

convergencia



Convergencia

Revista de Ciencias Sociales
Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública
convergencia@coatepec.uaemex.mx

ISSN 1405-1435
MÉXICO

1999

Delia María Covi Druetta

El Placer de Ver Televisión. Los Televidentes Opinan

Convergencia, septiembre-diciembre, año 6 número 20
Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública
Toluca, México
pp.249-259.



Red de Revistas Científicas de América Latina y El Caribe
Ciencias Sociales y Humanidades
<http://redalyc.uaemex.mx>

El Placer de Ver Televisión. Los Televidentes Opinan

Delia María Cروي Druetta

FCP y S-UNAM

Resumen: El artículo presenta los resultados de un estudio de carácter cualitativo cuyo propósito fue analizar la relación afectiva que establecen los televidentes con la televisión. La autora, que empleó grupos focales para realizar su investigación, se propuso identificar las características de este vínculo, partiendo de una premisa: ver televisión produce placer, aún cuando este placer tienda a negarse debido a la escasa valoración social de esta actividad. El estudio concluye que la relación entre televisor y televidente es ambigua y que existen por lo menos dos tipos de recepción televisiva, una blanda, que demanda poca atención de los televidentes y otra dura, en la que el medio ejerce una auténtica fricción. Asimismo, sostiene que es necesario que los estudiosos del medio reconozcan el placer que produce ver televisión, principio a partir del cual es posible profundizar acerca de las características de este vínculo.

Abstract: *This article presents the results of a qualitative study, whose main objective was to analyze the affective relationship that the viewer establishes with the television. The author, whom employed focus groups in the research, proposed herself to identify the specific characteristics of this relationship, with the initial premise that watching television produces pleasure, even when this pleasure tends to be denied due to the low social value generally attached to this activity. The study concluded that the relationship between television and viewer is ambiguous and that at least two types of television reception can be identified: the first can be labelled "soft" and demands little attention from the viewers, the second can be called "hard" and in this case the medium studied produces authentic enjoyment. This signifies that academics working in this field need to recognize the pleasure produced by watching television in order to develop deeper studies about the particular characteristics of this relationship.*

Antecedentes metodológicos

El presente artículo tiene como propósito presentar los resultados de una investigación de carácter cualitativo, en la que se analizó la relación afectiva que establecen los televidentes con la televisión, así como las características que adquiere la recepción entre los sujetos que participaron en el estudio. Para ello se empleó la técnica de grupos focales¹.

1

Como sabemos, la conversación es uno de los instrumentos que el hombre emplea en su socialización, además interviene en diversos procesos como son la construcción de la identidad, cultura, relaciones interpersonales y sociales, reconocimiento, entre otros. Por otra parte, en una conversación se transfiere información. Fue por esas razones que al diseñar este estudio, decidimos emplear grupos focales, instrumento cualitativo que nos permitiría saber qué piensan los participantes acerca del vínculo que cada día mantienen con la televisión.²

Quienes intervienen en las sesiones de grupos focales realizan una transferencia de información, a través de la conversación que tiene dos dimensiones: una interna y otra externa, o sea que se produce tanto hacia afuera como adentro. Es por ello que en los grupos los participantes no sólo exteriorizan lo que piensan, sino que confrontan sus opiniones con las del resto del grupo, lo que les induce a pensar y elaborar su punto de vista sobre el tema que se está analizando, en nuestro caso, la televisión.

El número de grupos puede ser tan variado y abundante como sea posible y necesario para la profundización del tema. En este estudio trabajamos con cinco, integrados por personas de ambos sexos, del mismo nivel socioeconómico (C-Medio), cuyas edades oscilaron entre los 18 y los 45 años. A fin de facilitar un diálogo sin inhibiciones se separó a los participantes por sexo, con lo que tuvimos tres grupos de mujeres y dos de hombres. Formamos más grupos femeninos debido a que desde nuestra perspectiva las mujeres suelen estar más tiempo en la casa, lo que les permite tener mayor contacto con la TV, además son quienes deciden (o al menos orientan) la programación que ven sus

¹ Este trabajo se desarrolló durante 1994 gracias a una beca concedida por el Seminario de Estudios de la Cultura del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, CONACULTA, y formó parte de mi tesis de doctorado "Televisión y neoliberalismo. Su articulación en el caso mexicano", FCPS, UNAM, 1995. Por sus características el estudio realizado no ha perdido vigencia, no obstante, sería de gran interés continuar con la realización periódica de investigaciones con las mismas características, a fin de detectar cambios, evoluciones o reiteraciones en las tendencias de recepción televisiva.

² Para ampliar el tema de los grupos focales o grupos de discusión y su sustento teórico-metodológico, ver Jesús Ibáñez, *Nuevos avances en la investigación social*, (1990), España Barcelona, Ed. Anthropos.

hijos. Este criterio se derivó de una serie de entrevistas y observaciones previas al desarrollo de los grupos focales.

Los grupos de mujeres se conformaron como sigue: *a)* amas de casa y mujeres de 35 a 45 años que trabajan, casadas, con hijos cuyas edades oscilan entre los 13 y los 20 años; *b)* amas de casa de 25 a 35 años, casadas, con hijos de edades que van de los 5 a los 12 años; *c)* solteras de 18 a 25 años que trabajan, sin hijos³.

En cuanto a los hombres, los grupos se conformaron así: *a)* de 35 a 45 años, casados, con hijos, que trabajan y son el sostén de la casa; *b)* de 18 a 25 años, solteros, sin hijos, que trabajan.

Como podemos ver, la selección de personas respondió al propósito de contar con la representación de padres de familia de edad intermedia, así como jóvenes que aún viven en el hogar paterno. La rigurosa selección de participantes a partir de metas preestablecidas, permite afirmar que los resultados marcan tendencias en los temas dentro del sector escogido, en este caso: el vínculo que se establece entre el televisor y el televidente en la familia.

Las sesiones se ordenan según una guía de tópicos común a todas, la cual se elaboró previamente con base en los objetivos de la investigación y atendiendo a los resultados de las entrevistas realizadas antes del estudio. La guía incluyó tres ejes temáticos:

1. Relación afectiva televisor-televidente.
2. Características de la exposición al medio.
3. Vida política y social a través de la televisión.

Debido a los propósitos de estas reflexiones, sólo nos referiremos a las respuestas obtenidas en los ejes temáticos uno y dos.

Relación afectiva televisor-televidente

El público pocas veces tiene ocasión de aportar su voz al análisis televisivo. Si bien es cierto que estas oportunidades van en aumento, la

³ Los grupos abarcan un sector bien definido de la población para evitar la dispersión de los resultados. En su conformación puede apreciarse que la pertenencia familiar determina a las demás variables: hombres y mujeres casados con hijos, jóvenes que viven con sus padres. Esta conformación respondió al propósito de indagar sobre la recepción al interior de la familia.

falta de un mayor número de estudios empíricos ha ocasionado que la recepción sea, tal vez, el área más estereotipada del conocimiento que tenemos acerca de la televisión. Políticos, investigadores de las ciencias sociales, productores y comunicólogos suponen reacciones y efectos que muy probablemente la televisión no produce ni producirá jamás.

Esto ha contribuido a colocar a la TV en extremos difíciles de conciliar y sin medios tonos. La propia evolución de las teorías sobre sus efectos así lo demuestra; como si se tratara de un péndulo, la televisión ha sido pensada a través de su historia como un medio que todo lo puede y rápido, como un instrumento fácil de controlar. Hoy la perspectiva no es muy diferente; coexisten puntos de vista contrapuestos, según los cuales hay quienes creen que la televisión no tiene peso ni repercusión alguna en nuestras decisiones y comportamientos, mientras que otros sueñan con controlar sus efectos como si se tratara de una marioneta. Al mismo tiempo, otros más la aborrecen por considerarla la villana de este tiempo, culpable de todos o casi todos los males de la humanidad.

La televisión es de las cosas de la vida que está allí, tan próxima, que parece que lo sabemos todo de ella. Se ha colocado en el centro mismo del huracán social: en las disputas políticas, información, entretenimiento, familia y en el tiempo libre. Sin embargo, que haya información constantemente sobre ella no significa que la conozcamos mejor.

Dosifique Wolton se pregunta:

Después del derrumbe del modelo de la televisión pública, la ausencia de otro modelo y el triunfo incierto de un modelo de televisión privada, aún resta saber por qué la televisión después de tanto tiempo, no llega a ser un objeto de conocimientos. ¿Por qué los discursos pronunciados sobre ella, cuando existen, se reciben favorablemente si son radicalmente críticos y maniqueos y por qué se los deja en gran medida de lado cuando esos discursos son más complacientes? (Wolton, 1992:43).

El autor considera que este es el verdadero problema de fondo y encuentra dos causas para explicar la resistencia que hay cuando se trata de analizar la televisión:

Las primeras son causas 'objetivas' ligadas a la naturaleza misma de la televisión, objeto complejo, inasible y cuya trivialidad es engañosa. Esa naturaleza misma forma parte de las realizadas por las cuales el deseo de saber es casi proporcional a la importancia cotidiana que tienen esas realidades. Las segundas causas, más 'subjetivas', están ligadas a la manera en que desde la década de 1950, la mayor parte de sus actores -políticos, profesionales, intelectuales- han hablado de la televisión. Más allá de las diferencias de

estilo, el punto común de esos actores fue con frecuencia una perspectiva crítica que no se modificó sustancialmente durante treinta años y que sólo comenzó a transformarse hace diez años (Wolton, 1992:43).

Si bien es cierto que las investigaciones sobre recepción televisiva aún son insuficientes y algunas todavía arrastran estereotipos y exclusiones, debemos señalar que han contribuido a reconocer y revalorizar la interdependencia entre los diferentes actores y aspectos que intervienen en el proceso de comunicación. Fue bajo esta óptica y a través de un trabajo empírico, que buscamos explorar la recepción televisiva desde la opinión de sus propios actores. También por esto nos pareció que la charla en la que un individuo exterioriza su opinión acerca de un tema, era el camino adecuado para analizar un aspecto tan escurridizo para otras técnicas, como lo es el vínculo en la televisión y sus receptores.

Los receptores según su propia opinión

Concebimos al proceso de recepción como una actividad dinámica, que está condicionada por los factores sociales en que se realiza y que por lo tanto conviene estudiarla empíricamente.

Tal como ocurre en otros aspectos de los estudios sobre televisión, en la recepción existen argumentos no probados acerca de los programas preferidos por el público, los horarios de recepción más favorecidos o los modos en que se concreta esa recepción. Aunque no todos estos argumentos son erráticos, existe mucha generalización sobre qué es la audiencia y cómo se comporta, en especial porque gran parte de las investigaciones se orientan a determinar la conducta del público en una sola dimensión: la de consumidores. En nuestro caso evitamos este enfoque, para permitirle al receptor que se expresara sobre la relación televisor-televidente, según su propia experiencia.

Vale la pena recordar que antes de ingresar a las sesiones se solicitó a los participantes que contestaran un pequeño cuestionario, con el propósito de contar con una idea preliminar sobre las características de las personas que intervendrían. Las respuestas son indicativas de ciertos rasgos, que sirven para orientar al conductor de las sesiones y la interpretación de los datos.

Resulta interesante destacar algunos de estos resultados preliminares: en todos los casos manifestaron que el tiempo de exposición diaria es de 4 a 4 horas con 30 minutos, salvo las mujeres entre 35 y 45 años, que dieron un promedio diario de 7 horas con 50

minutos. Aquí hay que considerar que en el desarrollo de la sesión aparece con toda claridad la diferencia que existe entre el tiempo que se ve televisión y el que está encendido el aparato. Dicho de otro modo, el hecho de que el televisor esté encendido durante 12 horas por día, como expresaron algunos de los participantes, no implica que se le observe todo ese tiempo. Como veremos más adelante, una de las funciones que cumple el televisor es de compañía, momentos en los que pasa a ser algo así como una escenografía con la que se busca ahuyentar la soledad del receptor.

Las mujeres manifestaron preferir como género los concursos, ya que en todos los grupos resultó favorito un programa de este tipo. En cuanto a los hombres, encontramos que los jóvenes prefirieron el programa de caricaturas Los Simpsons; mientras que entre los de 35 a 45 años no hubo coincidencia, todos se refirieron a programas diferentes, lo que muestra mayor independencia al escoger sus programas de TV.

Sin lugar a dudas, los géneros más aceptados por los participantes según el cuestionario previo, fueron los concursos y la ficción. Sólo el grupo de hombres de mayor edad colocó a los programas de *deportes*, en el segundo lugar de su preferencia, pero sin referirse a ninguno en particular. Los hombres también hablaron de la *información*, aunque no de manera preferente, género que entre las mujeres no se mencionó. Cabe destacar que las *telenovelas* no aparecen como género preferido entre las mujeres, aunque en el desarrollo de las sesiones se les mencione reiteradamente. Creemos que este desplazamiento de las telenovelas puede deberse a dos razones: la primera es que la mujer es identificada con el melodrama y por lo tanto puede estar escondiendo esa preferencia para salirse del estereotipo; la segunda es que en el momento de llevarse a cabo el estudio la oferta de telenovelas era pobre. Sólo el grupo de solteras más jóvenes menciona a las telenovelas pero lo hace en el tercer nivel de preferencia y sin especificar alguna en especial.

Finalmente, sobre los canales preferidos por los participantes, no encontramos una tendencia clara: algunos mencionaron a FOX de Multivisión, otros el 11, 5, 13 y en menor medida el 2. Si cruzamos esta información con los programas más gustados, podemos inferir que no hay un perfil claro de preferencia en lo que se refiere a un canal como un todo, sino que los gustos se manifiestan fragmentados en

programas. Los televidentes, con el poder de cambio que les otorga el con trol remoto, no se quedan con un canal sino con un programa. Esta interpretación se refuerza con otro elemento: durante las sesiones los participantes confunden no sólo a los canales, sino a sus dueños. Además, manifiestan una especie de *deber ser* de la televisión identificado con canal 11 y lo otro (o sea el resto de TV) concebido como una especie de masa informe, donde destacan preferencias por programas pero sin identificar canales.

Por formar parte de la televisión cultural mexicana, canal 22 y TV UNAM merecen un comentario especial. Como sabemos TV UNAM no es un canal sino una productora que emite sus programas en diferentes canales y horarios, en tanto que el 22 a pesar de tener una recepción limitada, es un canal con un buen número de horas de transmisión al día y emisiones constantes; sin embargo, en el desarrollo de las sesiones no hubo ni una sola referencia a estas dos instancias de la televisión cultural del país. En todos los casos, cuando los participantes mencionan una televisión diferente, o sea ese deber ser del que hablábamos en el párrafo anterior, la referencia es canal 11.

Adorable intrusa

El eje que buscó explorar la relación afectiva entre televisor-televidente se trabajó a partir de un ejercicio de dramatización, que permitía a los participantes expresar su relación con el aparato, dándole atributos humanos, es decir, compararlo o identificarlo con una persona.

“Una compañera”, “una ventana al mundo”, “una amiga”, “un confidente”, “un maestro”, “un asesor”, “un perro”, “alguien con varias personalidades”, “un vendedor”, “una persona que puedes manejar a tu antojo”, son las expresiones que aparecen en el transcurso de este ejercicio.⁴

⁴ Todas las afirmaciones incluidas en el presente trabajo fueron tomadas de las transcripciones de las cintas de audio en las que se registró el desarrollo de las sesiones. Su interpretación no se valió sólo del análisis de contenido por considerarlo insuficiente, por ello recurrimos también a los registros obtenidos en la observación no participante.

La respuesta de una de las mujeres participantes resume en buena medida el sentir respecto de la televisión: “Mi relación es muy estrecha, porque siento que es una compañera, no sólo mía sino de mis hijos, de mi familia, nos reúne y nos hace compartir cosas. Entonces yo creo que hoy en día la vida es tan agitada y tienes tan poco tiempo para algunas cosas, que la televisión te da la alternativa de eso, a los niños les fascina (...) me permite inclusive conocer detalles de lo que a ellos les gusta y qué les disgusta. Pero es un arma de dos filos, yo siento, porque llega un momento en que ‘cállate, no hables, porque no me dejas oír’ y el niño quiere platicar algo o el marido ‘fíjate que me pasó esto en la oficina’, y ‘espérate, en el anuncio me dices’. Pasa el anuncio y te paras al baño, vas por el sándwich o vas a ponerte la pijama y el caso es que se interrumpe la conversación”.

De estas expresiones y otras similares, se desprende que el televisor posee varios atributos que podemos resumir en:

- a) Todas las personas, salvo una, aceptaron darle atributos humanos al televisor y pudieron compararlo con una persona rápidamente, lo que habla del vínculo tan estrecho entre receptor y TV. Esta cercanía ubica a la televisión como alguien íntimo, de la familia o que pertenece al círculo más estrecho de las relaciones humanas.
- b) La relación con el televisor da una sensación de libertad en el receptor, ya que es él quien decide cuándo, cómo y qué va a ver. Inclusive aparece una sensación de dominio: es el telespectador quien domina a la televisión y no a la inversa. Esto se refleja en el hombre que comparó a la televisión con un perro, lo que alude a esa idea de sumisión de la TV, pero de dominio y libertad del receptor.

Sin embargo, durante el desarrollo de las sesiones aparecen contradicciones porque en otros momentos el receptor pasa de dominador a dominado. Así, podríamos afirmar que en la conciencia del receptor la relación de dominación entre telespectador-televisor es ambigua y puede ser recíproca e intercambiable: por momentos él es el amo y por momentos el televisor lo somete. No obstante, cuando el receptor es quien manda su poder se limita a permitirle escoger lo que ve. La opción para los receptores que participaron en los grupos focales, no es apagar el televisor, hacer algo por cambiar la programación, cuestionar a los dueños de las emisoras, sino simplemente elegir aquello que le gusta ver en la oferta pobre y reiterativa que tiene a su

alcance, aún a riesgo de frustrarse porque no encuentra contenidos que lo satisfagan.

Sabemos que el aumento de la oferta de canales a través de los sistemas de paga constituye sólo una fantasía, ya que se elige en tre más, pero más, de lo mismo. Sin embargo, la sensación de libertad persiste y se amplía, es por ello que los canales que cuentan con emisiones de 24 horas al día contribuyen a reforzar esa sensación, al permitir que los telespectadores vean la TV en horarios más extensos.

En suma, la relación televidente-televisor es contradictoria. Aún cuando el telespectador sabe que está sometido a la TV, percibe también que ella es capaz de darle sensación de libertad, debido a que le permite escoger dentro de una oferta más o menos amplia de programas.

c) Durante el desarrollo de las sesiones no hubo cuestionamiento frontal hacia la televisión. Como parte del ejercicio de dramatización se solicitó a los participantes que le dijeran algo al televisor y la respuesta en la mayor parte de los casos fue “gracias”. Sólo dos personas le hacen reclamos: uno de los jóvenes solteros, que habla del televisor como un vendedor sin escrúpulos, y una mujer casada con hijos, que hace referencia a las posibilidades desaprovechadas de este medio que bien podría emplearse en educación y en la transmisión de valores positivos.

Esta falta de cuestionamiento refuerza la interpretación de sumisión que hacíamos en el punto anterior. La TV permite, según manifiesta la mayoría, evadirse, no pensar, distraerse, aislarse. Incluso, cuando más adelante los participantes hablan de los contenidos de la televisión, se detecta resignación, sienten que este medio no es como lo quisieran pero no saben por dónde pueden lograr un cambio. La opción de apagar el televisor está completamente ausente.

Es interesante destacar que la propia técnica de grupos focales invita a la reflexión. En la medida en que se opinaba acerca de la función de la televisión, aumentaban las posibilidades de cuestionar la sumisión al medio, así como la conciencia de ese doble juego de dominación que existe entre televisor y receptor.

d) Finalmente, la televisión aparece en los grupos como alguien que nos escucha, amigable, cercano y confiable. No sólo posee atributos humanos, es también alguien que sabe mucho de muchas cosas por

eso puede enseñar, asesorar o transportarnos a otros lugares del mundo. Alguien que tiene varias personalidades, lo que nos permite escoger entre diferentes contenidos, momentos y sentimientos que se canalizan a través de la televisión. Una relación que ellos perciben como incondicional, en la que el receptor tiene el poder de decidir.

Incondicionalidad y por lo tanto egoísmo, individualismo, son los rasgos distintivos de esta relación que el receptor puede imaginar unilateral: una amiga que me escucha, pero a la que yo no tengo que escuchar; un informador al cual yo no tengo que informar; un maestro que me enseña pero no me da tarea; un instrumento que me permite escoger y recortar aquello que me es útil descartando el resto; un perro, del cual puedo hacerme cargo y cuidarlo, pero al que también puedo abandonar en cualquier momento. Sólo es cuestión de invertir algo de dinero (en un aparato receptor, en energía eléctrica, en membresías) y bastante tiempo (nada menos que 17% del total de su día o el 25% de su jornada si quitamos las horas dedicadas al sueño) para que el televisor nos dé todo lo que tiene.

La relación entre televisor-televidente es especial, porque existe un callado reconocimiento sobre lo que tiene de negativo ese medio; sin embargo, las gratificaciones son más y están demasiado cerca para resistirse a ellas. Adorable intrusa es la idea que más se acerca a una definición de esta compleja relación: se sabe que quita el tiempo, que está en medio de nuestras relaciones familiares, que es una intrusa, pero es una intrusa adorable, capaz de acompañar, aconsejar, de canalizar sueños e ilusiones.

Fuente de libertad, íntima, incondicional e incuestionable son, en resumen, los atributos dados a la televisión en la voz de sus receptores. Desde el punto de vista de la teoría de la comunicación, estos resultados nos remiten a los usos y gratificaciones que planteaba la teoría funcionalista de los medios, una teoría criticada y superada por otros paradigmas, pero que aún aparece cuando los receptores hablan de ese placer no asumido que despierta el ver televisión.

Exposición al medio

La exposición al medio fue analizada a través de los siguientes interrogantes: ¿Vemos cada vez más televisión?, ¿cómo, cuándo,

dónde y con quién vemos televisión?, ¿qué nos gusta ver en la televisión?.

¿Vemos cada vez más televisión?

El primer tema de conversación, en torno a la exposición al medio, fue para indagar si los participantes pensaban que veían más televisión que antes. Las respuestas indican que en general creen que ven más televisión, debido a que hay mayor disponibilidad de horarios. Recordemos que hasta no hace muchos años las transmisiones no cubrían las 24 horas del día, como sucede en la actualidad. Tampoco había el número de canales que hoy tenemos, aún cuando la mayoría son de paga.

Sobre este tema los más jóvenes de ambos sexos dieron una interpretación diferente: ven menos televisión que en sus años recientes de niñez, ya que ahora deben ocupar su tiempo en otras actividades. Ellos nacieron en los comienzos de los setenta, se educaron y vivieron con la televisión de 24 horas al día o por lo menos de 18 a 20 horas de emisión por jornada. Ahora, a los casi 20 años, las responsabilidades de trabajo y estudio les obligan a destinar a otra cosa el tiempo que antes dedicaban a *ver tele*. Sin embargo, de diversos modos manifestaron su condicionamiento al medio; los que podían hacerlo, veían televisión en su trabajo; quienes tienen un receptor en su cuarto lo prenden apenas llegan a su casa, aún cuando no lo vean; algunos incluso se duermen con el televisor encendido.

Esto nos permite una lectura con perspectiva histórica. Los adultos ven más ahora porque en sus tiempos de niñez y juventud (generaciones nacidas en los cincuenta y sesenta) la televisión estaba ahí y había menos disponibilidad de horarios. Además, la tecnología no permitía entonces las facilidades en las emisiones y recepción que hoy tenemos, los aparatos eran relativamente más caros y por lo general había sólo uno por hogar. Los jóvenes, como ya se dijo, han tenido que destinar el tiempo de TV a otras ocupaciones. Pero, ¿y los niños de fin del milenio?. Aunque no analizamos receptores infantiles, todo parece indicar que son los infantes los que invierten más tiempo mirando televisión y en la medida en que crecen lo reducen y se dedican a otras actividades.

La mayor disponibilidad de horarios en las emisiones se traduce en un aumento potencial del número de horas recibidas, lo cual refuerza

esa idea de entrega sumisa de la que hablábamos: no importa qué nos ofrezca, mientras haya algo que ver en la tele lo vemos. Una idea ca bal de dicha entrega la dio uno de los jóvenes cuando dijo: “*Ves lo que caiga*”. Tenemos así que el estudio refuerza algo que ya sabemos: parte importante del tiempo libre de los seres humanos de diferentes edades se invierte en la televisión; como premio o contraparte, el receptor encuentra en ella incondicionalidad y un tipo de ejercicio de libertad.

Esto, sin embargo, no es gratuito. La televisión está cargada de sentido y significación, es productora de cultura y construye discursos sobre la realidad, por lo tanto, entregarse sumisamente no es un hecho sin consecuencias para la vida del ser humano. Se habla de atención dispersa en los niños, de una creciente falta de participación y compromiso en jóvenes y adultos, de conformismo; incluso de que cada vez se lee menos, factores que entre otros, conforman un deprimente panorama de apatía social. No sabemos con certeza qué tipo de correlaciones existen entre estos comportamientos y la televisión, pero sin duda los hay. Este es, por lo tanto, otro de los aspectos a investigar dentro del complejo proceso de recepción televisiva.

¿Qué, cómo, cuándo, dónde y con quién vemos televisión?

El espacio donde se realiza la recepción televisiva, el tiempo, así como las compañías que se escogen para *ver tele*, fue el segundo tópico abordado en los grupos focales, dentro de la indagación que hicimos de la exposición al medio. Las preguntas giraron en torno a la ubicación que posee la televisión como aparato electrodoméstico en el hogar, la situación en que se realiza la recepción, en lo que involucramos aspectos tales como: si se prefiere ver televisión solo o acompañado, en qué momentos del día, con quién y en qué estado de ánimo.

¿Qué vemos?

Las preguntas que se enfocaron a los contenidos de la TV tuvieron como respuesta contradicción y ambivalencias. Por ejemplo, sobre el origen de la programación los telespectadores manifestaron, por un lado, que admiran la calidad de las producciones norteamericanas en su forma, pero por otro dicen temer a los contenidos porque puede perjudicar los hábitos de niños y jóvenes. Aunque menos marcado con relación a las normas familiares y sociales, los jóvenes presentaron las mismas ambivalencias que los adultos en este tema.

En los grupos de adultos, mujeres y hombres, hubo dos constantes: una nostalgia por la televisión del pasado y un temor manifiesto a que sus hijos se vean perjudicados por los valores que transmite la TV. En aquello de que todo tiempo pasado fue mejor, reaparecieron viejas series (Bonanza, por ejemplo) a las que recordaban como programas positivos con mensajes valiosos para los receptores. Cabe señalar que tanto mujeres como hombres expresaron que se había perdido la creatividad y que en la actualidad se repetían programas viejos o se volvían a hacer los mismos, porque ya no hay talento para producir los éxitos de antaño.

En cuanto a la mala influencia de la televisión sobre sus hijos, hay que destacar que los adultos se sienten a salvo de los perjuicios que pudiera ocasionarles la televisión, por ello, centran su preocupación en los niños y adolescentes que aún no pueden discernir entre el bien y el mal, según la óptica de sus padres. Esta preocupación, sin embargo, no llega a la esfera de lo político y social, sino que se recluye en el área de la moral. Dicho de otro modo, preocupa los malos ejemplos que pueden llevar a costumbres reprobables (muchos novios para las jóvenes, que los niños vean besos apasionados en la pantalla, los valores religiosos, las malas palabras, la rebeldía juvenil y en menor medida la droga o el SIDA); pero queda totalmente soslayado el problema de la defensa de los derechos ciudadanos, los derechos humanos, la libertad, la participación social, entre otros temas.

Al creerse a salvo de la influencia televisiva, los adultos no perciben la influencia de los mensajes que recibe, en cambio, creen que manejan muy bien los efectos de la TV en la medida en que ya tienen hábitos y una moral sólida que no se deja corromper por simples mensajes audiovisuales.

Un interés especial pudo apreciarse por controlar la violencia. Los padres de ambos sexos y también los jóvenes en su momento, condenaron la excesiva violencia de la TV a todas horas y en todo tipo de programas. Propusieron limitarla y reemplazarla por producciones que no recurren a la violencia para tener éxito. Como producto de este rechazo y siempre con el afán de cuidar a sus hijos, los adultos se pronunciaron porque se controlen mejor los horarios de protección a los menores.

Quizá para evitar la violencia y ejemplos poco edificantes para la cultura en la que viven, los *Concursos* aparecen como programas muy

vistos, porque aparentemente no entran en contradicciones con las normas morales más respetadas. Aún así, en uno de los grupos femeninos se habla de la falta de respeto con que se trata a los participantes en dichos concursos, donde se les satiriza y ridiculiza.

En cambio, los jóvenes se quejaron de que los pocos programas que están destinados a ellos, presentan una forma de vida que nada tiene que ver con sus historias personales, sobre todo en las producciones estadounidenses. Acotaron que en ocasiones se exagera y reclamaron una mayor coherencia en los personajes, ya que algunos que aparecen como buenos (estudiosos, responsables, guapos) de repente tienen varias relaciones amorosas simultáneas y esto los desorienta porque ya no reconocen el límite entre el bien y el mal.

Esto nos permite suponer que para estos jóvenes resulta inaceptable que la televisión les presente modelos de comportamiento, donde se mezcla lo aceptado con lo rechazado socialmente. Parecería que en esos programas ellos buscan una orientación, identificar lo que es reprochable y lo que no lo es. Desde nuestra perspectiva ellos esperan del medio algo que trasciende a su propia función: mostrar los valores de los seres humanos en una sola dimensión de bien o mal, que ni siquiera en la vida real se da.

Tanto mujeres como hombres jóvenes reconocieron que en la TV encuentran modelos a seguir, que van desde los peinados, la forma de vestirse, de actuar, de maquillarse o “*de ligarse una chava*” como dijo uno de ellos. Reconocieron –incluso– que las modas parten de los programas televisivos y que hay jóvenes que construyen con sus parejas historias similares a las de las series y telenovelas.

En las opiniones sobre los anuncios publicitarios, los adultos reiteraron su rechazo a temas subidos de tono en materia de sexo y se pronunciaron por los comerciales tiernos de bebés, niños o adultos en situaciones que no encierren mensajes sexuales o que insinúen alguna falta moral.

En cuanto al tipo de programas que se prefiere ver, las tendencias se marcan según edad y sexo. Los hombres más jóvenes prefieren series norteamericanas con mucha acción, aunque también se colaron *Los Simpson*. Estos muchachos manifestaron ver noticias, sobre todo en las mañanas mientras se desayunan y se visten antes de salir a trabajar, así como programas deportivos los fines de semana.

Los hombres adultos más que mostrar sus preferencias hablaron de sus nostalgias por la televisión pasada y de su preocupación por lo que ven los hijos. No obstante, centraron sus preferencias en la *información*, los *deportes* y el *humor*. Este fue el único grupo que manifestó no sólo interés por ver noticias, sino por ver varios noticieros e inclusive contrastar sus contenidos con otros medios.

Las mujeres solteras fluctuaron entre los programas de *variedades* (música, humor, concursos) y los de *ficción*, sobre todo, *telenovelas* porque de allí encuentran los patrones a seguir de lo que hablábamos antes. Manifestaron abiertamente evitar las noticias, porque las impresionan mucho. Como en el caso de las mujeres adultas, tal parece que en la ficción todo puede estar permitido porque es eso: ficción; mientras que las noticias vienen de la realidad y prefieren evitarlas. Dicen no creer en ellas y por eso no las ven, lo que las coloca en una situación de irresponsabilidad social, aparentemente cómoda.

Las mujeres adultas, casadas, definitivamente expresaron su preferencia por la *ficción*, tanto películas como *telenovelas*. Rechazan las noticias para no involucrarse, pero les gusta sufrir con las *telenovelas*.

“Porque se identifican mucho con nuestra vida cotidiana”, “es que sufren más que uno”, “mal de muchos consuelo de tontos, pero así es”, “porque te metes en la vida de otra gente”, fueron algunas de las razones que dieron para explicar su gusto por las telenovelas. Este, sin duda, es un género que representa un importante campo de trabajo para la investigación, debido a la riqueza del vínculo que se establece entre el mensaje y sus receptores. En lo que respecta a este estudio, aparecen con claridad proyecciones, identificaciones, fantasías, además de indicios de la moda y de la observación de un mundo al que no se tiene acceso por otras vías, como lo es el de la gente muy rica y poderosa.

¿Cómo, dónde, cuándo y con quién?

En primer lugar y debido a que trabajamos con población de sector económico medio, obtuvimos un resultado común a todos los grupos: los hogares de los participantes poseen varios aparatos receptores. En general se habló de no menos de tres: uno en la recámara de los padres, otro en la sala o en un cuarto para ver la televisión si lo había y por lo menos uno más cuya ubicación podía variar desde la cocina al cuarto de los hijos. Los jóvenes en general manifestaron contar con una

televisión en sus recámaras y en las mujeres casadas aparece con frecuencia una televisión chiquita, que en algunos casos es en blanco y negro, ubicada en la cocina.

Esto configura una situación espacial interesante: la televisión está en todos lados. Algunas de las amas de casa manifestaron que mientras hacen sus quehaceres domésticos, prenden los televisores que hay en la casa, de suerte que las acompaña en sus tareas cotidianas.

Aún cuando todos manifestaron esta abundancia de aparatos receptores, también fue muy clara otra tendencia: la televisión que más atrae y junto a la cual se congrega toda la familia (aún cuando haya sala de TV) es la que se ubica en el cuarto de los padres. Los adultos se quejaron de este hábito que rompe con su intimidad, pero con quejas en las que se adivina complacencia y hasta aceptación. Los jóvenes, sobre todo las mujeres, manifestaron abiertamente que les resultaba más agradable ver *tele* en el cuarto de sus papás.

Esta preferencia permite, a nuestro juicio, dos lecturas. La primera es muy sencilla: por lo general el mejor televisor de la casa está ubicado en el cuarto de los padres (algunos participantes así lo manifestaron) y esto justifica que los hijos quieran ver televisión allí por tener más tamaño, mejores colores, porque es más nuevo o sencillamente por ser el que tiene la conexión al cable, MTV o DTH. La segunda se refiere a que la recámara principal es el lugar personal e íntimo de los padres, donde seguramente los hijos depositan fantasías. Ver televisión allí es invadir ese espacio de privacidad, haciéndolo propio. Por ello, cuando la recepción la realiza la familia unida, a la apropiación de la privacidad de ese espacio se suma un tiempo de intimidad compartido.

Cabe destacar que en el caso de las mujeres amas de casa, que pasan la mayor parte de su tiempo en el hogar, a lo largo del día cambian los lugares físicos y el modo de recepción: en la mañana oyen televisión en toda la casa pero en especial en la cocina; en la tarde la ven en la sala, cuarto de TV o comedor acompañadas por sus hijos; mientras que en la noche la disfrutan en su cuarto, cuando los hijos ya están dormidos. Fueron muy pocas las que mencionaron ver televisión con sus esposos, por el contrario, algunas manifestaron de manera indirecta que el televisor se interponía entre ambos, sobre todo en fines de semana con las programaciones deportivas.

Como podemos ver, el estudio confirma que el televisor es centro de atención y reunión para la familia, en especial, en sus momentos de

ocio o de estar juntos. En torno a él se realizan otras actividades o se platica sobre algo que todos tienen en común: lo que ven en televisión.

Para las mujeres casadas y con hijos, el televisor tiene una triple función: es vínculo de unión familiar, espacio de privacidad y compañía. Estas funciones están íntimamente ligadas con los contenidos, con el momento de ver televisión y también con quién se le ve.

La TV sirve de lazo de unión dentro del hogar cuando los programas se ven en familia, lo cual implica que la recepción no es solitaria y además, hay una directa combinación con el contenido. Ejemplo de ello son los programas de variedades: concursos, humor, musicales ligeros, entre otros, durante los cuales se comparten alimentos, comentarios, opiniones, etc. Son emisiones que no requieren de una atención exclusiva como lo exige un argumento, ni el silencio que piden las noticias o los comentarios si es que se quieren entender.

En esos casos el televisor reemplaza situaciones aglutinantes, que se daban en el pasado en torno a otras actividades. Antes las mujeres que se dedicaban sólo a las labores del hogar se reunían a bordar, cocinar, coser, trabajar en alguna labor de la casa o de la economía familiar y era en esos momentos cuando se aprovechaba, para tratar temas y problemas reservados para tales situaciones. Hoy algo parecido ocurre con el televisor: es el momento para aconsejar, platicar sobre algún tema, referir opiniones sobre los miembros de la familia y otras personas o situaciones cercanas o lejanas. Algunas mujeres manifestaron incluso, que a partir de los comentarios que los programas de televisión suscitan en sus hijos, ellas pueden descubrir qué piensan acerca de determinados asuntos.

Vemos aquí, sin embargo, la gran diferencia que existe entre un diálogo directo acerca de un tópico y el mediado por la televisión, sobre todo si tenemos en cuenta la teoría de la agenda según la cual los medios no nos dicen qué pensar, pero nos indican cuáles son los temas acerca de los que vamos a pensar, dialogar, reflexionar. Dicho en otros términos, como sucede en las noticias o en los argumentos de series y telenovelas, la TV enfatiza algunos temas pero deja de lado otros, con lo cual su mediación resulta fundamental, porque recae directamente en los tópicos abordados al interior de la familia.

En el mundo de la mujer dedicada al trabajo de la casa, la era electrónica ha cambiado los bastidores, agujas, hilos, conservas y

dulces domésticos, así como las visitas entre amigos, vecinos o familiares, por los medios de comunicación. Hoy los temas que propone la televisión pueden facilitar los circunloquios domésticos de otros tiempos, sobre aquellos tópicos que debían tratarse porque así lo exigía la vida familiar, aún cuando eran escabrosos. Sin embargo, al mismo tiempo la TV se convierte en un instrumento que de otras maneras evita el diálogo y el ejercicio abierto de la comunicación.

¿Virtud, defecto, o simplemente la forma actual de reunirse en familia y platicar?. Las respuestas pueden variar según las circunstancias, no obstante, la falta de diálogo y comunicación pueden llegar a convertirse en un ejercicio social, pasando a otros ámbitos y haciendo de la incomunicación una práctica corriente. Si lo planteamos de otra manera, tenemos que la TV al interior del hogar puede facilitar el tratamiento de algunos temas que los padres no saben cómo abordar o descubrir sentimientos y puntos de vista de los demás, pero estos beneficios son escasos frente a la necesidad de hacer de la comunicación un ejercicio permanente, que asegure la participación en todas las esferas de la vida social, haya o no mediación tecnológica o sugerencias a partir de las agendas de los medios.

La televisión se transforma en un espacio de privacidad cuando la mujer escoge el programa que quiere ver, la mayor parte de las veces a solas, y que posee alguna sensibilidad que la toca muy de cerca. En general, cuando la televisión se ve en familia puede variar el lugar de recepción (la recámara de los padres, el cuarto de televisión, la sala o el comedor), sin embargo, cuando las mujeres disfrutaban de la TV como espacio de privacidad, manifestaron verla en su recámara, algunas acostadas en su cama o sentadas en su sillón predilecto. Estos instantes los acompañan con algo que le gusta: un café o un té, se tapan con una cobija liviana, se quitan los zapatos, o sea, se ponen cómodas, se instalan a su gusto para disfrutar de ese espacio de privacidad.

Entonces yo me pongo de mi lado en la cama, con un café, normalmente, y no cigarro porque en mi cuarto no fumo, y me dedico a ver la televisión, y en ese momento sí me abstraigo en la televisión y la veo únicamente, porque en otros momentos todavía se ofrece algo, que el niño quiere agua o lo que sea y me levanto. Pero en ese momento, ya en la noche, cuando los niños se durmieron, disfruto mucho”, dijo una de las participantes y otra más agregó: “Son momentos muy míos, ya como que dices: es mi hora, es mi momento... O en mi caso, que ya aterrizo, siento que es mi momento de relajarme, de consentirme.

Pero además de la recepción familiar y la que se produce en un espacio de privacidad, hay un tercer modo de ver televisión para las

amas de casa, definido por una de ellas como “*un ojo al gato y el otro al garabato*”. O sea, la televisión como compañía durante las horas que la mujer está sola en su hogar y realiza las labores domésticas.

Resultó sorprendente descubrir que hay quienes tienen hasta siete aparatos de televisión en la casa, los cuales “van acompañando” a la mujer mientras hace su trabajo doméstico. “*Si voy a la sala prendo la tele de la sala... si estoy guisando veo la chiquita de la cocina...*”, expresó una de ellas. Esto sugiere falta de tolerancia al silencio y a la soledad de la casa, ya que el televisor en este caso oficia de compañía y rompe ese silencio aplastante que suelen tener las casas habitadas por varias personas, cuando sólo se queda un miembro de la familia en ellas. Suponemos que la compañía del televisor durante ese tiempo permite también hacer menos rutinario el trabajo de la casa, de por sí repetitivo y poco gratificante. Así, la mujer automatiza su quehacer doméstico, mientras recibe (aunque tan sólo sea a través del sentido del oído) los mensajes de la televisión.

Es curioso que varias de ellas enfatizaron que a estas horas, las de la mañana sobre todo, no ven televisión sino que la oyen. Fue también notable que las amas de casa hablaran de uno de los conductores de revistas televisivas de la mañana por su nombre de pila, omitiendo el apellido como si se tratara de alguien cercano y conocido. Podemos interpretarlo como que ese conductor representa no sólo las fantasías que algunas pudieran tener (sentimentales, sexuales, de trascendencia social, etc.), sino también su compañía durante las solitarias horas del rutinario trabajo doméstico. Ninguna, sin embargo, hizo referencia a la mujer que comparte la conducción con el hombre en el mismo programa, lo que indica que las fantasías o identificación se producen con el personaje masculino.

La función de compañía no aparece en los hombres casados, como tampoco de manera manifiesta en los más jóvenes de ambos sexos. En estos grupos la televisión representa un permanente instrumento de entretenimiento y evasión, aún cuando esto por momentos pueda sentirse como compañía, sobre todo en los jóvenes cuando no tienen un plan mejor para su tiempo libre.

Si quisiéramos definir brevemente el vínculo entre los jóvenes y la televisión, nada mejor que usar los términos “enchufarse” o “desenchufarse”, cual si pudieran conectarse o desconectarse eléctricamente. Recordemos que los participantes fueron jóvenes que

trabajan, ellos en su mayoría manifestaron que cuando llegan a la casa “*prenden la tele*”. En estos grupos es donde aparece menos discriminación respecto de lo que desean o gustan ver. Ellos ven sencillamente “*lo que haya*”, o “*lo que caiga*” como manifestó uno de ellos.

A nuestro juicio esto indica que los jóvenes tienen el hábito de *prender la tele* en cuanto están frente a ella, sin discriminar lo que se quiere ver, algo así como llenarse de imágenes y sonidos cumpliendo con una necesidad física más, como alimentarse o descansar. Sin embargo, hay que decir que esta entrega se produce sobre todo entre semana y cuando no hay otro programa mejor los sábados y domingos, porque ellos mismos manifestaron que no dejan de hacer otras cosas sólo por *ver la tele*.

Para estos jóvenes la televisión es entretenimiento, es matar el tiempo libre y aunque todavía se producen al nivel familiar momentos de recepción conjunta, en general ven televisión sólo debido a que se molestan mucho por el *zapping*, es decir, el constante cambio de canales y programas con el control remoto.

El control remoto merece un párrafo especial: siempre que se hace alusión al *zapping*, aparece la idea de disputa del poder, de alguien que se interpone entre el receptor y el televisor imponiendo su criterio. En los diferentes grupos se acusó a los ausentes de hacer *zapping*: hermanos, maridos o esposas, pero nadie reconoció practicarlo. Además, tal parecería que quien controla qué se puede ver en la televisión es quien tiene el poder de decisión en la casa, al menos respecto a este medio de comunicación, un poder que tal vez se extiende a otras esferas de la vida familiar. Así, el control remoto podría simbolizar el control de otras muchas cosas de la vida cotidiana de un hogar.

Los hombres casados manifestaron tener dos tipos o momentos de recepción: el familiar con sus variantes y el de privacidad. Sin embargo, estos espacios se presentan de manera diferente a los de las mujeres. El familiar en general se da para aquellos que llegan temprano a la casa y ven caricaturas, programas de humor o concursos con sus hijos, en tanto la mujer prepara la cena o se ocupa en alguna otra actividad doméstica. Mientras padres e hijos permanecen frente al televisor, es la mujer quien se mueve trayendo cosas, preparando alimentos o bebidas.

En cuanto al momento de recepción personal, el espacio de privacidad, es diferente al femenino porque se realiza en medio de la multitud. En efecto, los hombres poseen sus espacios de privacidad frente a la tele, pero cuando lo hacen no esperan a estar solos ni a crear una situación de recepción personalizada, íntima. Sencillamente, deciden ver los programas deportivos (sobre todo en los fines de semana) y lo hacen a la vista de todos. Se trata de un espacio ganado a lo largo de una agotadora semana de trabajo, que nadie puede discutir y menos aún cuestionar. Así, mientras la mujer parece robarse esos instantes de privacidad, el hombre tiene derecho pleno a ellos, aún a riesgo de que las mujeres se sientan desplazadas por el televisor. No obstante, todo parece indicar que la recepción femenina se prepara más para crear un clima de intimidad.

Uno de los temas de nuestro interés, durante el desarrollo de los grupos, fue indagar si el contenido de los programas podía llegar a cambiar el estado de ánimo de los receptores. Aunque no podamos marcar una tendencia clara en las respuestas a estos interrogantes, se desprende que en ocasiones esto ocurre, sobre todo, cuando se trata de ficción o noticias. La ficción se mira para vivir fuertes emociones: proyecciones, identificaciones, fantasías, según sea el caso (algunas mujeres afirmaron que ven telenovelas por “*sufridoras*”); mientras que las noticias se evitan debido a su contexto real. En efecto, se prefiere padecer con las telenovelas porque existe el reconocimiento implícito de que se está frente a un género de ficción, mientras se eluden las noticias que podrían ser iguales o más *sufridoras*, pero provienen de una realidad de la cual el espectador no quiere hacerse cargo. Estas opiniones estuvieron presentes en todos los grupos, salvo el de los hombres adultos que ven noticias y las comentan, aún cuando ello no implique participación política y social directa.

Casi todos al definir las emociones que buscan en la televisión, se refirieron a la evasión: no pensar, relajarse, pasar a otra cosa. En este sentido podemos ver a la TV como una especie de signo de puntuación que me permite entrar a otros mundos, dejando el propio, el cotidiano, el que abrumba y debe enfrentarse. Según sea el caso, este signo de puntuación puede ser una coma, punto y seguido o el máspreciado: un punto y aparte, sin descartar los paréntesis, las comillas y también, el punto final. Así, la televisión a lo largo del día tiene (además de otros roles) una importante función gramatical que permite unir, separar, dejar pendiente, terminar.

El cambio

En la parte final de nuestras sesiones de grupos focales, buscamos indagar acerca de los cambios que, según los participantes, podrían proponer para modificar a la televisión actual. Las respuestas fueron pobres y erráticas, casi siempre referidos al control de horarios para proteger a los niños o sobre aspectos morales muy evidentes como limitar la violencia, el sexo o el uso de malas palabras. Todos los grupos, sin embargo, manifestaron querer más emisoras como el canal 11 o el Discovery Channel, o sea, de corte cultural, así como programas *blancos* para la familia. Sin embargo recordemos que este tipo de programas no estuvo entre los más mencionados en el transcurso de las sesiones.

Vale la pena recordar aquí el concepto de opresor internalizado, que empleó Paulo Freire a finales de los 70 para explicar la situación en que se encontraban los campesinos de su país y de otros grupos sociales (Freire, 1978). El destacado pensador brasileño expresaba entonces que la autocensura, producto de la condición social de sujetos acostumbrados a obedecer, como parte de sus prácticas culturales, resultaba una barrera difícil de derribar cuando debían enfrentar agresiones de sus opresores, incluso cuando eran conscientes de su situación. Esta opresión interior, sembrada en un largo proceso educativo y cultural, cuyo fin era lograr obediencia, da como resultado una parálisis frente a la acción y la participación social.

Desde nuestra perspectiva, la televisión constituye un caso particular de opresor internalizado, ya que este medio somete pero no por la vía de la violencia, la imposición o la fuerza; sino a través del placer, la compañía, la incondicionalidad, la supuesta libertad de elección, el entretenimiento, etc. Se trata, en suma, de una dulce opresión, agradable, gratificante, que además es capaz de espantar a la soledad.

Si alguna característica destaca en el vínculo televisor-televidente es la ambivalencia, la ambigüedad que despierta en sus receptores. Es tanto lo que la televisión ofrece que resulta difícil cuestionarla, cambiarla, reprobarla y, más difícil aún, prescindir de ella. Por ello el telespectador termina siendo un cómplice silencioso de sus excesos, falta de tino y buen gusto.

Conclusiones

De lo anterior se desprenden algunas conclusiones interesantes acerca del vínculo que los receptores establecen con la TV. Tal vez la primera es el número de horas dedicadas por los participantes a ver televisión: casi el 20% del día o si lo preferimos, cerca del 30% del tiempo que están despiertos, porcentajes que indican la enorme importancia que posee la televisión en la vida cotidiana de algunos seres humanos.

Respecto al manejo del tiempo que realiza la TV, su discurso puede ser un tanto real, cuando son transmisiones en vivo o enlaces, como articulado en barras, segmentos o estructurado según la duración y horarios de sus programas. Da y otorga flexibilidad, de manera que cada telespectador estructura ese tiempo, de acuerdo con sus ocupaciones y programas favoritos. Esta articulación gramatical ofrece, además, el acceso directo a hechos ocurridos en lugares lejanos, dándole a los receptores la idea de presencia y participación. Esto es claro en los deportes, concursos, telenovelas y en menor medida en las noticias, ya que éstas a pesar de tener mucho más que ver con decisiones que afectan a la vida cotidiana de los televidentes, interesan menos.

En materia de espacio, según los participantes, podemos concluir que la TV es omnipresente: no sólo está en todas las casas, sino en todos los lugares de la casa. La ya mencionada función de acompañamiento que la televisión cumple con las amas de casa, puede asociarse con otras situaciones que, aunque no son motivo de este estudio, se repiten: cuando los niños llegan a una casa que no es la suya preguntan si hay *tele* para ver determinado programa; los adultos parados frente a los receptores de TV en los negocios de electrodomésticos o tiendas departamentales para seguir un partido de fútbol o basket; e incluso quienes tienen oportunidad de viajar al extranjero, pueden dar seguimiento a sus series o telenovelas, aún cuando los capítulos no coincidan exactamente con la secuencia de su país.

De esta omnipresencia se desprende otra conclusión que vale la pena destacar: existen varios modos de ver televisión, los cuales varían según edad, sexo, horario y días de la semana, así como por la situación específica en que se realiza la recepción.

A nuestro juicio, esos diferentes tipos de recepción pueden agruparse en dos bloques: una recepción dura y otra blanda, las que

además de estar ligadas a los factores que enumeramos en el párrafo anterior, se vinculan estrechamente con los contenidos y su estructura.

Cuando la recepción es dura se produce una ruptura en la comunicación familiar porque es rigurosa, exige silencio, soslaya actividades paralelas como comer, beber, platicar. De este tipo de recepción es tal vez sobre la que más se ha hablado, criticando siempre al medio como un intruso en la vida familiar que todo lo corrompe, en especial, el diálogo. Pero como sabemos, a pesar de los numerosos trabajos sobre la televisión que se han realizado a partir de esta postura crítica, este medio no sólo ha seguido creciendo como sector empresarial e industrial, sino que ha logrado una mayor penetración en la sociedad. Parecería entonces que los receptores se ubican lejos de la crítica y en cambio aceptan a este medio con sus defectos y virtudes, con lo que es capaz de darles, y a la manera funcionalista, toman de él lo que les gratifica.

Consideramos que la recepción es blanda cuando la televisión cumple la misión de ser lazo de unión familiar, ya que todo transcurre a su alrededor, es hilo conductor de pláticas, comentarios, opiniones, comidas, bebidas y momentos de intimidad, dando la sensación de que se integra naturalmente a la familia. Este tipo de recepción puede interrumpirse y de algún modo esas interrupciones forman parte del proceso comunicativo, porque son las que retroalimentan el discurso televisivo al aceptarlo o rechazarlo. Es también una recepción que no exige solemnidades, por lo cual el silencio y la atención pueden ser rotos.

A nuestro juicio, a través del análisis de este segundo tipo de recepción se puede llegar a enriquecer el primero, ya que cualquier estudio de recepción crítica (sobre todo con niños y adolescentes) puede partir de esta recepción blanda para ir adentrándose en la dura, donde desde nuestra perspectiva dominan lecturas más complejas de los mensajes televisivos.

Podemos concluir también que el fortalecimiento que ha experimentado la televisión, de manera casi ininterrumpida desde su descubrimiento, transgrede el argumento de la ruptura de la comunicación familiar. En efecto, la reacción positiva de las audiencias ante la televisión responde a características del medio que los receptores valoran: el placer de entretenerse y evadirse de una realidad que puede ser dura y agobiante; la compañía; la sensación de

elección y libertad que otorga este medio; la TV como fuente de información a partir de la cual se generan pláticas y reflexiones familiares; su función gramatical que contribuye a separar, ordenar y jerarquizar momentos del día; la televisión como origen o depósito de emociones, sentimientos y fantasías, entre otras.

Sin embargo como ya lo mencionamos, la televisión despierta sentimientos ambiguos en sus receptores. Tal vez porque la crítica ha sido im pla ca ble con ella, tal vez porque en el fondo y aunque no hagan nada para cambiarla, los televidentes reconocen las debilidades de este medio o sus debilidades frente a él, lo cierto es que pocos son los que se animan a reconocer, abiertamente, el placer de ver televisión. Las críticas a la televisión son escurridizas, no aciertan en el centro del problema, se van por las ramas, incluso llegan a pedirle mucho más de lo que puede dar o de su propia razón de ser como medio de comunicación.

Adorable intrusa la llamamos en algún momento, porque en la ambivalencia que despierta en sus receptores, hay un reconocimiento tácito a lo que la TV les da, pero también son tácitas las críticas y propuestas para cambiarla.

Debido al tipo de instrumento empleado en este estudio, habrá quienes afirmen que no son resultados fácilmente generalizables, no obstante consideramos que configuran tendencias dignas de ser profundizadas en otras investigaciones. Una vez más es claro que, en materia de recepción televisiva, sigue viva la necesidad de realizar un mayor número de estudios, que nos permitan obtener más datos de este complejo proceso.

La situación concreta en la que un televidente realiza la recepción, así como las variables que intervienen (clase social, nivel educativo, lugar en el que habita, país y ciudad a la que pertenece, régimen de propiedad de los medios, en tre otros muchos factores) pueden cambiar los resultados globales, pero aún dentro de ellos podremos descubrir coordenadas y constantes que nos advierten sobre la importancia de este proceso en la vida cotidiana de los individuos.

crovi@mor1.telmex.net.mx

Bibliografía

Anceschi, Baudrillard, Becheloni et al (1990), *Videoculturas de fin de siglo*, Madrid, España: Ed. Cátedra.

Delia María Crovi Druetta

- Caffarel, Carmen, Francisco Bernete y Vicente Baca (editores) (1991), *Comunicación y movimientos sociales*, Memorias del I Encuentro de Almagro, España: Almagro.
- Charron, Danielle (1989), *Une introduction à la communication*, Que bec, Canadá: Presses de l'Université du Québec.
- Crovi Druetta, Delia María (1995), *Televisión y neoliberalismo. Su articulación en el caso mexicano*, Tesis de doctorado en Estudios Latinoamericanos, México: FCPS, UNAM.
- (1997), *Ser joven a fin de siglo. Influencia de la televisión en las opiniones políticas de los jóvenes*, México: FCPS, UNAM.
- Ferry, Jean-Marc, Dominique Wolton et al (1992), *El nuevo espacio público*, Barcelona, España: Ed. Gedisa.
- Freire, Paulo (1978), *Pedagogía del oprimido*, México: Siglo XXI.
- Giust-Desprairies, Florence y Burkhard Muller (1997), *Se former dans un contexte de rencontres interculturelles*, Paris, Francia: Ed. Anthropos.
- Landi, Oscar (1992), *Devórame otra vez*, Buenos Aires, Argentina: Ed. Planeta de Argentina.
- Orozco Gómez, Guillermo (1994), *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales 6, México: Universidad Iberoamericana.
- Richeri, Giuseppe (1994), *La transición de la televisión*, Barcelona, España: Bosch Casa Editorial.
- Roxborough, Ian (1994), "Las posibilidades de las prácticas sociales bajo el neoliberalismo", en *Revista Mexicana de Sociología*, año LVI, núm. 4, México: UNAM.
- Sfez, Lucien (1995), *Crítica de la comunicación*, Buenos Aires, Argentina: Amorrortu Editores.
- Tremblay, Gaetan, Jean Guy Lacroix, Marc Ménard et Marie-Josée Régnier (1991), *Télévision. Deuxième dynastie*, Canadá: Presses de l'Université du Québec.
- Wolton, Dominique (1992), *Elogio al gran público. Una teoría crítica de la televisión*, Barcelona, España: Ed. Gedisa.