo para ver televisión a partir de cierto horario nocturno; *ejerciendo* con mayor facilidad según dicen, el doble control tanto de “la cantidad” del tiempo de exposición, como de “la calidad” de lo que sus hijos ven en la pantalla televisiva.

Otra de las razones de la relevancia del género “película” para reunir a la familia, radica en que las opciones de entretenimiento familiar fuera del hogar son cada vez más limitadas por el contexto urbano donde la inseguridad pública va en aumento, por el poco tiempo libre de que disponen los padres de familia y por el gasto asociado al hecho de sacar a pasear a “toda la familia”.<sup>15</sup>

De ahí la necesidad y posibilidad de cada vez más familias de “traer el cine a casa”, a través de la renta de videos.<sup>16</sup>

Encontramos que cuando las familias cuentan con recursos económicos para contratar servicios de tecnologías de punta (televisión por cable, multivisión, antena y videojuegos), tienden a hacer un uso “individualizado” o “exclusivo” de estos servicios (y de algunos géneros) por cada segmento de la familia, o mejor dicho, por un segmento en oposición a otro, (adultos *vs* jóvenes y niños; hombres *vs* mujeres). Por ejemplo: el género deportivo —vía satélite— preferido por el padre no es compartido por el resto

15 (Martín Barbero 1991: 12-17).

16 En México existen dos redes de videoclubes propiedad de Televisa, cuyo éxito comercial se debe a que el consorcio ha creado una amplia infraestructura para el desarrollo de la industria del video. Sin duda el alquiler de películas en videocasete es uno de los negocios más fructíferos de los últimos años;... “sin embargo, la proliferación de establecimientos que rentan este material —absorbidos crecientemente por Televisa— no se traduce en una diversidad de alternativas en lo que se refiere a temáticas y contenidos de los cassetes que se distribuyen en este país, que son generalmente películas norteamericanas con temáticas comerciales y trilladas, que se agrupan en géneros cómico, de terror, de aventuras y de acción”. (Carmen Patricia Ortega, “Televisa: cine y video”, en Raúl Trejo Delarbre 1988: 160).

de la familia, pues es expresión del “derecho al descanso de quien mantiene el hogar”; tampoco los videos de caricaturas o los videojuegos que tanto gustan a los niños son compartidos por los hermanos mayores y menos aún por los padres, sino utilizados por éstos para el control de los menores.

Sin embargo, observamos que la renta de videos parece tener alguna potencialidad para fomentar el entretenimiento y disfrute “en familia”, especialmente cuando la renta es financiada y hay alguna supervisión de los adultos.<sup>17</sup> Cuando esto ocurre, los videos son calificados por los padres de familia como “buen ejemplo” para los menores.

Pero cuando la renta de videos escapa al control de los padres, sea porque están ausentes trabajando fuera de casa, o porque los hijos ven videos acompañados de amigos u otros adultos en casas ajenas, entonces los padres califican a este género de “mal ejemplo”.

### *Vencer el miedo todas juntas*

Al igual que con el género telenovelas, la mayor parte de los padres y madres de familia, califican de “irreales” los actuales “videos de terror”, no obstante que sus hijos e hijas acostumbran verlos en casas de amigos u otros familiares.

Sin llegar a la prohibición, algunos padres desalientan el consumo de estos videos en casa (que mantenemos dentro del género “películas” porque así lo hacen los entrevistados aunque reconocemos que la posibilidad de la renta marca diferencias en cuanto a uso y apropiación), pero no

17 Aunque sabemos que los géneros audiovisuales, televisivos y cinematográficos, no son estrictamente comparables con los géneros audiovisuales provenientes de las videotecnologías, incluimos en este ensayo los usos tanto de unos como de otros, puesto que ambos géneros —televisivos y videotecnológicos— tienen en común un texto audiovisual que interactúa mediando y siendo mediado por las prácticas familiares, discursivas y pragmáticas, que nos interesa explorar.

impiden que sus hijos los vean y socialicen con ellos en casas ajenas de primos y amigos.

Respecto a los varones padres de familia se advierten opiniones divididas. Mientras algunos tienden a acusar a sus esposas de ver y dejar ver estos videos a sus hijos (los que califican de “violentos”); otros padres autorizan a sus hijos a verlos, en ocasiones aun contra la voluntad de su madre.

Por su parte, las madres, quienes se encargan de la crianza de los hijos y conviven con ellos la mayor parte del día, también tachan a este género de “irreal” (como en el caso de las telenovelas, las mujeres reproducen el mismo criterio despectivo masculino para calificar al género y sin embargo, lo aceptan y gustan cotidianamente). Sin embargo, estas madres acostumbran ver con sus hijos los videos de “terror” generalmente mientras el padre está ausente de casa. Al estar frente a la pantalla, ellas ejercen mediaciones diversas de la vivencia de miedo que experimentan sus hijos.

Ocurre que la misma madre critica a sus hijos por dejarse convertir en víctimas del miedo, mientras ella se defiende de este efecto, descalificando una vez más al género; por ejemplo, manifiesta “no dejarse ganar por el miedo” ya que estas películas son “irreales”. Riendo de las reacciones de los jóvenes que atribuyen a este género demasiada credibilidad, las madres continúan compartiendo con sus hijos e hijas la vivencia del miedo.

Respecto a la interacción conyugal, observamos que cuando el padre acusa a la mujer de ver o dejar ver este género “cuya violencia hace daño”, la mujer se defiende doblemente, banalizando al género “...sólo (lo vemos) como entretenimiento, sin más trascendencia que vivir el momento” y recurriendo a su autoridad. Apela así a una de las herramientas legitimadoras más propias del ámbito de significación familiar (y en particular de la autoridad femenina en el ámbito doméstico), que es la exigencia a sus hijos

de un “satisfactorio” rendimiento escolar. De manera que este género no les daña porque “...(sus hijos) no dejan de cumplir con sus obligaciones domésticas y escolares”.

Encontramos que para algunos padres que son mantenedores (y permanecen fuera de casa la mayor parte del tiempo), el que sus hijos renten y vean frecuentemente “videos de terror y de aventuras” es no sólo aceptable, sino hasta deseable para una adecuada formación para la vida. Califican al género como “buen ejemplo”, porque sus hijos aprenden a “pelear como los hombres”.

Tales padres reafirman a través del género, la valoración masculina de “ser más hombre” en la medida en que se pueda vencer el miedo y argumentar la fortaleza física con el consiguiente dominio sobre los demás.

Sin embargo, la divergencia de valoraciones y prácticas respecto a la formación de identidades masculinas y femeninas, da lugar a conflictos entre generaciones, pero sobre todo entre sexos en el cotidiano familiar.

Así, mientras el padre favorece el que sus hijos varones vean películas para que aprendan “a comportarse como hombres”, la madre se las prohíbe —aunque sin éxito—, reportando que la imitación de las luchas y peleas es el modo de apropiación más frecuente que sus hijos hacen de este género, y que ella que convive cotidianamente con ellos trata de que no lo vean porque “se pelean demasiado entre sí”.

Siendo la madre el eje afectivo y el agente de autoridad cotidiano en el ámbito doméstico, parece supeditarse a la palabra del padre en cuanto al modo adecuado de socializar a los hijos, pues es el esposo quien dicta “la última palabra”.

Y aunque el hombre no esté cotidianamente en el hogar, su autoridad está presente como límite a lo que la madre puede exigir a los hijos. El desprestigio de la autoridad materna frente a la “ausencia-presente” del padre, es un fenómeno digno de profundización en posteriores estu-

dios sobre la mediación de la familia en la recepción televisiva de los niños.

Hasta aquí notamos que las madres que crían, junto con sus hijos, son quienes gustan preferentemente del género telenovelas y de "películas". Lo cual facilita la vivencia conjunta de sentimientos y refuerza la liga afectiva entre madres e hijos, ante la cotidiana ausencia paterna.

### *Tener a los hijos quietecitos en casa*

Todos los niños ven caricaturas, independientemente de que sus padres opinen que son un "buen o mal ejemplo". Por su parte, todos los padres califican a este género de "irreal" partiendo de su racionalidad adulta acerca de lo que es "la realidad" (aunque esto no implica que las consideren como "mal ejemplo").

Por otro lado, notamos que la mayor parte de las mamás que se dedican a criar, utilizan como "niñera" al género caricatura (vehiculado tanto por la televisión como por el video), manteniendo a sus hijos en casa, y en un estado de baja actividad motora que permite a la madre ejercer la autoridad de exigirles a sus hijos la realización de la tarea escolar.

De nuevo, las herramientas legitimadoras de la autoridad paterna (materna) se refuerzan apelando a las exigencias escolares, y a un uso simultáneo y peculiar del medio televisivo como "niñera".

Sin embargo, al igual de lo que sucede con los videos de terror, las opiniones se dividen entre quienes sostienen una función materna o paterna.

Así, para algunos padres mantenedores, las caricaturas actuales de robots, karate, aventuras y acción son un "buen ejemplo" debido a que sus hijos varones "se hacen valientes". Mientras que las madres criadoras perciben este género como "mal ejemplo" por la rudeza de los juegos que adoptan sus hijos.

Por otro lado, al igual que respecto a las películas actuales, la opinión de los adultos —tanto hombres como mujeres, padres o madres, o de quienes desempeñan funciones maternas o paternas— es que las caricaturas de ahora —son más violentas y menos blancas— que las de tiempos pasados.

Lo cual implica que su uso ¿está más sujeto a censura por parte de los adultos? o ¿que los gustos juveniles se encuentran hoy cada vez más diferenciados de los adultos?

Por otro lado no encontramos referencia alguna de parte de los padres de familia hacia el posible uso que puedan tener las caricaturas actuales para sus hijas mujeres.

Tal parece que el rango de opciones de socialización a través de los géneros televisivos, es más reducido para las niñas que para los niños. Mientras que ellas “gustan” de géneros como las telenovelas y caricaturas; los niños tienen como insumo de su proceso socializador, una gama más amplia de géneros, además de opciones tecnológicas como los videojuegos.

### *Participar en la vida pública*

Así como las telenovelas son “especialidad” de las mujeres que desempeñan preponderantemente la función de crianza, el género noticioso es a través del cual los hombres principalmente, establecen un contacto simbólico con el ámbito de la vida pública.

Esto probablemente porque “estar informado” del acontecer público, es tema significativo de conversación en ámbitos extrahogar, además de nutrir socialmente el carácter o “modo de ser” masculino que generalmente se desenvuelve en estos ámbitos.

Lo anterior no ocurre en términos generales con la mujer, cuya imagen e interacciones cotidianas se nutren de tópicos de corte intimista.



En el conjunto de los varones padres de familia que manifiesta acostumbrar ver y oír noticieros por televisión, se advierte que quienes coinciden en considerar “reales” los noticieros televisivos, al mismo tiempo se sienten “bien informados” por este medio y no recurren a ningún otro medio para informarse.

Sólo algunos padres de familia con mayor nivel educativo y con otras opciones de informarse (lectura o radio), tienden a manifestar que este género es “irreal”. Este término significa que los noticieros son “incompletos”, “parciales”, “manipulativos” con fines particulares o simplemente “falsos” respecto a otras fuentes de información (generalmente interpersonales).

La mayor parte de los padres que se refieren a este género como “incompleto y manipulativo”, coinciden en señalar como prototipo de esto al noticiero *24 horas* de Jacobo Zabudovsky.<sup>18</sup>

Por otro lado encontramos que pocas señoras identifican a las noticias por televisión (y en general el género noticioso) como su medio favorito para “saber lo que acontece en el mundo”.

18 Jacobo Zabudovsky es uno de los periodistas más antiguos e influyentes dentro del consorcio Televisa. Creó el noticiero *24 Horas*, pionero en el país del periodismo televisivo, y posteriormente creó la agencia ECO (Servicios Informativos), que junto con Fonovisa Inc., Galavisión Inc., Protele Inc., Univisa Grupo Industrial, Videovisa, Univisa Satellite Communications, y la cadena Univisión forman el consorcio Univisa Inc. con sede en Los Angeles, California, propiedad de Televisa. Sin embargo, el intento de Zabudovsky de dirigir la Spanish International Network (SIN) —que hoy es Univisión—, le valió una campaña periodística en Estados Unidos, que le atribuyó parcialidad política, calificándolo de incondicional del gobierno mexicano. Sin embargo, el motivo de fondo fue el rechazo a que un mexicano fuera a dirigir el noticiero hispano más importante de Estados Unidos. Esto no impidió que días después fuera designado vicepresidente de la corporación Univisa Inc.” (Raúl Trejo Delarbre 1988 *op. cit.*: 55-56). Otros autores califican a Zabudovsky dentro de los “intelectuales del espectáculo”, que aparecen como comentaristas-periodistas-locutores, pero que no dejan de ser un conductor de las relaciones públicas de la empresa televisiva ante los telespectadores, a través de un mecanismo de personalización que aumenta la efectividad de la interpelación de la televisión al público. (Martínez 1989: 257-258).

En ningún caso aparece mención alguna de los padres de familia —y menos aún de las madres—, aludiendo a que sus hijos o hijas jóvenes, acostumbren o gusten de los noticieros, ni televisivos, ni de otro tipo.

Tal parece que esta es una afición “sólo para adultos” y parece ser más significativa para los hombres padres de familia, como forma de ejercer una participación simbólica en el ámbito de “lo público”. Participación de la cual parecen estar excluidas las mujeres y la gente joven.

### *Conclusión*

Aunque estos son sólo hallazgos preliminares, advertimos que en las representaciones de los géneros televisivos por parte de los padres de familia —que también son proyectados a sus hijos e hijas—, trasluce un activo aprendizaje de los “modos adecuados de ser” en relación a su medio socio-cultural.

Encontramos en términos generales, la situación recurrente de que ambos padres de familia descalifican al género tildándolo de “irreal” o de “mal ejemplo”, cuando sienten que su capacidad para guiar a sus hijos (a través de adecuadas re-interpretaciones y apropiaciones de lo televisivo), se ve desprestigiada por la mayor verosimilitud y actualidad de las significaciones televisivas, percibidas por los padres como “favoritas” de sus hijos.

Advertimos por otro lado, que a través de las caracterizaciones a los géneros pasan importantes elementos del imaginario simbólico y mecanismos de negociación del cotidiano familiar, ligados a la socialización de los hijos.

Son recurrentes las confrontaciones entre el estilo educativo y las expectativas socializadoras de cada cónyuge. Lo que redundará en una constante contradicción entre la capacidad normativa de los padres de familia y sus prácticas.

En este sentido, vemos una peculiar capacidad materna para re-significar a favor de su autoridad la recepción televisiva de sus hijos —a través de una serie de negociaciones con éstos y luego con el marido, y a favor de sus hijos—.

En el nivel normativo, la madre pacta con el padre una especie de acuerdo o consenso (aún asumiendo valoraciones masculinas despectivas y contrarias a sus propios gustos), que luego contradice en favor de una práctica cotidiana, en la cual está muy presente el manejo materno de la televisión como factor de recompensa y control de los hijos.

Sin embargo, el predominio de los valores masculinos sobre los femeninos (y que suponemos se asocia a estilos peculiares de recepción televisiva de los hijos), no se queda sólo en el nivel normativo, sino que alcanza a la pragmática cotidiana, dando lugar en primera instancia, a abiertas contradicciones de “estilos educativos” maternos y paternos, que se traducen en conflictos cotidianos por el poder de decisión.

Aunque también este predominio masculino da lugar, al desprestigio cotidiano de la autoridad materna, que en el ámbito doméstico (su principal campo de acción) tiene que jugar con un ambiguo código de negociación, cuyo interlocutor es la “ausencia-presente” padre, entidad simbólica que sólo tiene capacidad definitoria en situaciones extremas y que no resulta comparable con la capacidad socializante de la interacción dialógica.

A pesar de que el método exploratorio aplicado (entrevista semidirigida) no es el más adecuado para captar la emergencia espontánea (y relevancia) de las representaciones de los géneros televisivos en el marco referencial del perceptor, nos sorprendió constatar la recurrencia de las dimensiones de moralidad (buen-mal ejemplo) y realidad (real-irreal) en el discurso paterno-materno, para caracterizar a los diversos géneros televisivos.

## BIBLIOGRAFÍA

- FUENZALIDA, Valerio (1990) *¿Qué ve la gente en las TV-novelas?* Chile: CENECA, TV Nacional de Chile.
- LIVINGSTONE, Sonia (1988) "Viewers interpretations of soap opera the role of gender, power and morality", en *TV and its audience, Papers from 2<sup>nd</sup> International TV Studies Conference*. London: Ed. P. Drummond y R. Paterson.
- MARTÍN BARBERO, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili.
- (1991) "Comunicación y ciudad: Entre medios y miedos", *Boletín ALAIC*, Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación, núm. 5., septiembre 91.
- MARTÍNEZ MEDELLÍN, Francisco J. (1989) *Televisa. Sigue la huella*. México: Ed. Claves Latinoamericanas.
- OROZCO Guillermo (1989) "Prácticas de mediación de la familia y la escuela en la recepción televisiva de los niños". México: Universidad Iberoamericana, Proyecto de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales. Dirección de Investigación y Posgrado.
- (1990) "Notas metodológicas para abordar las mediaciones en el proceso de recepción televisiva", *Dialogos de la Comunicación*., núm. 2, FELAFACS.
- TREJO DELARBRE, Raúl (coord.) (1988) *Las redes de Televisa*. México: Ed. Claves Latinoamericanas.