

Modos de ver televisión



MIGUEL A. HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ

Los nuevos enfoques de los estudios de la comunicación, y más específicamente de la recepción de mensajes destinados a las masas y sus efectos en la creación de sentido o de significación, plantean un cambio radical tanto de concepción como de métodos de investigación empírica de los fenómenos comunicativos. En tal medida, que no puede seguirse hablando ya de audiencia cuantitativa ni de efectos generales en los receptores de la comunicación masiva.

Escuelas y grupos de investigación de naturaleza etnográfica y, en general, antropológica han puesto de relieve la necesidad de realizar estudios profundos, o de descripción profunda (“densa”, en palabras de Geertz),¹ para mostrar los distintos modos de consumo de los medios de comunicación y, muy en particular, de la televisión, así como sus diversos significados culturales o simbólicos.

Los estudios referentes al consumo de medios también remiten a métodos de investigación sociológica o de sociología de la cultura, zona poco estudiada por las corrientes clásicas de la sociología y el marxismo, algunas de cuyas interpretaciones economicistas redujeron la explicación de lo que ocurría en la relación medios-sociedad a las relaciones sociales de la producción o bien a la descripción althusseriana de los aparatos ideológicos del Estado.

Producto tanto de una de las corrientes de la sociología estadounidense denominada Communication Research, que derivó hacia el estudio de las audiencias con Elihu Katz, como de los nuevos enfoques de análisis antropológico y etnográfico en los Estados Unidos e Inglaterra, se ha venido

abriendo paso una nueva corriente de análisis de los públicos, a partir de lo que podría denominarse modos de ver o consumir los medios modernos de comunicación masiva y sus vínculos con la representación simbólica de la realidad.

Vistos así, los medios parecen desempeñar un papel de mediación entre los individuos y la construcción de la realidad. Especialmente por la exposición o el consumo que éstos realizan en sus hogares, de acuerdo con los diversos papeles que representan en la familia. Aquí, en esta esfera, que forma parte de la vida cotidiana, es donde adquieren particular importancia la televisión y el análisis de su consumo. La televisión es —aun ahora que otros medios compiten con ella en importancia, como la computadora individual con sus diferentes posibilidades de recepción de mensajes e interacción— el medio más relevante por las características visuales de sus transmisiones y sus efectos sobre los individuos.

El consumo de televisión, lo que la Communication Research designaba como audiencia, no es un fenómeno fácil de conceptualizar ni, menos aún, medir (¿existe realmente la audiencia? ¿Cuándo se produce la unión con el receptor?). Como lo han señalado en sus diferentes estudios Morley y Silverstone,² la audiencia no puede definirse sólo por la exposición del individuo a los mensajes del aparato receptor; no se ve televisión con la misma intensidad todo el tiempo, ni todos los programas influyen de igual modo. Asimismo, no es posible generalizar los mo-

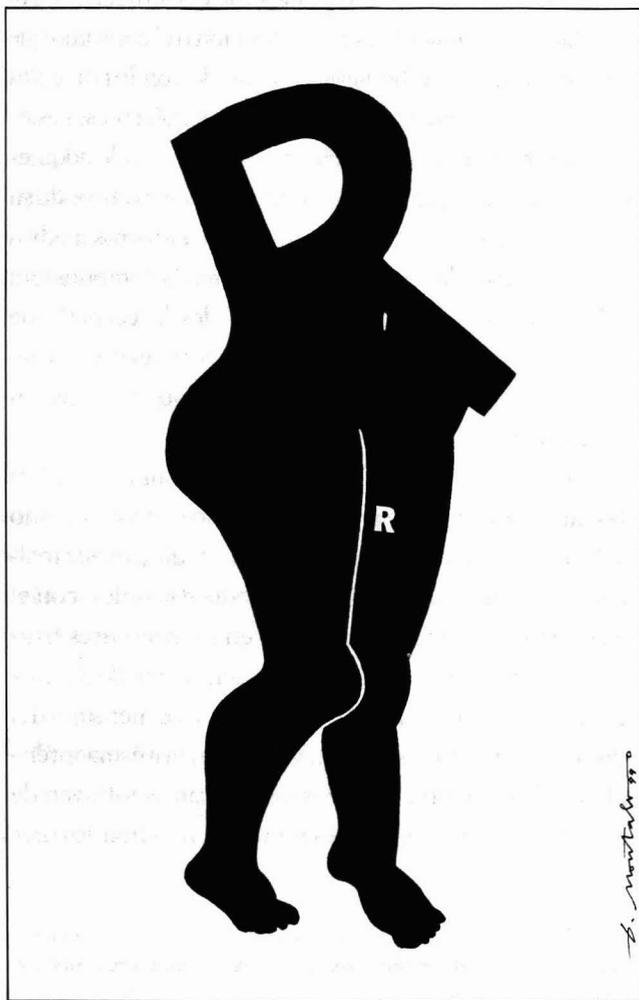
¹ Clifford Geertz, *Interpretación de culturas*, Gedisa, Barcelona, 1992.

² David Morley, *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Amorrortu, Buenos Aires, 1996. Roger Silverstone, *Televisión y vida cotidiana*, Amorrortu, Buenos Aires, 1996.

dos de ver y usar la televisión. Éstos son muy diversos y tienen también una gran variedad de representaciones o significados.

La sola existencia de la televisión como tecnología dura en la casa tiene un significado. Los usos como medio de entretenimiento o información implican otras tantas representaciones, amén de sus empleos como tecnología y no como medio para consumir mensajes masivos; esto es, como herramienta (monitor) para recibir mensajes de satélite, cable o videocasetera.

La situación se complica todavía más si se consideran los distintos significados que el consumo de televisión puede tener en las relaciones de la familia y en las de ésta con el exterior. No será lo mismo ver televisión en compañía de otros miembros de la familia que hacerlo solo; no se resolverán los conflictos y preferencias de la misma manera en una familia que en otra, según su nivel social y sus recursos económicos, la disponibilidad de uno o más aparatos de recepción y el grado de igualdad prevaeciente en las relaciones entre los sexos y roles asignados (padres e hijos).



Habría que agregar, como lo señala Moores,³ que no resulta pertinente analizar estas diversas posibilidades sin tomar en cuenta otros factores sociales que determinan la posición del individuo y su familia en la sociedad. En palabras de Bourdieu, la pertenencia a una clase o segmento dominante o dominado, ya sean unos u otros el *ethos* de clase y el capital económico y cultural, determina el consumo de los medios, al igual que el de alimentos, muebles, ropa, bienes culturales y —lo que nos ocupa en este artículo— entretenimiento televisado.⁴

Con el propósito de conseguir un acercamiento a la aplicación de los elementos metodológicos *cualitativos*, se realizó un estudio con objeto de identificar elementos cuya regularidad permitiera determinar patrones de consumo de televisión en cuatro familias que, por sus principales características sociales y económicas, pudieran considerarse prototipos de sectores intermedios, urbanos, de la sociedad.

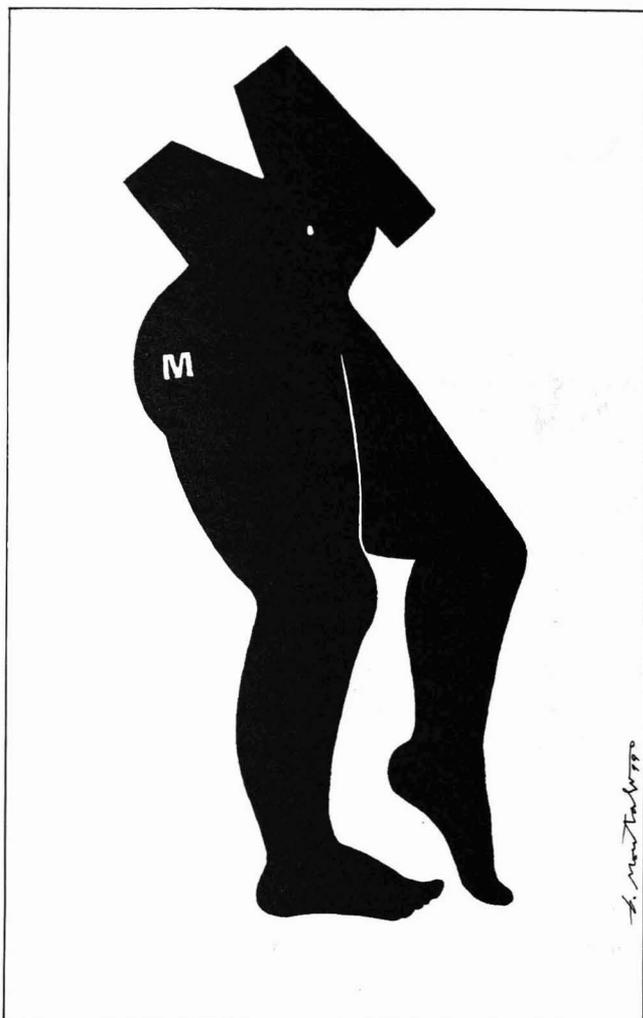
Así, se procuró (y prácticamente se consiguió) cierta uniformidad en los rasgos de las familias seleccionadas: las integran los dos padres y dos hijos; ambos padres trabajan —el padre tiempo completo y la madre medio tiempo— y tienen una formación universitaria; viven en casas propias (condominios horizontales); los hijos acuden a escuelas particulares, laicas y religiosas. En estas familias se efectuó un trabajo de observación directa y se conversó con sus miembros de acuerdo con los procedimientos de la entrevista individual o de profundidad.

El estudio sirvió, fundamentalmente, para discutir y precisar algunas hipótesis de trabajo sobre el consumo de televisión. Cabe mencionar aquí las que se refieren a las actitudes y valoraciones de los padres respecto al consumo que hacen sus hijos del medio, a las actividades recreativas alternativas y a la disposición de tiempo libre en el hogar. Tales valoraciones se asocian fundamentalmente, con mucha claridad, a percepciones sobre los efectos de la violencia en la televisión y los riesgos de los hijos en el mundo exterior al hogar considerados por los padres. Asimismo, es evidente que el control y la supervisión del consumo de televisión lo desempeñan las madres conforme a criterios de selección de programas no violentos y de tiempo de consumo.

En las cuatro familias estudiadas, el principal consumo de medios en el hogar corresponde a la televisión. Dos fa-

³ Shaun Moores, *Interpreting Audiences*, SAGE Publications, Londres, 1996.

⁴ Pierre Bourdieu, *La distinción*, Taurus, Madrid, 1985.



milias indican (A y B),⁵ sin embargo, una clara preferencia por acudir a las salas de cine, sobre los demás medios, y son, asimismo, las dos que emprenden esfuerzos para evitar que los niños hagan un consumo excesivo de la televisión.

En las otras dos familias (C y D), las restricciones impuestas al consumo de televisión no son tan importantes. En tres familias, los padres señalan referencias temerosas, cautas o en apariencia indiferentes ante la exposición al medio televisivo (“casi no la vemos”, “la veo de vez en cuando”, “sólo el noticiero por la noche”). En todas, no obstante, el consumo de televisión, como en seguida se verá, implica un importante número de horas: poco más de tres diarias en jornadas hábiles.

En dos familias (A y B), cuyos hijos son un poco mayores, hay interés por que los hijos realicen otras activida-

⁵ Características de las familias: Familia A (FA): el padre es contador público, la madre es psicóloga; tienen tres hijos, un hombre y dos mujeres, de 20, 17 y 11 años, respectivamente. Familia B (FB): el padre es actuaria, la madre es economista; tienen dos hijas de 11 y de 9 años. Familia C (FC): el padre es contador público, la madre no ha realizado estudios universitarios; tienen dos hijos, un hombre y una mujer, de 8 y 5 años, respectivamente. Familia D (FD): los padres son biólogos; tienen dos hijos, de 6 y 3 años.

des además de ver televisión. Cuando los padres se refieren a éstas, emplean los calificativos “productivas” o “provechosas”: “que se dediquen a otras actividades más productivas”.

Podría decirse que los padres consideran perjudicial o peligroso el consumo de televisión cuando éste resulta excesivo (en tiempo) e indiscriminado (en programas), asumen como principales tareas educadoras la vigilancia para que los hijos hagan un consumo adecuado o aceptable de televisión y los alientan (hasta la adolescencia o quizá poco más allá de ella) a realizar otras actividades en la casa y fuera de ella en su tiempo libre, situación evidente en los fines de semana y los periodos de vacaciones, cuando los niños ven televisión desde la mañana.

En la familia D, los padres, cuyos hijos son pequeños y todavía no enfrentan problemas por un excesivo consumo de televisión, señalan, no obstante, su interés explícito por impedir, en su momento, tal situación. Desde ahora evitan que sus hijos vean programas que consideran violentos, como los de dibujos animados donde las historias comprenden demasiados episodios de luchas y golpes (*Dragon Ball Z* o *Ranma*), así como noticieros que presentan con mucha frecuencia escenas reales de sangre y muerte.

El consumo de televisión, especialmente en los niños y adolescentes, parece entonces asociarse a la permanencia de los miembros de la familia en la vivienda, la realización de actividades recreativas distintas, la existencia de tiempo libre y, sobre todo, las actitudes y valoraciones de los padres sobre dicho consumo. A propósito, los padres consideran que este último no es malo por sí mismo, o que por sí mismo no causa daño; más bien suponen nocivos el exceso y la falta de selectividad. Por ello, se observa una tendencia a equipar más los hogares para atender la demanda de entretenimiento de los miembros de la familia, con el fin de que éstos no se vean obligados a salir y hallarlo en el exterior.

El exterior representa, según los padres, un importante factor de temor o riesgo para los hijos, en particular para los menores, y desde luego mayor que el que podría significar el consumo excesivo de televisión. En consecuencia, tienden a instalar todo medio de entretenimiento a su alcance dentro del hogar, para reducir la necesidad de realizar tareas extraescolares en la calle, el barrio, el exterior. De esta manera, se pasa de un receptor de televisión y una videocasetera a dos o tres, para individualizar el acceso a ellos.

De la misma manera, se incrementan las posibilidades de la oferta, por medio de la adquisición de servicios

de renta, sean éstos Cablevisión, Sky o MVS, y recientemente internet. Parece ser que, cuando la iniciativa y el interés no provienen del padre, la disposición y diversificación de la oferta de medios en el hogar aumenta conforme al crecimiento de los hijos, quienes a mayor edad demandan equivalentes posibilidades efectivas de entretenimiento: más aparatos, más canales, más oportunidades y hasta una PC para el acceso a internet.

Estos rasgos y valoraciones se desprenden de las observaciones realizadas en tres de las cuatro familias estudiadas. En las familias A y B se advierten explícitamente estas percepciones y pautas de conducta en los padres, y en la D se encuentran como elementos de prevención consideraciones respecto a un futuro inmediato, cuando los hijos alcanzan mayor edad.

La percepción de los padres acerca del riesgo que representan para los hijos el mundo exterior y la sociedad y la que considera que sólo el consumo excesivo de televisión puede causar algún daño a los niños implican otra idea relevante, a saber: si se controla mediante una adecuada tarea de supervisión el consumo de televisión, éste resulta mejor que otra actividad de esparcimiento en el exterior. Más aun, los padres de la familia D consideran que el no consumo podría resultar contraproducente o igual de dañino que el exceso, ya que aislaría a los niños de sus compañeros de escuela, hecho que han percibido cuando impiden a sus hijos consumir alimentos "chatarra".

De ello, entonces, se derivan dos acciones: una, aceptar que los hijos realicen un consumo de televisión controlado o supervisado de manera efectiva y directa por la madre, y, otra, que una forma de llevar a cabo ese control consiste en diversificar los medios de recepción de mensajes masivos en casa, así como las actividades extraescolares, como un recurso efectivo para reducir el tiempo libre de los hijos en la casa.

La supervisión —que supone consumo propio— la cumple en todos los casos la madre (quien trabaja medio tiempo), durante las tardes. De aquí también que sea ella, en este prototipo de familia estudiada, quien realiza —acompañada de sus hijos pequeños— el mayor consumo de televisión. En el cuadro 1 se puede apreciar con toda claridad cómo el mayor tiempo de exposición y uso del medio televisivo corresponde a las madres. Asimismo, en el cuadro 2 pueden apreciarse las horas promedio que consumen las familias y su miembros tipo (padres, madres e hijos) y la relación entre esa actividad y el tiempo libre de que disponen los hijos de lunes a viernes.

CUADRO 1
CONSUMO PROMEDIO POR TIPO DE MIEMBRO Y FAMILIA
(HORAS-SEMANA)

Miembro	FA	FB	FC	FD	Tipo Miembro
Padre	2	1-1.5	5-5.5*	3.5-4	2.8-3.2
Madre	3.5-4	3	5	5	4.1-4.2
Hijos	3-3.5	3-3.5	4	3	3.2-3.5

* El consumo promedio de los padres sería menor. Alcanza esos promedios por el consumo atípico del padre de esta familia.

En todas las familias puede notarse este comportamiento. El padre ve televisión algunos días a la semana; prefiere los noticiarios y en una medida menor alguna película; su interés por la televisión es escaso, salvo en el caso de la familia C, cuyo padre es ex futbolista profesional y se mantiene enterado de lo que ocurre en los deportes. No ocurre lo mismo con la madre y los hijos, quienes consumen un buen número de horas de la tarde y parte de la noche viendo televisión, y una cantidad mayor los sábados y domingos. En todas las familias, aunque con menor claridad en la C, la madre procura que sus hijos no vean los noticiarios, a los que corresponde un alto contenido de violencia cotidiana relativa a la ciudad, ni algunos programas de dibujos animados violentos.

CUADRO 2
PROMEDIOS DE CONSUMO DE TELEVISIÓN Y TIEMPO LIBRE

Niños-familias	Horas semanales	Horas lun-vier	% de tiempo libre dedicado a tv lun-vier*
A	3.35	3.5	58
B	3.21	2.5	42
C	4	4	66
D	3	3	50

* Se tomaron como promedio seis horas diarias de tiempo libre, una hora por la mañana, antes de ir a la escuela, y cinco horas por la tarde, después de comer y antes de dormir, de las 16 a las 21 horas.

Conclusiones

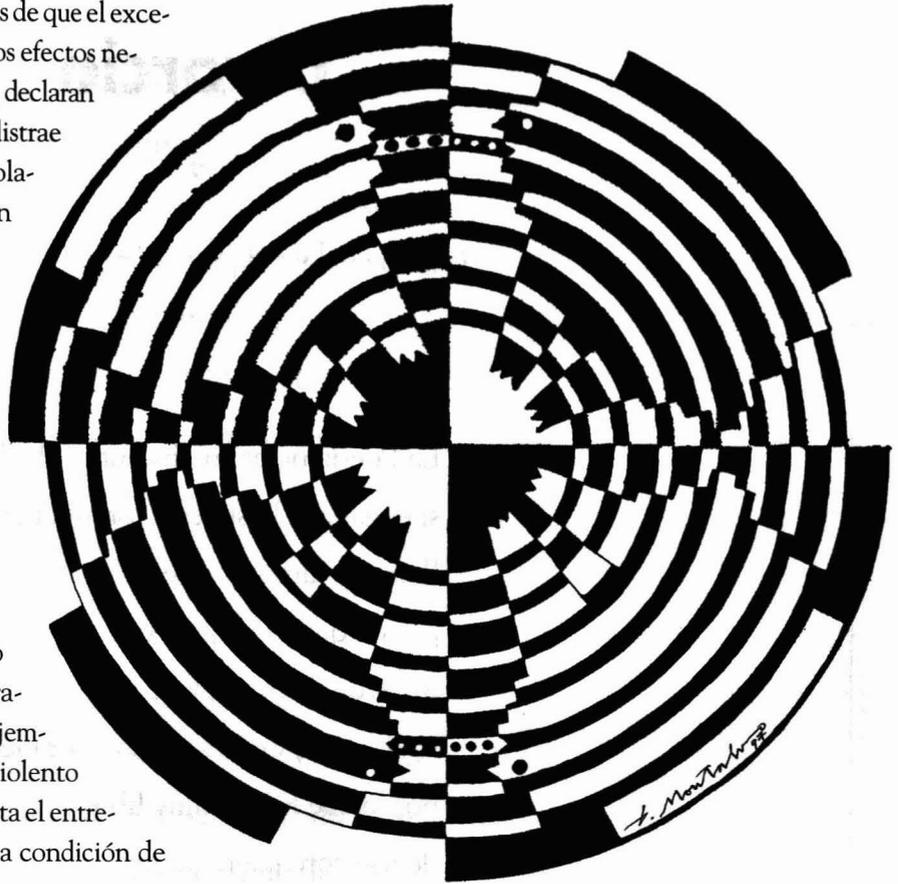
Aun cuando el número de familias estudiadas no permite formular proposiciones concluyentes, es prudente puntualizar ciertas observaciones que apuntalan o matizan algunas hipótesis.

Hay una clara percepción en los padres de que el excesivo consumo de televisión provoca ciertos efectos negativos en los niños y, de primera intención, declaran su interés por disminuirlo, ya sea porque distrae o retrasa a los menores en actividades escolares y extraescolares. Asimismo, advierten cada vez más peligros para sus hijos, derivados de la exhibición de escenas cotidianas inapropiadas, sobre todo por su violencia.

Tratan de resolver esas dos situaciones de riesgo alejando a los niños de este tipo de entretenimiento, pero solamente en términos de reducción y no de supresión. Los padres consideran que lo dañino de la televisión radica en la prolongación excesiva del tiempo de consumo y en la indiscriminada elección de programas, sin control ni supervisión, como por ejemplo, los dibujos animados de contenido violento o los noticiarios. En otras palabras, se acepta el entretenimiento de los niños con el televisor, a condición de que sea selectivo y por tiempo reducido.

Si bien esto parece una obviedad, conviene señalar que la selectividad se reduce casi a la clasificación que hacen los emisores, de acuerdo con los criterios legales o reglamentarios de los programas y horarios (niños, adolescentes y adultos). Asimismo, que el tiempo aceptable es entonces el efectivamente dedicado a ese consumo, que va de 3 a 3.5 horas diarias, y que representa entre 40 y 66% del tiempo libre diario de lunes a viernes, descontadas las horas de descanso, alimentación, escuela y aseo.

Pareciera entonces que, después de esos límites, que por lo demás representan la tolerancia o aceptación de los padres hacia el consumo de televisión efectuado por sus hijos, las actividades adicionales, extraescolares, deportivas o culturales, cuyo objetivo sería impedir a éstos un consumo excesivo, al limitar el tiempo libre pasarían a un segundo plano; de ahí entonces que el desarrollo de estas actividades no se considere tan importante y entonces dependa de los recursos económicos disponibles. En palabras de Bourdieu, éstos serían rasgos asociados con el estilo de vida y el espacio social que corresponden a estas familias. Según su capital económico y cultural, ellas resuelven lo que consideran riesgos y excesos en el consumo de televisión. Uno de los padres señalaba, a propósito de consumos desmesurados, que, mientras dos de sus hijos ven mucha televisión y van bien en la



escuela, otro, que realiza un consumo menor, no tenía un rendimiento escolar tan bueno como el de sus hermanos. Él, que casi no ve televisión, pareciera que no la considera tan dañina, a diferencia de la madre, que sí la ve regularmente y evita que los niños tengan contacto con imágenes de violencia, como si este contenido fuera el único que pudiera provocar algún daño.

A propósito de este aspecto, cabe formular una última observación que, por lo demás, es uno de los aspectos que mejor se desprenden del análisis. Se trata del papel preponderante que cumple la madre en el control y la supervisión del consumo de televisión, y que implica la determinación del tiempo y los programas, los modos de ver y de efectuar el consumo, la legitimación de la imagen televisiva como forma predominante de entretenimiento, por encima de otras (paseos, teatro, conciertos, museos, deportes) y frente al temor al mundo externo al hogar. Es interesante probar que ahora, en este tipo de familias, la madre es responsable de la enseñanza de lo que es y no es violencia y otros aspectos divulgados por los medios; piénsese, por ejemplo, en la política, la educación sexual, los roles sexuales, etcétera, todo a partir de la televisión y de acuerdo con lo que la madre de familia considera que es adecuado y no adecuado. ♦