

RELACIONES DE COMUNICACIÓN E INTERACCIÓN TELEVISIVA DE FAMILIAS QUE HABITAN VIVIENDAS DE ESCASOS RECURSOS (CASOS DEL ÁREA METROPOLITANA DE MONTERREY)

Martha Guadalupe Antúñez Palacios, José Ricardo González Alcalá y Martha Leticia Cabello Garza

Universidad Autónoma de Nuevo León

Resumen

Este proyecto se centró en conocer desde una perspectiva cualitativa, las posibles afectaciones que las relaciones de comunicación en las familias de escasos recursos presentan a partir de la interacción establecida con el medio televisivo. A través de observación no participante se logró captar el contexto al interior de las viviendas y 8 entrevistas a profundidad permitieron identificar las características de las relaciones de comunicación en la práctica diaria y cómo dentro de esa cotidianeidad se inserta el ver televisión, provocando reacciones positivas o negativas entre los distintos integrantes del hogar. La perspectiva teórica empleada en este proyecto fue la teoría sociológica del Interaccionismo Simbólico, lo cual permitió entender las particularidades de las relaciones intrafamiliares y de comunicación, además, del sitio que el medio electrónico guarda en el hogar; el vínculo emocional hacia el aparato, el consumo televisivo como parte de la rutina, el status que guarda el televisor en los hogares y el significado atribuido a los contenidos masivos, según la voz de los participantes que desde el contexto de los escasos recursos compartieron su experiencia familiar. Los resultados muestran distintas formas de convivencia en cada grupo familiar; en todas está presente la interacción constante con el medio masivo de comunicación y sus contenidos. Se exponen las preferencias televisivas y los vínculos que los distintos integrantes del grupo establecen con el medio, y la incorporación o no de los contenidos mediáticos en su rutina, además de actividades simultáneas a la exposición televisiva. Los resultados revelaron distintas situaciones que las familias enfrentan a raíz de la interacción televisiva, además del significado que las entrevistadas le otorgan a aspectos como las negociaciones y los desacuerdos, la legitimidad o el rechazo a los contenidos mediáticos, así como al entretenimiento y compañía que se obtienen del medio.

La presente investigación estudió desde una perspectiva cualitativa las relaciones de comunicación familiar a partir de la interacción que se establece con la televisión, poniendo especial interés en las familias de escasos recursos de la zona metropolitana de

Monterrey Nuevo León, México. Para entender el papel que juega la televisión en la vida de las personas, es necesario

entender la comunidad de apropiación. Al respecto es necesario indicar que la familia es el grupo natural para ver televisión; en el espacio familiar la

interacción con la TV es directa ya que las audiencias le otorgan a los mensajes sentido y significados concretos (Lull, 2007a). En este contexto es innegable la fuerza que ha alcanzado la televisión, al pasar a ser parte de la vida de cualquier capa social en la actualidad. Un dato que permite tener una idea de la importante presencia que la TV tiene en los hogares mexicanos, es que se calcula que hay al menos un televisor en 86 de cada 100 viviendas del país (Jara y Garnica 2007). Dato que es corroborado, por encuestas como las realizadas por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, las cuales documentan que en el 93 por ciento de los hogares se cuenta con un televisor; mientras que otros servicios con el de telefonía, apenas alcanza el 66 por ciento de cobertura en Nuevo León (INEGI, 2006). Según Jara y Garnica (2007), hay un televisor para cada 3.6 espectadores, es decir que en 18.5 millones de telehogares que comprenden alrededor de cuatro a cinco integrantes cada uno, el televisor se mantiene encendido más de ocho horas diarias, lo cual significa que en la tercera parte del día alguien está en su casa viendo la televisión, siendo entonces el bien doméstico de mayor presencia en las viviendas del país.

Si bien durante generaciones, grandes pensadores, filósofos, conocedores del arte, de la cultura y de la ciencia han denominado a la televisión como “la caja tonta”, para González (2007), los investigadores y creadores de la comunicación, ven a la televisión como algo más que una caja compuesta de circuitos, cables y voltios que emite contenido de baja calidad y violencia, sino como un instrumento de comunicación y entretenimiento. Al

respecto, Guadarrama (2001) expresa que las viviendas son cada día más “telecasas” y más “ciberespacios” en las que se teje y desteje la presencia de los cuerpos y las interconexiones extra domésticas de los pensamientos, aún cuando veamos a los integrantes de las familias compartiendo el espacio familiar; y es que la familia, constituye un lugar privilegiado para el desarrollo de las personas, para la socialización de los niños, para la cooperación y para el mantenimiento de los lazos afectivos entre sus miembros (Barrios, 1992). Sin embargo sucede que diversos factores pueden comprometer el equilibrio de las familias y afectar sus capacidades de cumplir sus funciones satisfactoriamente (Ribeiro, 2004).

Para entender el contexto en el que la televisión se ha insertado en los hogares mexicanos, es importante considerar que tanto en la estructura social como en la familia, el establecer una buena comunicación es fundamental para el desarrollo de las relaciones internas (Llopis, 2004). En México, los problemas de convivencia y comunicación constituyen una de las tres primeras causas de conflicto en las familias, seguido de problemas relacionados por la conducta y las diferencias de carácter u opinión (DIF, 2006). Conviene recordar que en el grupo familiar se presentan intereses comunes y diferentes en los que se establece una interacción de reglas y poder; por lo anterior, la familia no puede ser únicamente un medio para mantener un estatus económico, social o de confort, sino que ha de ser un espacio en el que los miembros compartan – o discutan – ideas, modelos de vida y formas de pensar (Ripol, 2001). La dinámica social

de la familia, se construye evidentemente a partir de la evolución de las prácticas de los actores sociales, mismas que dependen en buena medida de la transformación de las costumbres; pero no hay que olvidar, que también se construye a partir del abordaje social, es decir de la manera en que las situaciones y los problemas familiares se vuelven el objeto de intervenciones sociales (Ribeiro, 2004).

Algunos enfoques teóricos han abordado el binomio familia y televisión. Irene Goodman (1983), desarrolló estudios en los que conceptualizó a la familia como un sistema con el fin de conocer los usos que se tiene del medio masivo. Hope Jensen (1985), prestó especial atención a los aspectos territoriales, es decir al espacio, equipamiento y diseño de la casa, por ser elementos que ayudan a comprender la interacción presente en el ambiente familiar. Lull (1988) llevó a cabo estudios para analizar los comportamientos de la familia relacionándolos con la televisión; Su trabajo influyó en posteriores investigaciones acerca de esta temática.

Guadarrama (1996), realizó investigaciones en América Latina, alimentando conceptualmente el entendimiento de la televisión, así como la construcción de objetos de estudio para la investigación. David Morley (1996), realizó estudios de género en relación con la selección de canales que en buena parte define el intercambio espacial en el hogar, encontrando marcadas diferencias entre los hábitos televisivos de hombres y mujeres. Así como el estudio cualitativo de Orozco (1996), donde afirma que la TV constituye el primer escenario de apropiación del contenido televisivo.

Barrios (1992), es otro investigador que estudió la influencia de la televisión en la vida cotidiana de la familia en varios ámbitos entre los que se puede citar la adaptación de la programación televisiva a los ciclos de la vida familiar. De acuerdo a Barrios (1992), el binomio familia y televisión ha sido estudiado por distintos enfoques teóricos de la comunicación como el “contextualista”, el “sistémico”, el de las “gratificaciones” que analiza la relación de la gente con la televisión y los usos que hacen de ella; y el “educacional” que persigue conocer los procesos educativos que se producen en la familia a partir de la televisión.

Otras investigaciones como la de Mc Quail (2001), descubre que la televisión tiene una influencia de total consideración ya que como menciona, puede ofrecer la oportunidad para la participación en el círculo familiar así como para el distanciamiento del mismo. También encontramos los hallazgos de Llopis (2004), quien analiza los estilos de mediación de consumo infantil de televisión en España. Desde la perspectiva de los estudios culturales, Luengo (2006) enfatiza la necesidad de entender el contexto de recepción, para ubicar los “marcos” dentro de los cuales los mensajes adquieren sentido; en donde al estudiar la cotidianidad del sujeto, entra el juego el espacio familiar, por ser el contexto donde se consumen los mensajes masivos de forma activa. En México, Yarto y Lozano (2004), presentaron su estudio: “Conociendo mejor a las audiencias”, investigación realizada en Guadalajara, Monterrey y el Distrito Federal con mujeres de ocupaciones, edades y niveles socioeconómicos distintos que integran en su rutina diaria a la televisión. Otro trabajo fue el de

Orozco y Padilla (2005), donde revelan que la televisión no es necesariamente un elemento negativo, su influencia depende de aspectos como la comunicación familiar satisfactoria y la labor educadora que enseña a los hijos a aprovechar positiva o negativamente los contenidos mediáticos. La influencia de la televisión en los niños, y el papel que la televisión tiene en la escala social fue otro estudio realizado por Sacristán (2006); Huerta (2006) en sus estudios, dio sentido al binomio género y televisión y analizó algunos marcos regulatorios en países de Europa, Norteamérica y Latinoamérica, replanteando un modelo sobre políticas públicas en la industria televisiva mexicana.

En México son escasos los estudios realizados específicamente sobre la influencia de la televisión en las nuevas generaciones. Existe una red de investigación denominada. “Familia, Medios y Comunicación”, que en la última década ha realizado estudios sobre la posible influencia que los medios masivos de comunicación tienen sobre los distintos integrantes de la familia (FAMECOM, 2004). El debate sobre la influencia de la televisión en la familia, surgió luego de que algunas teorías de la sociedad de masas, comenzaron a manejar una posible modificación de costumbres sociales y familiares a partir de un consumo televisivo. Al respecto, Neuman (2002), indica que entre las nuevas tendencias que la familia presenta, se encuentra que el ver televisión reemplaza, en algunos casos, la conversación grupal. Así entonces, se ingresa a un fenómeno social que requiere un análisis interdisciplinario que aborde el funcionamiento cotidiano de la estructura familiar, misma que no permanece

estática, se adapta y reestructura, según los cambios en el escenario social. En términos generales, la revisión de la literatura hace notar la falta de acercamientos cualitativos-fenomenológicos que estudian las características de la interacción de la televisión y sus contenidos en grupos de escasos recursos, desde la perspectiva de los propios sujetos. Los antecedentes del problema muestran aproximaciones a la problemática desde la perspectiva de la comunicación, centrándose en la mayoría de los casos en los usos y gratificaciones del medio, en los géneros preferidos por cada uno de los segmentos de audiencia, los efectos generados por la interacción televisiva, las distintas mediciones en el proceso de recepción, entre otros, sin considerar en la mayoría de los casos algunos aspectos estructurales como la condición económica de los televidentes. Los estudios relacionados con la familia, han demostrado la presencia del televisor en el hogar, indicando el tiempo de exposición de las personas, sin profundizar en buena parte de los casos, en las características particulares de la relación que la televisión juega con un grupo en específico.

Por lo anterior, es de especial interés abordar el fenómeno social bajo un enfoque mayoritariamente cualitativo y siguiendo los principios del Interaccionismo Simbólico, para conocer desde la percepción de los sujetos, el rol que los contenidos mediáticos tienen en su vida diaria. A través del estudio, se pretendió analizar las particularidades de las relaciones de comunicación en el grupo de familias de escasos recursos y la repercusión que una de las tecnologías de información tiene en el espacio familiar. Asimismo, fue importante conocer la

posible influencia que la televisión tiene sobre su audiencia en el aspecto afectivo, informativo y actitudinal, que apoye una amplia descripción de este objeto de estudio.

El Interaccionismo simbólico y la televisión en la vida familiar

La perspectiva teórica empleada en este proyecto de investigación y que generó un mejor entendimiento de la problemática que encierra este fenómeno social, fue el enfoque del Interaccionismo Simbólico, un paradigma interpretativo sociopsicológico cuyas bases fueron desarrolladas por Charles Forton Cooley, y George Herbert Mead (Álvarez-Gayou, 2003). Esta teoría permitió conocer la importancia y el sentido que cada familia le otorga a la comunicación entre sus miembros. A partir de la propuesta de Herbert Blumer, donde postula que el significado de las cosas se deriva de la interacción social. En sus aportes, buscó reflejar lo que los participantes conciben de su realidad, conociendo el significado que los sujetos otorgan a los hechos a partir de la interacción social. Esta teoría permitió determinar el significado simbólico que tienen los artefactos (TV), gestos y palabras para los grupos sociales y cómo interactúan unos con otros”, en el medio del ambiente natural donde se desarrolla el fenómeno (Rodríguez, Gil y García, 1999).

La vida social comprende una serie de acciones y expresiones significativas, enunciados, símbolos, textos, artefactos de distintos tipos, y sujetos que se expresan y buscan comprenderse a sí mismos y al resto de las personas, a través de la interpretación

de las expresiones que producen y reciben. En este sentido, Thompson (1998, p. 195), afirma que, el uso de símbolos es uno de los rasgos que distinguen la vida humana: “los seres humanos no sólo producen y reciben expresiones lingüísticas significativas, sino que también dan significado a construcciones no lingüísticas: acciones, obras de artes y objetos de diversos tipos”.

El Interaccionismo simbólico se concentra en la importancia de la negociación de sentido entre sujetos sociales; le otorga especial atención a los contextos en los que se realiza las interacciones cotidianas y a la posible interdependencia entre las variables que participan en una situación concreta de interacción. Su prioridad, es el significado de los símbolos dentro del cual actúan los sujetos y persigue estudiar la interpretación de los símbolos surgidos en las actividades interactivas de los sujetos, en marcos históricos específicos (Rizo, 2002). Como asevera González (2007), el significado es un producto social que emana de y a través de las actividades definitorias de los individuos a medida que éstos interactúan “el individuo al interpretar selecciona, verifica, elimina, reagrupa y transforma los significados a partir de la situación en la que se encuentre” (p.191). En el contexto de la comunicación masiva, en el que como se mencionó líneas atrás, existe cierta dependencia para adquirir información, el Interaccionismo se interesa en “el modo en que el mundo creado por los medios afecta las distintas formas en que los individuos entienden sus mundos sociales e interpersonales” (De Fleur y Ball, 1987, p. 402).

La práctica de la comunicación masiva establece relaciones con la tecnología y con los medios de producción, pero también con las formas simbólicas, mismas que son producidas y transmitidas para ser difundidas a través de los mass media que a diario presentan palabras, imágenes, información e ideas relacionadas con hechos que ocurren más allá del contexto social inmediato. En el caso de los contenidos televisivos, Thompson (1998, p. 241), afirma que las figuras que ahí aparecen “se transforman en punto referencia comunes para millones de individuos que tal vez nunca interactúen entre sí, pero que comparten, en virtud de su participación en una cultura mediatizada, una experiencia común y una memoria colectiva”. Pero además de la imagen por sí sola, hay un aspecto más que se debe de tomar en cuenta, Lull (1997) menciona, que los mass media transmiten imágenes selectivas, mismas que van acompañadas por comentarios, desde una perspectiva establecida, que generalmente escapan al conocimiento y experiencia de la mayoría de las audiencias, lo que abre la posibilidad de una influencia en el pensamiento de las personas; los miembros de la audiencia generalmente no analizan hasta qué punto el medio cotidiano que los rodea, incluido en esto el simbolismo de los medios, modela sus pensamientos. Al respecto añade, que la mayor parte de los mensajes son más implícitos que explícitos y no pretenden que se les interprete a plena conciencia. La familia establece una relación directa con el medio electrónico. A través de la recepción de mensajes masivos, el receptor obtiene información y entretenimiento, pero también establece un vínculo afectivo y de referencia sobre

lo que acontece en el exterior (Rizo, 2002). En este sentido, este paradigma prestó especial atención al contexto familiar en el que ver televisión es parte de la práctica diaria, convirtiéndose entonces la interacción televisiva en una actividad cotidiana en la experiencia individual y grupal de los distintos integrantes de cada familia; identificando también, la posible interdependencia de las variables que participan en una situación concreta de interacción ante el televisor.

La interacción es parte de un proceso de comunicación, su presencia implica el intercambio y la negociación de códigos y reglas entre dos o más participantes ubicados en contextos sociales distintos. Se habla de una práctica de interacción social ante un “intercambio” recíproco que puede ser observable por parte de otros. A partir de la diversificación de los “mass media” y particularmente de la oferta televisiva, que no solamente impactan a nivel macro social, sino que repercuten en espacios más reducidos como el del hogar, se pueden identificar nuevas formas de interacción familiar. Es decir, las audiencias reconocen, interpretan, editan y utilizan las representaciones ideológicas en su construcción social de la vida cotidiana (Lull, 1997).

De acuerdo a Álvarez-Gayou (2003), la vida de un grupo necesariamente presupone la interacción entre sus miembros, y las actividades de cada persona ocurren principalmente como respuesta a otro o en relación con otro; La importancia de la interacción, radica en que tiene un papel formativo de la conducta. En el hogar, la interacción con la TV es directa; la audiencia recibe mensajes a los cuales les otorga un

significado concreto, mismo que puede ser retomado para la práctica diaria (Mc Quail, 2001). Reflexionando sobre la importancia de los mass media, resulta interesante estudiar las relaciones de comunicación y la posible repercusión que la interacción televisiva tiene en los miembros de las familias de escasos recursos, por ser el televisor uno de los principales organizadores de la interacción familiar.

Considerando lo anterior, surge la necesidad de conocer los efectos de la interacción televisiva en las relaciones de comunicación al interior de las familias de escasos recursos, grupo social que privilegia el uso del televisor debido a sus limitadas alternativas de diversión fuera del hogar y surge como pregunta de investigación ¿Cómo son afectadas las relaciones de comunicación, en las familias de escasos recursos, a partir del encuentro y la interacción cotidiana que sus miembros establecen con la televisión?. Este proyecto presenta una importancia social fundamental, debido a que proporcionar datos que permitirán, en un posterior momento, fundamentar el diseño, instrumentación, ejecución, seguimiento y evaluación de políticas públicas para el sector familiar, así como implicaciones para los profesionales de la televisión.

En función de lo anterior, éste estudio tuvo como objetivo explorar las relaciones de comunicación en las familias de escasos recursos y como son afectadas en el encuentro e interacción cotidiana que se establece con la televisión, así como descubrir de qué manera la interacción con el aparato televisor y sus contenidos se insertan en la convivencia y las relaciones de comunicación de la familia con el fin de

proponer estrategias para el fortalecimiento de las relaciones familiares. Otro propósito fue el identificar cómo los contenidos televisivos son incorporados en las conversaciones familiares y su influencia como referentes en su forma de ver el mundo. Los hallazgos encontrados, permitirán conocer el papel que la TV juega para las familias de escasos recursos en la zona metropolitana de Monterrey, espacio que se caracteriza por presentar marcados contrastes en el espacio geográfico que representa.

Metodología

Este proyecto a través de un enfoque cualitativo, buscó identificar cómo la interacción televisiva se inserta positiva o negativamente en las relaciones de comunicación dentro de la cotidianidad de las familias de escasos recursos. Asimismo, conocer el papel que la TV y sus contenidos masivos juegan en la rutina diaria de las personas, las negociaciones y luchas de poder derivadas del medio electrónico, además de las estrategias empleadas ante la práctica televisiva de todos los días. Los alcances de la investigación fueron de carácter exploratorio el cual incluye descripciones de lugares, situaciones y eventos que permitieron retratar la manera en cómo la televisión y su contenido simbólico han sido incorporados en la vida doméstica de las familias de escasos recursos se desarrollan la interacciones dentro de la estructura familiar frente al televisor. La presente investigación tomó como unidad de análisis a familias de escasos recursos, para lo cual se buscó apoyo

teórico que sugiriera características para dichos grupos familiares. Así mismo, la información obtenida en el trabajo de campo, permitió realizar algunas descripciones del contexto geográfico, económico, educativo y social de las familias con el fin de facilitar al lector la ubicación del grupo social que se está estudiando. Definir el concepto pobreza, es una tarea que implica dificultad en el sentido de los múltiples factores que la determinan, los cuales varían a partir de las circunstancias de cada país, región o época. Los distintos enfoques que existen sobre la misma no siempre coinciden en su definición; Arriagada (2003) menciona, que la pobreza está relacionada a cuatro conceptos clave: marginalidad en relación al contexto geográfico y ecológico, así como en los ámbitos económicos, laborales y educativos; vulnerabilidad ante las crisis y la adaptación a nuevos esquemas; desigualdad ante la distribución de recursos, justicia y equidad; y por último exclusión ante la falta de vínculos y relaciones con el sistema y las instituciones. Para efectos de ésta investigación se entenderán familias de escasos recursos como aquellas familias que, independientemente de su tipología, presenten marginalidad en relación a la ubicación geográfica y las condiciones materiales de su vivienda, vulnerabilidad laboral, inestabilidad en los ingresos económicos, bajo nivel educativo, falta de servicios básicos, difícil acceso a distintos programas sociales así como a diversas opciones de diversión y entretenimiento.

Recolección de Datos

La recolección de datos, consistió en la aplicación precisa de diversas técnicas cualitativas como lo son la observación y

entrevista profunda. La primera técnica que se utilizó para la recolección de datos fue la observación no participante, ésta se registró en una guía, mencionando los datos descriptivos del contexto de los escasos recursos al igual que descripciones del interior de las viviendas en las que fueron realizadas las entrevistas. Este tipo de observación se caracterizó por la observación en el ambiente natural, sin que la presencia del investigador alterara la convivencia normal entre los miembros de la familia; se enfocó la atención en aspectos como la disposición del equipamiento doméstico, especialmente del lugar que ocupa la televisión, ya que su disposición proporcionó datos sobre la organización y funcionamiento de la familia. En la guía de observación se llevó el registró sistemático de cada punto estudiado, además se anotaron palabras claves y breves apuntes en tarjetas de apoyo que más tarde fueron organizadas por categorías y subcategorías para su análisis (Goode y Hatt, 1991).

La segunda técnica cualitativa utilizada fue la entrevista a profundidad. Se realizaron 8 entrevistas a partir de cuestiones que persiguieron reconstruir lo que para el entrevistado significaba el problema objeto de estudio (Rodríguez, Gil y García, 1999). Caracterizada por ser uno de los métodos más poderosos para describir y analizar en el campo cualitativo, la entrevista a profundidad facilitó el ingreso a la mente del individuo, mostrando su lógica de ver el mundo, así como la experiencia diaria tal y como el sujeto lo vive (Mc Cracken, 1991).

Finalmente, es necesario señalar que para el manejo de las categorías incluidas en la elaboración de los instrumentos, se tomó

como base el marco teórico y aspectos metodológicos de una investigación realizada en 1996, por Luis Alfonso Guadarrama Rico, especialista en el binomio familia y televisión; así como algunos cuestionamientos de David Morley (1996), que también se consideró interesante incluirlos en el proyecto. Al adaptarlas a la particularidad de las familias estudiadas, elaborando instrumentos propios que respondieran a los objetivos específicos del estudio.

Selección de los informantes

Se realizaron ocho entrevistas a profundidad a madres de familia que habitan en una colonia con características de escasos recursos, dentro del área metropolitana de Monterrey: “La Alianza”, colonia habitada, en la mayoría de los casos, por personas reubicadas de sectores de riesgo de la zona conurbada conformada por nueve municipios del área metropolitana de Monterrey. En 2006, se rebasaron los 4 millones de habitantes, convirtiéndose en la segunda área conurbada más grande de México (INEGI, 2006). La mayoría de sus habitantes, adquirieron su vivienda a través de Fomerrey, organismo estatal encargado de mejorar la calidad de vida de las familias de bajos recursos mediante su acceso a los servicios básicos por medio de la disminución del rezago existente en la demanda por lotes urbanizados, vivienda básica social, mejoramiento de vivienda y seguridad jurídica de la tierra (Fomerrey, 2007).

Procedimiento

Una vez ubicada la colonia Alianza, se realizaron varios acercamientos al campo con fines de reconocimiento en el área y

de observación, sobre la dinámica de las personas en el lugar. Una vez obtenida la primera entrevista, se recurrió a la técnica de la bola de nieve para ubicar al resto de las entrevistadas con características similares de precariedad. Se fueron programando los días y horas de las entrevistas; las citas se realizaban de manera personal, en días propuestos por las informantes, ya que a partir de sus actividades rutinarias sugerían una fecha y hora para el encuentro. Antes de la realización de la entrevista a profundidad, se realizó una conversación previa con cada una de las participantes buscando establecer una atmósfera de confianza y cooperación. La empatía con las informantes fue un elemento clave.

Aspectos Técnicos

Las entrevistas fueron realizadas en el interior de la vivienda de las informantes, ésta decisión tuvo como finalidad observar y dar cuenta del acomodamiento de los objetos al interior del hogar. La guía de la entrevista a profundidad, así como la de la observación se estructuraron a partir de una revisión teórica, y ajustado siempre a las características propias de cada familia. También, se presentó la necesidad de replantear o hacer extensos algunos cuestionamientos para enriquecer la información que las madres de familia proporcionaban.

Previo a la realización de las entrevistas, se monitoreó por espacio de tres semanas a los 12 canales de programación abierta disponibles en la zona metropolitana de Monterrey. El monitoreo consistió en registrar la programación de cada uno de los canales a los que tienen acceso la audiencia en estudio; se consideró necesario capturar al

menos tres datos de cada emisión: el horario de cada programa, el público meta a quién está dirigido y su contenido; así fue como se conoció a las distintas telenovelas, series, caricaturas, noticiarios y demás producciones extranjeras, nacionales y locales, presentes en la oferta programática de la ciudad. Semanas más tarde, los contenidos mediáticos de las producciones televisivas, fueron altamente referidos en todas las entrevistas realizadas; circunstancia que pudo ser manejada ante el conocimiento previo de la programación.

Para la recolección de datos se usó una grabadora que permitió conservar el registro en audio de cada una de las entrevistas realizadas, además se llevó la guía escrita para capturar la observación hecha en los interiores del hogar. Posteriormente se ordenaron las notas de las observaciones del interior de la vivienda, del lenguaje no verbal de las entrevistadas y del ambiente familiar que el investigador logró observar. Enseguida se realizó la transcripción textual de las entrevistas capturadas en archivo de Word y se procedió a organizar los datos en categorías y subcategorías para posteriormente analizar y obtener conclusiones.

La transcripción textual de las entrevistas y las observaciones realizadas en el material recopilado, arrojaron una enorme cantidad de textos. Cada segmento de la entrevista fue identificado por el pseudónimo asignado a cada participante, o características que lo identificaran (sexo, edad). El análisis de los datos se realizó con el paquete AskSam, el cual es un potente procesador y ordenador de datos que ayudó a unir códigos a los segmentos de texto y

buscarlos de acuerdo a palabras claves o a los códigos asignados, como búsquedas selectivas a través de un conjunto de archivos o documentos. De ahí se partió a un proceso de análisis más meticuloso. Los datos, se organizaron en unidades, categorías, temas y subtemas a través de un esquema organizado, utilizando las 4 etapas clave para el análisis de datos cualitativos descritos por Ritchie, Spencer y O'Connor (2003):

1.- Identificar el marco temático o conceptos iniciales. Esta revisión se centró en frases, incidentes o tipos de comportamientos particulares.

2. Etiquetar los datos.- Los índices proporcionan un mecanismo para etiquetar los datos en segmentos manejables para su consecuente recolección y exploración. El investigador aplicó este proceso, realizando juicios, inferencias y decisiones, así como identificando los significados e importancia de los datos. Para cada pasaje de texto, el investigador asignó códigos. Algunos pasajes contenían varios temas diferentes. Estos fueron registrados en el margen de cada transcripción.

3.- Diagramar.- Este proceso involucró una cantidad considerable de abstracción y síntesis. Los diagramas fueron creados con títulos y subtítulos tomados del marco temático, conforme a las consideraciones sobre cómo mejor presentar y escribir el estudio.

4.- Resumiendo o presentando una síntesis de los datos. El investigador cuidó que los datos se presentaran de manera textual, sin perder el contexto y la esencia del significado que los participantes le asignaron a cada tópico, con el fin de resguardar el enfoque interaccionista de la experiencia.

Discusión de los resultados

El estudio reveló que por iniciativa personal o como telón de fondo, la TV está presente en la rutina de las familias, los integrantes se exponen diariamente a los contenidos masivos que transmiten infinidad de formas simbólicas que incluyen ideas, formas de pensar, valores, actitudes, pautas de comportamiento, información, entre otros. Al respecto, el Interaccionismo simbólico ayudó a entender las particularidades de las relaciones intrafamiliares y de comunicación; además, del sitio que el medio electrónico guarda en el hogar; el vínculo emocional hacia el aparato, el consumo televisivo como parte de la rutina, el status que guarda el televisor en los hogares y el significado atribuido a los contenidos masivos, según la voz de los participantes que desde el contexto de los escasos recursos compartieron su experiencia familiar.

El proceso de recepción, mostró que la TV y los contenidos simbólicos son parte de la cotidianidad de las familias, la interacción con el medio y sus mensajes es una práctica constante que impacta de manera directa en la dinámica de los escasos recursos: los contenidos masivos ingresan a los hogares de las familias, generando nuevas formas de interacción familiar, promoviendo palabras, vocabularios y actitudes que repercuten en las relaciones interpersonales. Asimismo, los hijos a temprana edad manejan información que antes pertenecía al espacio de lo privado y presentan mayor habilidad que sus padres para el uso de las nuevas tecnologías de información y

entretenimiento en el hogar. Sin embargo, es necesario considerar que la condición económica, social, educativa y religiosa de cada una de las familias, también influye sobre el status otorgado a la televisión, ya sea legitimando sus contenidos o por el contrario realizando un ejercicio crítico hacia los mensajes. En este sentido, la audiencia familiar es resultado de la interacción con distintas instituciones, los significados asignados derivan de la relación que simultáneamente establece con otras instituciones, en donde el contexto económico es determinante en la asignación del papel que la TV juega en el hogar.

Disponibilidad del televisor en el espacio familiar

Los resultados de la investigación, indican que la totalidad de las familias entrevistadas cuentan con al menos un televisor en casa. Según Huerta (2006), “la televisión tiene un notable presencia en la vida cotidiana de las personas en México existen unos 20 millones de telehogares, con 1.2 televisores por hogar en promedio”. Los mass media además de reorganizar el tiempo y el espacio global, también ejercen cierta influencia en los espacios domésticos, es decir, influyen en la forma en cómo se perciben aspectos del lugar donde se vive y la forma en cómo se interactúa con las personas que habitan alrededor (Barrios, 1992). En el caso del problema de investigación abordado, la introducción de los medios masivos al escenario familiar, implicó una alteración en el espacio, así como la forma en que se interpreta y el uso que se le da a la televisión. Dicha alteración, menciona Lull (1997), también se hace evidente al observar cambios en algunas actividades

domésticas y en las relaciones de comunicación, por ejemplo, hay modificación en el contacto físico, las conversaciones, las horas de siesta, el consumo de alimentos, entre otros. De ésta forma, la TV es parte del consumo y empleo de prácticamente todas las familias estudiadas. La conducta televisiva, como afirma Orozco (2007), es un espejo de las relaciones interpersonales dentro del marco familiar. Las narraciones muestran el rol que para las familias juega el televisor, al convertirse en un aparato de primera necesidad en el hogar que en caso de falla o descompostura, es sustituido a la brevedad posible; esta circunstancia representa un importante esfuerzo económico que impacta a nivel familiar. Aspectos como el tamaño, el modelo, la marca, además del status nuevo o de uso, pasan a segundo término, lo primordial es contar con un aparato de televisión en el hogar.

Una situación interesante que arrojó el estudio, fue conocer como la disminución de los costos y las distintas alternativas que las tiendas comerciales ofrecen a sus clientes para adquirir aparatos electrodomésticos, hacen más accesible la compra de un segundo televisor; pero dichas facilidades no están siempre al alcance de las personas de escasos recursos. Por otra parte las constantes pugnas que trae consigo la elección de la programación televisiva son motivo principal por el que se adquiere un segundo aparato. Esta situación es ilustrada por un ama de casa que ante los constantes problemas entre los dos hijos adolescentes y el menor de siete años, originó la compra de un segundo televisor:

...lo compré en "FAMSA" de remate, cuando yo voy a comprar algo, yo voy al remate de "FAMSA"... por este niño de que él quiere ver un programa y ellos quieren ver otro y "no, no, no, no", mejor cada quien agarra.

En el siguiente párrafo podremos ilustrar lo que Morley (1996) expone en relación a lo que él llamó una "política de salón de ver TV" (Politics of the Living Room), la cual encierra la decisión acerca de qué ver, situación que frecuentemente es objeto de discusión entre los miembros de la familia y que en buena parte define el intercambio espacial en el hogar, la agenda cotidiana de la familia (o partes de ella), la orientación del modelo comunicativo familiar y las opciones de entretenimiento. Como en este caso que el frecuente desacuerdo entre padre e hija motivó a realizar una segunda compra:

No, es que a mí me gusta ese y no, pues es que tu papá quiere ver eso; y ya fue que mi esposo dijo: venden una tele, cómo ves? para la niña?, le dije "bueno cómprala" y así fue como compró esa televisión...la compró con un amigo de mi suegra, de hecho fue mi suegra la que la pagó, pero como a las dos semanas, mi esposo puso el dinero.

También, es importante señalar que la ubicación geográfica de la colonia, la conexión irregular al servicio de luz, y las malas condiciones de los aparatos electrónicos son los principales causantes de los problemas de mala recepción de la señal. No obstante, resulta atractivo conocer que el problema de señal no es un impedimento para que las señoras

disfruten cómodamente de sus programas; por el contrario en su relato denotaron nostalgia y satisfacción al hablar del televisor que por años ha estado con ellas. Según, Morley y Silverstone (1996), la posición física (y simbólica) que ocupa el aparato y los programas en los hogares es altamente distinta dependiendo de los individuos y las familias de que se traten y que sitúan el televisor en un espacio dentro del hogar.

Ya de repente nada más no quieren (sintonizarse los canales)...se oye un zumbido, como un chillido, le digo: ya se me fregó la tele; y ayer igual me pasó...salió muy buena y nunca la he mandado arreglar. Nunca, y ya de hasta de abajo como que se le abrió la mica, está despegada.

Lugar físico que ocupa el televisor

El lugar simbólico y físico que ocupa el televisor se relaciona con la disponibilidad del espacio y las condiciones materiales de la vivienda. Según, Morley (1996 y Silverstone (1994), la posición física (y simbólica) que ocupa el aparato y los programas en los hogares, es altamente distinta dependiendo de los individuos y las familias de que se traten y que sitúan el televisor en un espacio dentro del hogar. En la observación al interior de las viviendas, se encontró que las casas que tienen más de dos habitaciones carecen de puertas y generalmente son divididas por una cortina. Además, se encontraron habitaciones multifuncionales que albergan en un mismo espacio a la sala, la cocina, el comedor y la recámara, sin embargo en todas ellas, la habitación que alberga el televisor es la que corresponde a la recámara matrimonial. En relación a

esto, Jara y Garnica (2007), señalan que el sitio donde mayormente se encuentra el televisor es en la recámara, lugar que ha desplazado a la sala como el espacio preferido para instalarlo. Por lo anterior se asume, que de alguna forma los medios “condicionan” el modo de entender y comprender el mundo, y la primera influencia se evidencia en la organización del espacio doméstico, llegando a ocupar en algunos casos el centro de la vida social en la familia (Cabero, 2002). Sin embargo, determinar el sitio más indicado para colocar el televisor no es siempre una decisión fácil, ni consensuada, la elección se complica en las familias donde hay más de dos integrantes y cuando las viviendas tienen más de una habitación. Sobre esto, una de las entrevistadas menciona lo siguiente:

Lo que pasa es que cuando nos cambiamos, porque antes la teníamos (a la televisión) en la sala, le decía yo a mi esposo “sabes qué, me gustaría dejarla aquí, porque a veces yo estoy lavando trastes y quiero ver”. “No, pero es que la tele en el cuarto, porque como a veces estamos acostados y cuando estás viendo la tele y ya la apagas y ya”.

Las relaciones de comunicación ante la interacción televisiva

Alrededor de la televisión se organizan distintas actividades de la familia. De acuerdo a Lull (1997), en las dinámicas de interacción en el hogar, se ponen también en evidencia reglas de poder y subordinación las diferentes tareas relacionadas con el televisor exigen una constante negociación interpersonal y un permanente reacomodamiento de los

muebles, la reorganización de las tareas cotidianas y la organización de algunas normas y formas de pensar de los distintos miembros de la familia. Como se narra a continuación:

Lo que pasa es que esa tele, en ese cuartito ahí dormía yo, pero ya empezó él a dormirse ahí (su hijo) y nos cambiamos al otro cuarto donde no había tele, pero la tele se apaga a tal hora, a las 9 porque como va a la escuela, a las 9:30 se apaga la tele, ya la tele no se ve más tarde ahí.

Según Asevera Gómez (1996), donde hay familias numerosas y de escasos recursos, la forma de entretenimiento de más bajo costo es el consumo de programas televisivos. Las narraciones de las entrevistadas muestran como la televisión se inscribe en la rutina diaria e interviene en las relaciones interpersonales de los distintos integrantes de la familia. En este estudio se comprobó que la práctica televisiva les proporciona entretenimiento, relajación, información o incluso compañía a los participantes. En esa condición de accesibilidad, los medios de comunicación, y por ende sus contenidos, están presentes en la vida cotidiana de un gran número de personas (Silverstone, 1994). En algunos países, como el nuestro, la pantalla chica forma parte de la cultura doméstica, sus horarios y programación influyen en la estructura familiar al crear un mundo de imágenes, deseos e ilusiones en la audiencia que le ha asignado un lugar como componente necesario en la cultura privada del hogar. Por decisión personal o a partir de la visión forzada, los programas de televisión son una constante en el ambiente cotidiano de los hogares. La

narración de las actividades de la rutina diaria en cada una de las familias, mostraron que la interacción con el medio es una actividad más dentro de la jornada, posicionando la práctica de ver televisión como un acto de todos los días.

Nos sentamos a comer, después de comer ya nos sentamos a ver la tele. Y qué es la tele, pues todas las caricaturas de este niño, porque este niño ve puras caricaturas y nada más... Ese es mi día.

Esto tiene su razón de ser según Thompson (1998), debido a que los medios técnicos posibilitan nuevas formas de interacción social, se crean nuevos focos y nuevas redes para la acción y la interacción, y en consecuencia sirven para reestructurar las relaciones sociales existentes, donde el contenido específico de los mensajes que se transmiten, tiene un impacto en la naturaleza de la vida social. En el estudio se observó que la televisión posibilita una doble interacción: primero, sincronizando el horario de un programa televisivo con el horario de tomar alimentos; y segundo, trasladando físicamente la toma de alimentos, al espacio donde está ubicado el televisor. Por consiguiente, la televisión como medio electrónico y el contenido específico de los mensajes, generan un impacto en la relación familiar. En relación a esto, una entrevistada comenta:

Y luego ya que le doy de cenar nos ponemos a ver la tele, reposamos la comida viendo la tele y ya luego, ahorita con el cambio de horario a veces son las 8:30 nos estamos durmiendo y el niño también, nos estamos durmiendo.

Las relaciones familiares en el contexto televisivo

El estudio reveló momentos interesantes de la convivencia en los hogares. Un dato importante, es que la toma de alimentos y la práctica televisiva son dos acciones fuertemente vinculadas que fueron descritas por todas las entrevistadas. Esta situación corresponde a lo manifestado por el “Diagnóstico General de la Familia” (DIF, 2006), al describir que en las familias mexicanas la mayor convivencia es alrededor de los alimentos y la televisión, situación que en ocasiones genera un rompimiento en la comunicación verbal del grupo. En el siguiente caso se indicó que el horario de comida es el mejor momento para hablar en familia, situación que antes no era posible, debido a la presencia del televisor en el espacio donde toman sus alimentos: “Cuando la teníamos ahí (en la cocina) no platicábamos, veíamos más televisión.

Según Llopis (2004), la televisión ha generado cambios en las relaciones familiares y su presencia habitual en los hogares ha hecho del consumo televisivo una necesidad primordial, hasta el punto de convertirla en un elemento más de la vida familiar. En este sentido, el total de las personas entrevistadas manifestaron que es común ver televisión en familia: entre semana, la madre con los hijos disfrutaban de los programas; y en fines de semana la recepción televisiva es una actividad para toda la familia. Sin embargo, la reunión de todos los integrantes no implica necesariamente una interacción en un sentido de convivencia sino una presencia física en el mismo sitio sin un intercambio interpersonal de fondo. Es común que

durante la transmisión de un programa se toquen temas de poca trascendencia o aspectos relacionados con la emisión. Una de las entrevistadas narra una de las escenas comunes en su familia:

A ver amá, vamos a ver esto y le cambiamos a Laura y ya estamos comentando lo que vieron, ¿amá viste esto?, como Laura fíjate... estamos, ha de cuenta que estamos viendo un programa y luego empezamos a comentar: “oye te fijaste, que esto y el otro”, “amá que cómo te sientes” y luego les digo yo: “ya me voy”, “amá no te vayas, terminamos de decir” y no, los dos me traen... pero nosotros nos la pasamos jugando porque mi marido y yo, bueno el papá de mis hijos vivíamos con la risa en la boca.

En este sentido, Guadarrama (1996) afirma, que los miembros adultos de la familia, particularmente la madre, ejercen permanentemente influencia sobre los miembros más pequeños y no sólo en los gustos y preferencias televisivas que van desarrollando, sino también en sus modos de apropiación de todo lo que ven y escuchan en la televisión. En base a sus estudios hechos en México, Renero (1993), confirma que todos los niños ven caricaturas independientemente de la opinión de los padres en el sentido de que son un “buen o mal ejemplo”. Lo anterior puede tener distintos orígenes, uno de los más frecuentes es el siguiente: la mayor parte de las madres que se dedican a criar a sus hijos, utilizan como “niñera” al género caricatura, logrando mantener a los hijos en casa con poca actividad motora que le permite a ella ejercer la autoridad de exigirles a los menores la

realización de la tarea escolar. Esto se ilustra a continuación.

Nos sentamos a comer, después de comer ya nos sentamos a ver la tele. Y qué es la tele, pues todas las caricaturas de este niño, porque este niño ve puras caricaturas y nada más... pero después a hacer la tarea!

Por otra parte, la diversidad de preferencias en los géneros televisivos, provoca que durante los fines de semana se observe una interacción televisiva más individualizada. Al respecto, Cabero (2002) menciona que la forma de seleccionar los programas está determinada por distintos hechos como el que el programa sea visto de forma independiente o en grupo, la edad de los receptores, la clase social, su formación y la actitud que la familia tenga ante el medio. En este estudio la mayoría de las entrevistadas indicaron que los programas deportivos captan la total atención de sus hijos varones y de su pareja, quedando entonces las mujeres al margen de la programación.

.... Los domingos (su esposo) está embebecido con la lucha libre. Sí, y en las madrugadas el box hasta que se acabe...el juego a mi no me gusta verlo y él me dice “vente, vamos a ver el juego.. sí?” y me salgo pa’ fuera.

De esta manera, se pensaría que el conflicto es resultado de la diversidad en las preferencias. Sin embargo, el unánime beneplácito por un género o programa tampoco garantiza la buena convivencia, el respeto y la tolerancia de parte de todos los integrantes de la familia. Así se corrobora lo que Barrios (1992),

menciona acerca de la importancia de considerar la dinámica de cada familia para comprender el momento de la toma de decisiones respecto a la televisión, en el cual se puede presentar una disputa o incluso una negociación en los horarios y la programación seleccionada. La lucha de géneros está siempre presente como se puede ver en la siguiente narración:

A él (el señor) lo que le gusta los domingo ver, y eso es lo que vemos en una sola televisión, es la lucha: a la niña, a él, al niño y a mí..., la niña pasa más tiempo en mi cuarto porque está su papá...y ahí está sentada o se arrima una silla y se sienta a ver la tele junto con nosotros...nos da mucho por mandar a comprar papitas, jugo o soda, y ya cada quien comiendo papitas y así que de repente nos acordamos algo que no nos dijimos durante el día “ah fíjate que mi mamá me dijo esto”, o así cualquier cosa.

Aunque Orozco (1996), comenta que el tipo de comunicación familiar influye en el tipo de relación que el niño realiza con la televisión y que hay relación inversa entre el diálogo de padres e hijos y la cantidad de horas expuestas ante el televisor, este estudio encontró que la calidad de la comunicación familiar motiva a que el infante cuestione constantemente sobre los contenidos masivos e influye en la disminución de su recepción mediática.

Incluso hay veces que su papá la regaña (a su hija) porque ella le pregunta sobre el luchador o sale el luchador y ella comienza “¡ah!, grite y grite y mi esposo: cállate Melisa y que no se qué.

Selección de emisiones televisivas

En la dinámica grupal de convivencia, un aspecto importante que requiere de amplia negociación, es el de la selección de los programas. En los discursos se detectaron dos situaciones: en la primera, la madre cede frecuentemente ante las preferencias televisivas (programas infantiles o caricaturas) de sus hijos; y en la segunda, la madre concede a su pareja el control de la televisión durante los momentos de descanso y en los fines de semana. Mencionando que ellas y sus hijos tienen la oportunidad de ver TV de lunes a viernes, y es justo que dos días a la semana, su pareja disfrute libremente de la programación. Así se confirma lo que afirman sobre el tema Fuensalida y Hermosilla (1989), el uso de la televisión dependen del modelo familiar de mediación, es decir de las estrategias educativas que utilizan los padres cotidianamente para regular el consumo televisivo. Los testimonios de las entrevistadas muestran la complejidad del “qué mirar”, en donde la negociación y conflicto adoptan una forma muy particular en cada familia:

Que quién decide?, cuando estoy yo, yo, cuando está mi esposo, mi esposo...sí, él le cambia a veces. Porque a él casi no le gusta la de “Lety”, le gusta “Cristina” y le cambia al canal 22 a las 8:00 pm...pues cámbiale, yo como quiera estoy aquí en la cocina (primera habitación) estoy haciendo otra cosa porque a veces no me alcanza el tiempo. Por ejemplo cuando lavo o para no bañarme temprano, me baño en la noche y es mientras está viendo la tele.

En otras familias hay horarios establecidos. Con el fin de no crear conflicto, se establecen previamente los acuerdos temporales entre los distintos integrantes de la familia: de lunes a viernes, la madre hace convenios con el hijo; en el fin de semana el esposo ingresa a la negociación. Sin embargo, un día antes de la entrevista, les regalaron un televisor que reorganizó la práctica en el hogar.

A veces le digo ¿te encargaron poquita tarea? Sí, bueno entonces déjame dormirme un ratito, ve la tele un ratito y cuando yo me levante yo veo la tele y te ayudo a hacer la tarea, “ah bueno está bien”, y así le hacemos, nos turnamos un ratito; en la noche es cuando a veces nos peleamos ¿por qué?, porque mi esposo quería ver el 12 las noticias y yo la novela y pues están ahí los dos con el control, pero nos turnamos. Ahora no porque ahora voy a tener mi tele”. En fin de semana... “bueno me van a dejar, van a ver el fútbol toda la mañana y ya luego me van a dejar ver a mí”, y así le hacemos.

Por otra parte, la negociación es afectada por actos como el “zapping”, que significa el cambio frecuente de canales por medio del control remoto, donde no sólo se ve un programa, sino una programación global. Sobre esto, Gómez (1996), menciona que la televisión deja de convertirse en una oportunidad para la convivencia familiar y se trasporta a un acto más individualizado. La siguiente narración muestra la actitud de la esposa ante el zapping propiciado por su pareja:

Yo me voy a dormir, ya nada más empiezan cambiándole y me voy, mejor ahí los dejo “ya me voy”, “¿por qué?”, “no pues es que me pones nerviosa de estarle cambiándole a los canales y no me dejas ver bien la tele”.

La edad es un factor determinante en las preferencias y selección de un programa. En los casos donde hay similitud de edad de ambos jefes de familia, se comparten gustos televisivos y es relativamente fácil ponerse de acuerdo para sintonizar un programa. En contraste, en los casos donde se presenta una diferencia marcada de edades, particularmente entre la pareja, se crea una atmósfera de conflicto a partir del control del aparato y por los gustos televisivos:

Con mis hijos sí discuto, sí alego pero no es igual, mi esposo como que es más, como que es más, no que nos peleamos pero sí discutimos, si hay que por qué quieres ver eso, qué yo, y empiezo que yo quiero esto y él no, cómo tu quieres ver la novela, y el mira programas de fútbol, de lucha o mira el 7 películas americanas, a veces el 7 o 5 mira esos.... Con los hijos su actitud es contraria: No pues nos organizamos, pues les dejo la tele, les digo miren lo que quieran ver...a veces yo quiero ver la telenovela y no puede uno discutir o alegar, pero uno busca la manera de bueno si quieren mirarlo pues que lo miren...les doy la razón, les doy la razón a ellos, les dejo el campo.

La manera de seleccionar, correspondió a la jerarquía de poder y la estructura de

valores que son constantes en cada familia; la interacción con la televisión reflejó las distintas tensiones que forman parte de la convivencia diaria; mientras que el proceso de negociación demostró la presencia o ausencia de los lazos de solidaridad y afectividad en las relaciones de comunicación familiar.

Preferencias televisivas de la familia

Los resultados del estudio indican que los melodramas, los deportes, las series y los dibujos animados, son los géneros televisivos de mayor preferencia. La mención de los programas favoritos de los distintos integrantes, permitió realizar la clasificación bajo el principio del “género”. Estudios como los de Renero comprueban lo anterior. Este menciona la importancia de los géneros televisivos, quienes determinan las preferencias 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” (1993, p. 21). La narración de la rutina de todas las entrevistadas, mostró que ver telenovelas es una práctica constante que reafirmó al melodrama como el género por excelencia ante la audiencia televisiva, además las situaciones de la trama televisiva son constantemente asociadas al entorno cotidiano de todas las familias, como lo narra una participante:

Es una cosa real, así las novelas, es una cosa real...viene apreciándose como si fuera su familia, una lo cataloga, lo cataloga así como si fuera de su familia. Y pongo a mi hijo, ahí cuando están jóvenes, cuando están chiquillos, bueno así lo

veo...entonces yo comparo a ellos, pues como no estoy allá con ellos, digo estos que se porten bien, que no sean como estos (los de la televisión) y aquí estoy. Yo misma verdad haciendo conclusiones, conclusiones de ellos, pues todo esto es como le digo, como cualquier familia de cada una de la que vivimos.

La disponibilidad de tiempo es un elemento clave para disfrutar de sus telenovelas favoritas; De esta manera, la exposición ante los melodramas televisivos transmitidos a medio día, por la tarde o en la noche es una actividad cotidiana. Al respecto, la telenovela predilecta de las participantes en el estudio fue “La fea más bella” (“la de Lety), melodrama que modificó en varias ocasiones sus horarios de transmisión debido a su alto nivel de aceptación; la preferencia por la historia coincidió con los altos índices de rating¹ que señalaron a Monterrey como la ciudad en la que la emisión captó la mayor audiencia a nivel nacional. Los motivos para sintonizar una telenovela son diversos. En el caso de “La fea más bella”, la clásica historia de amor producida con un formato cómico, brindó diversión y entretenimiento a los más de 30 millones de personas que conformaban su audiencia en el país.

La TV como alternativa de entretenimiento para la familia

¹ Rating= Indica el porcentaje de hogares o televidentes con la TV encendida en un canal, programa, día y hora específicos, en relación al total de TV Hogares o televidentes considerados (IBOPE, 2008)

La conducta televisiva es un espejo de las relaciones interpersonales dentro del marco familiar. Según Orozco (1996), la televisión estructura parte de la vida cotidiana, particularmente lo relacionado con el “tiempo libre” y ejerce una importante influencia en los estereotipos y modelos de identificación que entran al hogar. El estudio demostró que el domingo es el día destinado para la convivencia de todos los integrantes de la familia. De acuerdo a las entrevistadas, la situación económica no les posibilita una gran diversidad de alternativas fuera del hogar; en relación a esto, las señoras mencionan lo siguiente:

Los domingos mi esposo se va a jugar y ya llega y le doy, almorzamos y ya todo el día viendo la tele. Porque el domingo casi no, de hecho no hago nada más que lavo los trastes, los de la comida el almuerzo y ya.

Actividades simultáneas a la exposición televisiva

El estudio también reveló que la forma más común de ver televisión consiste en encender el aparato, sintonizar un programa y realizar una actividad simultánea. No obstante, a partir del número de integrantes en la familia, la jerarquía en el hogar, el día de la semana, la hora específica y la disponibilidad de uno o más televisores, se presenta una dinámica distinta en la exposición a la programación. De acuerdo a los hallazgos encontrados por Orozco (1996), mientras el niño atiende a la pantalla, está simultáneamente envuelto en otras varias acciones que demandan su atención, y en múltiples procesos de comunicación, y lo mismo sucede con las amas de casa, sus discursos indicaron que las actividades

domésticas son el contrapeso de la práctica televisiva. El total de las entrevistadas, sintonizan programas matutinos, tiempo que aprovechan para cumplir con los quehaceres del hogar:

De hecho la tele siempre la tengo prendida, pero ando haciendo siempre mi quehacer, a veces ni la tele veo porque ando ocupada....

A diferencia de otros medios como la radio que sólo implica el sentido auditivo, las características técnicas de la televisión exigen por parte de los receptores la total atención hacia la imagen y el sonido. Esta situación llega a molestar en casos como el que a continuación se presenta:

Es lo que me da coraje con él (su esposo), porque yo ando acá haciendo el lonche o recalentando porque a veces le doy de lo que cenamos y mira chaparra ven, fíjate y me vengo y le digo “no me dejas estar, hacer bien lo que estoy haciendo porque me da coraje que me estés hable y hable”. Y como lo de las ejecuciones que están pasando bien seguido, vengo y veo.

Sin embargo, el estudio demostró que la actividad simultánea no representa incomodidad u obstáculo en todos los casos. Específicamente en los hogares unipersonales, la poca actividad doméstica permite a las señoras disfrutar de mayor tiempo libre; las actividades simultáneas son circunstancias que en pocas ocasiones tienen que sortear pero que no las mantiene exentas. En este contexto, fue interesante conocer las distintas tácticas que ellos utilizan. Un testimonio, menciona que el horario de una telenovela coincide con el horario

destinado desde hace 20 años a un ritual diario: rezar el rosario; la estrategia consiste en aprovechar el tiempo de los cortes comerciales distribuyendo un “misterio” del rosario en cada bloque publicitario. La entrevistada comenta:

Estoy haciendo de comer y estoy pelando el ojo en la tele sí, o me siento a comer, o me siento a cenar y es cuando ya estoy cenando y luego ya termino y agarro mi rosario para terminar de rezar, acabo de rezar y ya. Ahora sí gracias a Dios y a dormir, hasta las 10, 11, de la noche, a veces hasta las 12”.

Otra estrategia utilizada, es la organización de las distintas actividades del día en bloques de tiempo asignando una hora “libre” para ver la televisión sin interrupciones. Esta se ubica al final de la jornada doméstica y cuando ya no demande la atención de las tareas de los hijos. En el siguiente párrafo la entrevistada comenta que su programa predilecto es una telenovela transmitida a las 7:00 de la tarde; además de lo interesante de la historia, el horario de transmisión es lo que la hace calificarla como su favorita.

Ya la miro con más calma (Piel de Otoño) y la de a veces, la de la fea, la de “Lety la fea”...sí, ahí sí ya, es que a esa hora ya estoy sentada, más relajada, sin apuro, nomás esperando a que llegue mi esposo, llega a las 8:30 pm...las niñas se ponen a jugar y el niño se pone a hacer la tarea, se viene aquí (a la primera habitación, sobre la mesa de la cocina) y las niñas se ponen a jugar que las

muñecas o agarran una libretas y los colores y se ponen a pintar.

Conclusiones y Recomendaciones. Un apunte final

En una recapitulación de las aportaciones empíricas, se puede evidenciar que desde la perspectiva de la comunicación, los primeros estudios se enfocaron al grupo familiar (Lull,1988; Goodman,1983, Jensen, 1985), posteriormente se le otorgó mayor importancia a los segmentos de audiencia como niños, jóvenes, mujeres y hombre (Barrios,1992;Charles y Orozco, 1990; Guadarrama,1996; Morley,1996; Orozco,1996; Renero, 1993), para en la última década retomar a la familia en su totalidad (Llopis, 2002; Lull,2007; Sacristán, 2006.). También, se han encontrado estudios orientados a fines demográficos y estadísticos realizados por instituciones gubernamentales que implementan políticas públicas a favor de la familia como el de Huerta (2006). Lo anterior ha permitido la constante publicación de artículos relacionados con la línea de investigación “familia y televisión”; mismos que se han concentrado en la perspectiva cuantitativa, dejando así una importante área de oportunidad para estudiar algunos aspectos cualitativos determinantes en el entendimiento del papel que la televisión juega en los espacios familiares y donde éste es el principal y único medio de entretenimiento. Tratando de llenar esta laguna, este estudio identificó las repercusiones en la dinámica de comunicación de las familias de escasos recursos durante el proceso de interacción televisiva, lo cual reveló significados, vínculos, sentimientos, gratificaciones y discrepancias de ocho personas que

compartieron de manera profunda, la experiencia de sus familias con el medio televisivo.

En general este estudio encontró que en el total de las familias participantes, la televisión está presente en distintos horarios durante los siete días de la semana, las formas simbólicas ingresan continuamente en la atmósfera cotidiana del hogar y los contenidos mediáticos son la principal fuente de referencia para las personas. Esta investigación encontró que la práctica televisiva está estrechamente vinculada con las relaciones interpersonales a nivel familiar; el consumo de contenidos televisivos capta la atención de las personas; por consiguiente, la exposición a la programación mediática repercute en la convivencia diaria entre todo el grupo familiar.

Esta investigación muestra hallazgos interesantes, entre los más importantes este estudio reveló la importante presencia de la TV en el espacio familiar como aparato doméstico de primera necesidad y principal fuente de entretenimiento. El televisor goza de un sitio privilegiado para las familias. Como afirma Orozco (2007), La televisión estructura parte de la vida cotidiana. La práctica televisiva se incrusta en la rutina diaria: de lunes a sábado, las madres y los hijos son los principales consumidores de programas televisivos, mientras que el domingo, el grupo familiar se congrega alrededor del televisor para disfrutar de la programación.

Otro de los hallazgos refiere a la influencia de la TV en las relaciones intrafamiliares. En la exposición ante el televisor se imponen los gustos a partir de la jerarquía familiar: en primer término,

se ubica al padre; enseguida, a la madre; y por último, a los hijos. Al respecto, en su rol de ama de casa, las madres concentran prácticamente todas sus actividades dentro del hogar, situación que les permite asumir el control del televisor durante el día y supervisar la programación a la que se exponen sus hijos. En relación a esto, la calidad en las relaciones de comunicación en cada familia, determina la repercusión que los contenidos mediáticos tienen sobre sus integrantes, por lo que la televisión acentúa la dinámica establecida en la cotidianidad de los hogares. El estudio también reveló que el medio electrónico y los mensajes masivos generan reacciones importantes en el espacio familiar. Las madres expresaron, cierto nivel de preocupación por la forma actual de hacer televisión; la delgada línea divisoria entre los temas públicos y los privados permite a los televidentes exponerse a temas como el alcohol, la drogadicción, el sexo y la violencia que son transmitidos por todos los canales de televisión abierta a cualquier hora del día.

Es necesario consolidar a la familia como rubro fundamental de las políticas públicas en el país, proponiendo políticas que promuevan a la familia como institución básica para el desarrollo del individuo. En su misión de proveer el bienestar social, las políticas públicas en materia familiar deben considerar la implementación de programas de fortalecimiento en las relaciones de comunicación, valores, lazos afectivos, solidaridad y pautas de conducta que prevengan y contrarresten la tendencia actual del individualismo y el conflicto familiar que desencadenan en problemáticas mayores como el caso de la violencia intrafamiliar. Ante la ola de

violencia en las calles de estos últimos tiempos, se deben utilizar los medios masivos de comunicación para promover campañas orientadas a la importancia del contacto interpersonal, el intercambio de puntos de vista, los derechos y obligaciones de todos los integrantes, el respeto y la solidaridad familiar así como la convivencia efectiva de toda la familia. Se recomienda potenciar las capacidades del medio a favor de la promoción de programas y proyectos sociales; se sugiere recurrir al enganche sensorial y al criterio de proximidad para hacer de la exposición ante el televisor una práctica benéfica para el ambiente familiar que sólo será posible a través de la coordinación de distintos profesionales que conjunten las propuestas de intervención con las capacidades técnicas de la televisión.

Aunadas a los rubros anteriores, también resaltan implicaciones para los profesionales de la televisión. Considerando la sana convivencia, relaciones cordiales y afectivas, igualdad para los integrantes del grupo familiar en la toma de decisiones, respeto al pensamiento del otro y la igualdad de género, aspectos todos revelados por los participantes en el estudio, los profesionales de la televisión orientados hacia la investigación y desarrollo de productos televisivos, tienen en esto un campo de oportunidad para la investigación mediática. Ya sea indagando a profundidad sobre estos efectos positivos producidos por la televisión en el seno familiar, o en la búsqueda de modelos de cobertura más amplios e incluyentes; la rica veta de este tipo de relaciones familiares más modernas en el contexto social de escasos recursos, reclama una actitud innovadora

de los profesionales del ramo hacia relaciones familiares integradoras y promotoras del desarrollo humano. El hecho de que, a pesar del interés de los miembros del hogar por estar al tanto de los sucesos ocurridos en los espacios laboral, escolar y del hogar a través de la pantalla chica, y que las relaciones de comunicación se presenten de manera fragmentada y con escaso intercambio de ideas, parece clamar urgentemente por la producción de soluciones más estimulantes de la interacción familiar orientada a la discusión crítica de los programas. Comentario semejante merece la rutina de exposición familiar a la televisión: madres e hijos durante la semana y toda la familia en el fin de semana, son los principales consumidores de programas televisivos, reflejando así que el televisor ocupe un sitio privilegiado, en lo físico y en lo simbólico, para las familias. El televidente más importante está ahí, en espera de una televisión cada vez más profesional.

El hallazgo consistente en el empleo, por parte de los miembros de la familia, de acuerdos y alianzas de

negociación en el proceso de recepción y la selección de horarios, canales y programas, de acuerdo a los gustos y preferencias colectivas, igualmente exige, por parte de los expertos, la confección de programas que estimulen tales estrategias.

Finalmente, y además de los aspectos técnicos propios de los procesos comunicativos aplicados al quehacer noticioso, artístico y recreativo, donde el profesional expande toda su capacidad e inventiva, el carácter ético presente en toda acción humana deviene también en un imperativo categórico insoslayable si la acción profesional quiere ser verdaderamente humana. Un particular ejemplo donde la ética profesional del especialista debe profundizar raíces, es la asignación de significados referidos a la identidad familiar y social de las personas, presente en los programas, especialmente el melodrama (que proyecta situaciones de la cotidianidad y retoma la manera de afrontarlas para aplicarla en el espacio privado del hogar), donde la información, los estereotipos y las modas, son legitimados, interiorizados y puestos en práctica por las personas.

REFERENCIAS

- Álvarez-Gayou, J. (2003). *Como hacer investigación cualitativa*. México: Paidós.
- Arriagada, I. (2003). Dimensiones de la pobreza y políticas desde una perspectiva de género. *En sitio de la División de Desarrollo Social de la CEPAL*. Consultado el día 9 de enero de 2006 en: http://www.eclac.cl/reuniones/pobreza/sra_arriagada
- Balbi, J. (2004). *La mente narrativa. Hacia una concepción posracionalista de la identidad personal*. Buenos Aires: Gedisa. 133-157.
- BARRIOS, L. (1992). *Familia y televisión*. Caracas: Monte Ávila Editores
- Barrios, L. (1992). Televisión, comunicación y aprendizaje en el contexto de la familia: estudio etnográfico realizado en Venezuela. *En G. Orozco (Comp.), Hablan los televidentes: estudios de recepción en varios países*. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales (4), 55-74
- Cabero, J. (2002). Familia y Medios de comunicación. *Diálogo*. Consultado el día 12 de marzo de 2006 en: http://dewey.uab.es/pmarques/evte2/varios/link_externo_marco.htm
- Charles, M. y G. Orozco (1990). *Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios*. México: Trillas.
- De Fleur, M. y S. Ball (1987). *Teorías de la comunicación de masas*. D.F.: Paidós.
- DIF (2005). Prediagnóstico sobre la dinámica familiar 1. *Sitio en línea del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la familia*. Consultado el día 12 de marzo de 2007 en: <http://www.dif.gob.mx>

- DIF (2006). La familia, factor de estabilidad, paz social y democracia en México. Sitio en línea del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la familia. Comunicado de Prensa: B/04/06. Consultado el día 12 de marzo de 2007 en: <http://www.dif.gob.mx>.
- Familia y medios de comunicación: FAMECOM (2004). *Informe de la Red FAMECOM* [CD-ROM]. Toluca: UAEM.
- Fomento Metropolitano de Monterrey: Fomerrey (2007). *Sitio en línea de Fomento Metropolitano de Monterrey*. Consultado el día 7 de marzo de 2007 en: http://www.nl.gob.mx/?P=fomerrey_mision_vision_
- Fuenzalida, V. (2007). Comunicación política en televisión. En: Tendencias, Contenidos Y Desafíos en el Chile de Hoy Secretaría de Comunicaciones, Ministerio Secretaría General de Gobierno, 2007. Consultado el día 19 de abril de 2010 en: <http://www.scribd.com/doc/16447/Valerio-Fuenzalida>.
- Fuenzalida, V., Hermosilla, M. (1989). *Visiones y ambiciones del televidente. Estudios de recepción televisiva*, Santiago de Chile: CENECA. 7 -25.
- Giddens, A. (2000). Sociología (3a. Ed.). Madrid: Alianza Editorial
- Goode, W. y P. Hatt (1991). *Métodos de investigación social*. México: Trillas.
- Goodman, I. (1983). TV's role in family interaction. *En Journal of Family Issues*. 4(2).
- Gómez, C. (1996). *El futuro de la televisión: identidad, lenguajes y revolución tecnológica*. En Esteinou, J. (Coord.). *Espacios de comunicación 2*. Distrito Federal: UIA, 53-62.
- González, A. (2007). *La televisión, la cultura de una caja tonta*. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Guadarrama, L. (1996). *Dinámica familiar y televisión. Un estudio sistémico*. Toluca: UAEM.
- Guadarrama, L. (2001). Educación para los medios: una agenda pendiente. Consultado el 23 de marzo de 2006 en: *Sitio de la Universidad Autónoma del Estado de México*. <http://www.uaem.mx>
- Huerta, E. (2006). Políticas públicas en la industria televisiva mexicana: un análisis desde la perspectiva de género. *Global Media Journal* 3(5). Consultado el día 23 de marzo de 2006 en: <http://gmje.mty.itesm.mx/huerta.htm>.
- INEGI (2006). Disponibilidad y uso de tecnologías de información en los hogares. *Sitio en línea del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática*. Comunicado 217/06. Consultado el día 14 de abril de 2006 en: <http://www.inegi.org.mx>
- INEGI (2005). Disponibilidad y uso de tecnologías de información en los hogares. *Sitio en línea del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática*. Comunicado 05(193). Consultado al día 14 de abril de 2006 en: <http://www.inegi.org.mx>
- Jara, E. y A. Garnica (2007). *¿Cómo la ves? La televisión mexicana y su público*. México: IBOPE-AGB.
- Jensen, H.(1985). Family contexts of television. En *ECTJ*. 33(1).
- Llopis, R. (2004). La mediación familiar del consumo infantil de televisión. Un análisis referido a la sociedad española. *Comunicación y sociedad*, 15 (2), 125-147.
- Luengo, L. (2006). Un espacio para la audiencia. *Sitio en línea de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales*. Consultado el día 19 de abril de 2010 en: <http://www.nombrefalso.com.ar/materias/teorias/index.php?pag=3&trabajo=luengo>
- Global Media Journal México, Volumen 7, Número 13 Pp. 55-79

- Lull, J.(1998). *World families watch televisión*. London: Sage.
- Lull, J. (2007). Los usos sociales de la televisión. *Human Communication Research* 6, 197-209.
- Lull, J.(2007). Los placeres activos de expresar y comunicar. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 30, 21-26.
- McCraken, G. (1991). *The long interview*. Newbury park. Sage Publications (5ª.Ed).
- Mc Quail, D. (2001). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. México: Paidós. (3ª Ed.).
- Morley, D. (1996). *Tv., audiencia y estudios culturales*. Argentina: Amorrurtu Editores.
- Neuman, W. (2002). *El futuro de la audiencia masiva*. Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Orozco, G. (1996). Miradas latinoamericanas a la televisión. La televisión a fin de milenio, un medio poderoso cuyo límite es la audiencia. En Orozco, G. (Comp.) *Ensayos del PROICOM*, 2. México: UIA.
- Orozco, G. (1996ª). Familia, televisión y educación. La “teoría educativa” de la madre como mediación en la televidencia de los niños. En Orozco, G. (Comp.) *Televisión y audiencia, un enfoque cualitativo*. México: Ediciones de la Torre.
- Orozco, G. (2007). Reasumir a la audiencia: Desafíos de las televisoras educativas y culturales. *Ponencia presentada en el II Simposium Internacional de Televisión Cultural y Educativa en México: Modelos Exitosos en México y el Mundo*. Consultado el día 19 de julio de 2007 en: <http://www.soyguerrero.net/librosimposium.pdf>
- Orozco, G. y M. Padilla. (2005). Los estudios de recepción en México. Un itinerario. En Lozano, J. (Ed). *La comunicación en México: Diagnósticos, balances y retos*. Monterrey: Tecnológico de Monterrey-Coneicc.
- Renero, M. (1993). De géneros televisivos y usos familiares. *Comunicación y Sociedad*. Publicación cuatrimestral: Enero-agosto. Guadalajara. Centro de Estudios de la Información y la Comunicación: Universidad de Guadalajara. 19-38.
- Ribeiro, M. (2004). *Hacia una política social de la familia*. México: Senado de la República.
- Ritchie, J. Spencer, L., O’Connor (2003). Carrying out qualitative analysis. En Ritchie, J and Lewis, J. *Qualitative Research Practice*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.(9) 218-257
- Ripol, A. (2001). *Familias, trabajo social y mediación*. Barcelona: Paidós.
- Rizo, M. (2002). El camino hacia “la nueva comunicación”. Breve apunte sobre las aportaciones de la escuela de Palo Alto. *Razón y Palabra* (40). Consultado el día 23 de marzo de 2006 en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n40/mrizo>
- Rodríguez, G., J. Gil y E. García. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Granada: Aljibe. (2da. Edición).
- Sacristán, F. (2006). La influencia de la televisión en los niños. Consultado el 25 de enero de 2006 en: <http://www.nombrefalso.com.ar/articulo.php?id=57>
- Silverstone, R. (1994). *Televisión and everyday life*. Gran Bretaña: Routledge.
- Thompson, J. (1998). Ideology and modern culture. *Critical social theory in the era of mass communication*. México: UAM (2ª. Edición). Traducción Gilda Fantinati.

Martha Guadalupe Antúnez Palacios cuenta con Maestría en Ciencias con Orientación en Trabajo Social por la Universidad Autónoma de Nuevo León.

José Ricardo González Alcalá es profesor e investigador de la División de Estudios de Posgrado de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Martha Leticia Cabello Garza es profesora e investigadora de la División de Estudios de Posgrado de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Artículo recibido: 24 de septiembre de 2009

Dictaminado: 3 de mayo de 2010

Aceptado: 15 de junio de 2010