



Síntesis:

El presente texto es una reflexión acerca de los conceptos de *habitus*, *socialización*, *televisión*, *hogar y familia*. Pretende, además, esbozar algunos elementos para la configuración del concepto de *capital televisivo*, que en articulación con los anteriores, contribuya a la comprensión de las estrategias y los usos que hacen los sujetos en el hogar de lo que la televisión les ofrece. La reflexión sobre estos conceptos se ubica en la perspectiva de las *mediaciones culturales* desde la que se hace una consideración de los cambios ocurridos en los escenarios sociales, entre ellos, los que están transformando el espacio y el tiempo del hogar, para desde allí establecer el análisis de las relaciones entre las dinámicas comunicativas de las familias y la televisión en el contexto cultural de los hogares.

Synthesis:

The present text is a reflection about the concepts of *habits*, *socialization*, *television*, *home*, and *family*. It wants, moreover, to outline some elements for the configuration of the *television capital* concept, that in articulation with the previous concepts, contribute it to understanding of the strategies and the uses that the subject make at home of that is offering by the television. The reflection about these concepts is located at the perspective of the *cultural mediations* from which is made a consideration of the happened changes in the social settings, between they, which to be transforming both the space and the time of the home, from there to establish the analysis of the relationship between the family communicative dynamics and the television at home cultural context.

Culturas Capital televisivo y otros conceptos para pensar los usos de latelevisión en la familia¹

Tomás Vásquez A.

Director Centro de Investigaciones Universidad Los Libertadores.
tomvasquez@hotmail.com

Introducción

A diferencia de las sociedades del pasado, las de hoy, caracterizadas por la rápida internacionalización de los intercambios económicos y culturales, por la fluidez y flexibilidad en los procesos de producción, distribución y consumo, transformados por las tecnologías;

¹ Este artículo es parte de la investigación "*La televisión en la familia y la familia en la televisión*", proyecto realizado desde el Centro de Investigaciones de la Universidad los Libertadores y cofinanciado por la Comisión Nacional de Televisión. Participaron en la investigación, además del autor de este texto, los profesores: Alexis Pinilla, Edgar Robayo, Guillermo Cárdenas y Luis Alejandro Martínez.

plantean a los hombres de hoy nuevos estímulos y posibilidades de relación con el conocimiento, la información y la cultura, a la vez que unos nuevos desafíos e incertidumbres por rapidez, profundidad y extensión de los cambios en todos los ámbitos de la vida y las costumbres. A esto se suma que la inestabilidad social de los comportamientos y la dinámica de los cambios reducen la posibilidad de encontrar respuestas en las tradiciones y en las rutinas individuales y sociales ya consolidadas, sin que estas sean modificadas.

En el anterior marco de situaciones se inscriben las relaciones entre la televisión y la familia. Los desafíos de la televisión a las propuestas teóricas existentes en el campo de la comunicación, sobre todo, en lo que tiene que ver con las prácticas comunicativas de los sujetos sociales alrededor de este medio, nos están llevando a ensayar conceptos que ayuden a comprender, entre otras cosas, las complejas relaciones entre el saber y el quehacer de los sujetos con la televisión, particularmente, las distintas y sutiles estrategias de apropiación que de ella hacen los sujetos en el hogar. En procura de lo anterior, hemos perfilado el concepto de *capital televisivo* y repensado otros como el de *socialización*, en relación con las *prácticas* y los *usos* que ponen de manifiesto los *habitus* de la *familia* frente a la *televisión*. Algunos de estos conceptos están inspirados, fundamentalmente, en los trabajos de Pierre Bourdieu² y de Michel de Certeau³. El propósito de esta reflexión conceptual es aportar elementos para la comprensión de las prácticas y los usos que de la televisión hacen los sujetos sociales en los hogares.

Televisión y socialización

² BOURDIEU, Pierre, *Capital cultural, escuela y espacio social*, México, Siglo XXI, 1997. *La distinción*, Madrid, Taurus, 1988.

³ DE CERTEAU, Michel, *Las artes de hacer*, México, UIA-ITESO, 1996.

⁴ BERGER, P. y LUCKMANN, T., *La construcción social de la realidad*,

La socialización no es otra cosa que el ininterrumpido y complejo proceso de producción de subjetividad, en este sentido, comprende todas aquellas acciones individuales y colectivas en las que los sujetos se afirman y se niegan mientras configuran su mundo y su horizonte de sentido que les permite ubicarse en la sociedad y actuar en ella. Siendo así, compromete profundamente el contexto cultural, tanto su dimensión material como la simbólica. Es quizá debido a los profundos cambios que está sufriendo el entorno material y simbólico de la sociedad de hoy, que cobra importancia el problema de la socialización, desbordando el campo de la disciplina sociológica al que históricamente pertenece.

Se entiende por socialización, el proceso ontogenético ininterrumpido mediante el cual los sujetos interpretan e internalizan la realidad social objetiva convirtiéndola en realidad subjetiva. Esa realidad objetiva son los comportamientos, los gustos, los modos de vestir, de comer, de saludar, es decir, las maneras de relacionarse con los demás y así conducirse en el mundo social.

El término entra al campo educativo y desde allí es corriente hablar de socialización primaria y socialización secundaria. La primera, se dice, se lleva a cabo en la familia durante la primera infancia y ocurre cuando el niño internaliza la realidad social, sobre todo, las actitudes más significativas de su entorno social, y de este modo va construyendo su subjetividad y perfilando su propia identidad. Según Berger y Luckmann la socialización primaria puede definirse como "la inducción amplia y coherente de un individuo en el mundo objetivo de una sociedad...es la primera por la que un individuo atraviesa en la niñez; por medio de ella se convierte en miembro de la sociedad"⁴

Por su parte socialización secundaria, se puede resumir como aquel proceso que se desencadena sobre los



.Culturas

sujetos primariamente ya socializados y que los introduce en nuevos ámbitos de la realidad social objetiva. Históricamente se le ha asignado a la escuela esta tarea. Tal vez por eso cuando a ella se le denomina "segundo hogar", se está haciendo referencia a las pautas de comportamiento que dan continuidad a la socialización desarrollada en el ámbito familiar. En esta etapa se opera la internalización e identificación del mundo de las instituciones, tales como la familia, la iglesia, la escuela, en tanto realidades parciales de la totalidad social. Esta socialización se construye sobre las subjetividades previamente establecidas que siempre tienden a persistir. Las teorías sobre socialización, hasta hace poco sostenían que cuando los nuevos elementos aportados por la socialización secundaria son discordantes con las bases de la socialización primaria, se pueden desencadenar ciertas crisis como, por ejemplo, el reconocimiento que el niño pueda realizar de que el mundo de los padres no es el único existente y que,



es más, puede no ser el mejor. Posturas como estas son discutidas hoy cuando la televisión muestra a los niños, desde temprana edad y en el contexto de la socialización primaria, es decir en el hogar, todos los mundos posibles, produciéndose de esta manera una complejización de los procesos de socialización.

En y desde este contexto se puede decir que, desde la aparición de los modernos medios masivos de comunicación, en especial de la televisión, el esquema lineal propuesto por la sociología clásica y retomado por la pedagogía para estudiar la producción de los sujetos sociales, se rompe, tanto a nivel de los espacios, los tiempos e instancias de socialización como de las representaciones de las figuras familiares y de la hegemonía del poder. Sin desconocer las transformaciones de orden económico, político y urbanas, se puede decir que con la aparición y masificación de la televisión, pero no exclusivamente por este proceso, emerge, históricamente, un nuevo espacio de distribución de *capital cultural*, es decir de bienes simbólicos que *enrarece* y subvierte la vida cultural tanto de la familia como de la escuela, lo que nos lleva a decir que después de la televisión es difícil, cuando no imposible, seguir hablando de socialización primaria y secundaria, de espaldas a una compleja realidad cultural que cada vez más desborda los paradigmas que intentan explicarla, convirtiéndose en un verdadero desafío tanto para la escuela como para la familia.

Ante los cambios en los escenarios y en los sujetos de la socialización, hoy emergen propuestas de análisis que contemplan las nuevas tecnologías y su incidencia en la complejización de las socializaciones y la construcción de las subjetividades. Entre estas propuestas podemos señalar la de Joshua Meyrowitz⁵. Este autor estudia la socialización desde una perspectiva que él denomina electrónica, en la que la televisión tiene un

destacado papel. Meyrowitz nos muestra cómo en la primera mitad del siglo XX la niñez era considerada como la etapa de la inocencia, la que se debía amparar y aislar de las realidades desagradables de la vida adulta. La precocidad era vista como una enfermedad peligrosa. Según este mismo autor, en la segunda mitad del siglo XX se empezó a observar unas profundas transformaciones en la vida social de la infancia que permiten hablar de un *fin de la niñez*, de una pérdida de la inocencia y a la vez de la conquista de otros mundos hasta ahora desconocidos por parte de los niños. Estas transformaciones se manifiestan cada vez más hoy en una época en la que los niños son menos "aniñados" pues hablan más como adultos, se visten más como adultos, (ya quedó como elemento simbólico y del pasado el pantalón corto como prenda de vestir que identificaba a los niños)⁶. Estos cambios son, en buena medida, producto de la televisión que interviene de modo significativo en los procesos de socialización. Meyrowitz señala cómo en los tiempos de la imprenta el acceso a la información excluía a los niños puesto que la práctica de la lectura requiere de un manejo de códigos abstracto y una habilidad compleja que debe ser aprendida previamente e internalizada. Esta compleja práctica de la lectura creaba, de este modo, unos espacios secretos de comunicación entre los

Buenos Aires, Amorrortu, 1991, pág.164.

⁵ MEYROWITZ, Joshua, *El desafío oculto de la televisión*, en revista Facetas No. 82, Washington, octubre-diciembre, 1988, pág.58-63. En la misma perspectiva de análisis se inscribe la obra de POSTMAN, Neil, o *Desaparecimiento de la infancia*, Río de Janeiro, Grafía, 1999.

⁶ Que el pantalón corto sea hoy sólo un símbolo de la infancia lo muestra un titular de primera página del diario El Tiempo del día 5 de octubre de 2003: "Tres extorsionistas de pantalón corto". La información daba cuenta de unos niños de 10, 11, y 12 años de edad que exigían 500 mil pesos a un comerciante a cambio de no atentar contra sus hijos. El hecho deja ver también el abandono de los niños de su mundo de inocencia y su participación, cada vez mayor, en actividades



Culturas

adultos que no permitían que fueran observados por los niños. La información era controlada y dosificada a los niños en la medida en que estos iban creciendo y se consideraba oportuno el acceso a ella.

En estos nuevos escenarios de socialización la televisión pone al alcance de los niños, sin necesidad de que se muevan de su hogar, y de todos aquellos que no manejan el código de la escritura, grandes cantidades de información y diversos modelos de vida, no exigiendo para su aprehensión ninguna preparación previa. Ahora bien, lo nuevo e importante de los modos de socialización dinamizados por la televisión y demás medios, es que permite a los niños conocer las relaciones de los adultos entre sí y los mundos de los cuales, hasta hace poco, eran excluidos, como por ejemplo, el sexo, las guerras, el nacimiento, la mentira, la muerte, el trabajo, la procreación, la enfermedades, el dinero, la ambición. Digamos con Savater que "...el niño crecía en una oscuridad acogedora, levemente intrigado por esos temas sobre los que aún no se les respondía del todo, admirando con envidia la sabiduría de los mayores y deseoso de crecer para llegar a ser digno de compartirla. Pero la televisión rompe esos tabúes y con generoso embarullamiento lo *cuenta todo*: deja todos los misterios con el culo al aire y la mayoría de las veces de la forma más literal posible"⁷. De este modo la televisión abre al niño la puerta al oculto y, hasta ahora, reservado mundo de los adultos, transformando radicalmente su proceso de socialización y de esta manera cambiando el sentido social de la infancia como etapa de la ignorancia e inocencia, al tiempo que afecta el mundo de los adultos, los que ahora pasan a conocer muchas cosas hasta ahora ignoradas del mundo infantil. Así ocurre, entonces, que las líneas divisorias entre se-

censuradas, aún en los adultos.

creto y saber, mundo adulto y mundo infantil, empiezan a desdibujarse dando paso a una cultura mucho más abierta que requiere otros paradigmas para establecer las diferencias entre lo adulto y lo infantil en términos de acceso a la información y la cultura.

Habitus y capital cultural

Es Pierre Bourdieu quién sostiene que la sociedad, además de distribuir bienes materiales, también distribuye y legitima bienes simbólicos tales como los lenguajes, el conocimiento, la información, los valores, las creencias. A esto Bourdieu le llama *capital cultural*. Este capital cultural es distribuido, históricamente, por la escuela y por la familia, que según Bourdieu, constituyen los *aparatos genéticos de la sociedad* en cuanto son los encargados de producirla y reproducirla permanentemente. La escuela contribuye directamente en la distribución del *capital cultural* bajo la forma de capital escolar, representado en conocimientos y simbolizado en títulos (credenciales). La familia, por su parte, además de producir capital cultural, invierte en educación escolar, para de este modo ensanchar su capital cultural. En sus dinámicas de producción y reproducción del capital cultural, tanto la escuela como la familia tienen sus propios espacios legitimados históricamente en los que desarrollan unas particulares prácticas de comunicación con unas lógicas específicas. Esos lugares son la casa y la escuela. Ellos han sido, históricamente, los dos espacios desde los cuales se ha distribuido el capital cultural.

La incorporación (meterse en el cuerpo) o proceso de subjetivación (producir sujetos) de este capital cultural, presupone un trabajo de asimilación que demanda mucho tiempo y que sólo puede hacer el propio sujeto al tiempo que elabora su propia historia. Este capital no puede ser transferido o intercambiado, como ocurre

con el capital cultural objetivado, tal es el caso de la pintura, los libros, u objetos tecnológicos en los que la historia se encuentra congelada. Se adquiere de manera inconsciente en los espacios sociales.

Pero para estructurar su propuesta de análisis de las prácticas, Bourdieu introduce otro concepto clave: *habitus*. Ya en la visión social de Bourdieu cobra una gran importancia la práctica de los actores sociales, justamente por eso allí radica el valor del concepto de *habitus*. Cuando Bourdieu introduce este término, lo hace para explicar las prácticas sociales, para analizar las dinámicas visibles en la constitución de los sujetos, sus gustos, los modos de vida; en pocas palabras, para estudiar la realidad social objetivada en los sujetos, es decir, hecha cuerpo y expresada en las prácticas, por lo tanto hablar de *sentido práctico* quiere decir que lo subjetivo se hace objetivo, gracias a las prácticas.

Dicho de otro modo, el *habitus* es lo que nos permite analizar el *movimiento del capital cultural* vehiculado en las prácticas de los sujetos individuales pero que son a la vez expresión de la historia social. Es en este sentido, nos interesa el *habitus* en cuanto nos ocupamos de las prácticas sociales de los sujetos frente a la televisión y es el *habitus*, precisamente, el que otorga a las prácticas una cierta independencia en relación con las determinaciones exteriores del presente inmediato, es a partir de este concepto que abordaremos los usos de la televisión en el hogar.

Ahora bien, si las prácticas siempre se realizan desde un determinado *habitus*, es decir, desde una cultura, entonces, estudiando estos se puede comprender la circulación del capital cultural y de este modo los cambios sociales. Con este planteamiento Bourdieu responde al debate de su época, que aún sigue vivo,

entre lo objetivo y lo subjetivo en el campo de las ciencias sociales⁸.

Capital televisivo

La cultura de nuestra época se encuentra penetrada en múltiples dimensiones por la televisión, el medio masivo por excelencia de la modernidad, que hoy "compite" con la familia y con la escuela en la distribución del capital cultural. Pero a diferencia de ellas, y como medio de comunicación, carece de un emplazamiento definido, aunque se dice que es el hogar su lugar "natural". Esto, que a primera vista puede ser percibido como una desventaja, se ha convertido, justamente, en una gran estrategia favorable, puesto que de este modo este medio puede estar en cualquier parte y funcionando a cualquier hora sin ser cuestionado por ello.

Por esa estratégica centralidad comunicativa, por esa hegemonía cultural en las dinámicas de la vida social de nuestro tiempo, se puede considerar el capital cultural que distribuye la televisión como *capital televisivo*. Así, podemos asumir por *capital televisivo* el acumulado de saberes cognitivos, afectivos, lúdicos, históricos y lingüísticos que los sujetos sociales construyen en su cotidiana interacción con la televisión. Pero también en la permanente relación de los sujetos entre sí a partir de lo que la televisión les propone.

En este sentido, es también una construcción colectiva que, si se quiere, es el fundamento a partir del cual se construyen las audiencias. Se trata, entonces, de la apropiación, interpretación e incorporación que los sujetos televidentes hacen de lo que la televisión les ofrece como mundo de la vida, como sueños alimentados y acciones reacomodadas. Este capital televisivo

⁷ SAVATER, Fernando, *El valor de educar*, Barcelona, Ariel, 1997.



no se puede reducir a la competencia técnica de la decodificación de los contenidos de los mensajes, sino que tiene que ver más con las lógicas de apropiación y construcción, con los sentidos y los usos, algo así como una cierta capacidad “*natural*” y espontánea de comprensión, de ubicación y desenvolvimiento en el mundo de los lenguajes y técnicas televisivas que contribuyen a la inserción de los sujetos al mundo social. La apropiación que los sujetos hacen de lo que les ofrece la televisión, la realizan, justamente, desde sus *habitus*, por lo que no podría darse una manipulación instrumentalizada de los medios. Lo que vemos lo comprendemos y lo asimilamos no a partir de quienes elaboran y emiten los mensajes, sino a partir de nuestro *habitus*. De esto se sigue que el *capital televisivo* no tiene nada que ver con una “competencia televisiva” alrededor de la información que se exprese en unas destrezas de un saber-hacer. Por esta razón, el capital televisivo no puede ser enseñado premeditadamente como sí lo pueden ser, o al menos intentar ser, ser las competencias.

Con el capital televisivo se trata de reconocer, de otra parte, la experiencia, la sensibilidad estética y las estructura gramaticales que tienen interiorizados los sujetos acerca de la televisión y que se expresa en su relación con los variados programas que ofertan los distintos canales, sus horarios y personajes, las historias recientes y lejanas de programas. Pero que también, y sobre todo, se manifiesta en aquellos contextos en los que las circunstancias sacan a flote lo aportado por la televisión en el campo de la historia, la política, el deporte, la economía, la sexualidad, como en el caso de la escuela, el sitio de trabajo o el encuentro entre pares.

La idea de capital televisivo apunta también a dar cuenta de las relaciones entre el orden social existente, y

las prácticas de los sujetos. Al respecto hay que señalar que de la homología que pueda existir entre estos dos aspectos no se puede inferir que las prácticas tengan su causa en el poder directo de la televisión sobre los sujetos. Más bien, las prácticas de éstos tienen que ver, antes que con directrices de la conciencia, con el *habitus*, es decir, con esos sistemas de percepciones constituidos, en buena parte, desde la infancia y con los cuales nos conducimos en la vida social. Es este *habitus* el que programa el consumo de los sujetos, entre los que se cuentan el consumo de la televisión.

¿Cómo se construye el *habitus*? Bourdieu señala que “... como lo dice la palabra, es algo que se ha adquirido, pero que se ha encarnado de manera durable en el cuerpo en forma de disposiciones permanentes. La noción, entonces, de manera constante, se refiere a algo histórico, ligado a la historia individual y que se inscribe en un modo de pensamiento genético, por oposición a los modos de pensamiento esencialistas (como la noción de competencia que se encuentra en léxico chomskiano). Por otro lado, la escolástica llamaba *habitus* a algo así como una propiedad, un *capital*. Y, en realidad, el *habitus* es un capital que, al estar incorporado, tiene el aspecto exterior de algo innato”⁹.

Televisión y hogar: espacios para *habitar*

Finalmente, nos proponemos retomar el concepto de *capital televisivo* para abordar las prácticas de las familias en el espacio del hogar. Pero, ¿por qué el hogar? ¿Qué es el hogar? Inicialmente concebimos el hogar como un espacio vivencial de la cotidianidad en el

⁸ BOURDIEU, Pierre, *El sentido práctico*, Madrid, Taurus, 1991.

⁹ BOURDIEU, Pierre, *Sociología y cultura*, México, Grijalbo, 1990, pág. 155.

¹⁰ PONTY, Merleau, *La fenomenología de la percepción*, Barcelona

que se desarrollan unas prácticas domésticas que contribuyen a afianzar la seguridad existencial de los sujetos. Pero también, el hogar es un espacio *habitado*. Siguiendo los planteamientos de Merleau Ponty¹⁰, *habitar* es la relación del hombre con su espacialidad. El hombre *habita* las cosas, está íntimamente ligado a ellas de tal manera que ya no son para él simples objetos exteriores, sino que están incluidas en su vida interior como portadoras de un ser más profundo, como elementos de su propia existencia. Esto es lo que sucede con el espacio, particularmente con el espacio habitado, en este caso. Pero también ocurre con las cosas con las que tenemos una relación cotidiana e íntima como ocurre con la televisión.

Habitar, entonces, es una unidad indisoluble con la que algo anímico está encarnado en algo corpóreo. El modo como poseemos un espacio u objeto propio de manera viva. Habitar aparece, así, como un concepto clave en el que se fundamenta la relación del hombre con su mundo en cuanto totalidad, pero el hombre siempre tiene un lugar fijo en el espacio, pertenece a ese lugar y está enraizado en él. Ese lugar es la casa, el hogar, puesto que el ámbito espacial del habitar es la vivienda. De allí que habitar, en cuanto relación del hombre con el espacio, sea el modo como el hombre vive en su casa su espacio privado, que se valoriza humanamente como el lugar donde la gente se encuentra segura, territorio personal en el se inventan *modos de hacer*, entre ellos el de ver televisión. "La casa no sólo dispensa en el interior calor y comodidad, sino que, respecto al exterior, le da al hombre firmeza y fuerza para prevalecer contra el mundo. De este

modo la casa confiere un apoyo para resistir a todos los ataques del exterior. Según Bachelard, este espacio permite entregarse a los sueños de la fantasía. La casa protege la ensoñación, cobija al soñador, la casa nos permite soñar..."¹¹. Pues bien, este soñar del hombre de nuestros días está fuertemente dinamizado por la televisión que se ha convertido, no sólo en un punto de contacto con el mundo exterior, sino también en una especie de fuente de sueños. Ahora bien, si la televisión, nos permite el descanso y la relación y esto sólo se consigue en el espacio cotidiano y doméstico de la casa, entonces se puede decir que es la casa el lugar "natural" de la televisión. Televisión y casa son sinónimos de descanso.

Al momento de pensar la televisión y sus usos familiares en los hogares urbanos, es clave tener en cuenta, entre otras cosas, el contexto de los lugares inmediatos en los que están enclavados los hogares en los que se lleva a cabo la recepción televisiva, es decir, las casas o apartamentos. En este caso, el afuera más inmediato es el barrio. Hay que tener en cuenta la inseguridad de la mayoría de los barrios de ciudades colombianas, puesto que este es un aspecto importante, ya que, podría considerarse la posibilidad de que, aún con la existencia o no de lugares de recreación, el miedo que desata la inseguridad de las calles de nuestras ciudades puede ser un elemento de peso a la hora de explicarnos la importancia sobredimensionada que muchas veces toma la televisión en el espacio del hogar. De esto último se deriva la idea de Martín Barbero, en el sentido de que en Colombia *los medios viven de los miedos*.

En esta misma perspectiva, Carlos Monsivais afirma que "el cúmulo de dificultades urbanas arraigan a la televisión en el ámbito donde la sociedad de consumo se encuentra con la sociedad tradicional. Afuera, en ese afuera que va desplazando en numerosos sectores el

Península, 1975.

¹¹ BOLLNOW, Otto Friedrich, *Hombre y espacio*, Barcelona, Labor, 1969, pág. 126.

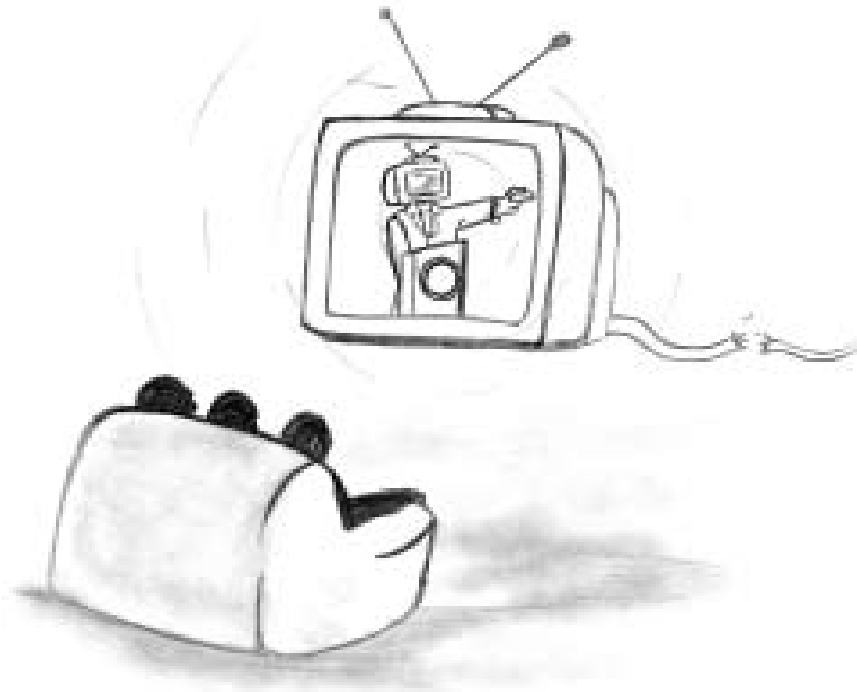
¹² MONSIVAIS, Carlos, *Aires de familia*, México, Anagrama, 1998,



.Culturas

placer por la vida en la calle, están las multitudes y los peligros y las exigencias de gasto. Dentro, en el adentro donde se congregan las seguridades, entre ellas y principalmente el espectáculo de la familia unida entorno al aparato, se hallan las ofertas: risas, lágrimas, temas de conversación. La televisión es el gran interlocutor a quién se le cede el centro del diálogo familiar¹².

Desde la mirada anterior, y despojada de su esencia de canal o medio de comunicación que transmite mensajes con un poder absoluto, que es la mirada instrumental, la televisión se nos aparece ahora como un fenómeno socio-cultural de tipo relacional, es decir, que ella sólo es comprendida integrada y en relación con el mundo social en la que se inscribe. De esto se sigue que en los usos que las familias hacen de la televisión entran en juego distintos elementos que tornan complejas las relaciones sociales a su alrededor. Es más, son estas relaciones las que la determinan como medio social de comunicación. No es que la televisión genere unilateralmente unas audiencias y las maneje a su antojo. En la construcción de las teleaudiencias entra también la escuela, por presencia y por ausencia, y por supuesto la familia. La primera aporta, sobretodo, elementos académico-cognitivos desde los cuales es leído lo que la televisión propone, de ella depende, en buena parte, el grado de selectividad y de criticidad de las audiencias. Esto último puede ser complementado por la familia.



Pese a lo anterior, no se puede dudar del poder de la televisión en la construcción de sus propias audiencias. Pero este poder opera siempre de modo relativo puesto que los sujetos sociales *crean* sus propias e impensadas estrategias de ver televisión que se distancia de la imagen clásica propuesta por los estudios conductistas, es decir, las personas sentadas, totalmente quietas, delante del televisor. Sobre este punto señala Monsivais cómo la televisión "...genera una nueva especie de

¹³ Idem. P.

televidente, atenido a la vía de escape del 'monitoreo', con poder de concentración siempre segmentado y relación vivísima con los anuncios comerciales. El televidente es por entero distinto al cinéfilo (que se sitúa casi escolarmente frente a la pantalla, convencido de que aún la peor película transmite algo de los secretos de la vida) y acrecienta visualmente los goces del radioescucha"¹³.

Con este concepto de televisión, sin lugar a dudas, se nos amplía el horizonte de las posibilidades de observar y comprender sus múltiples relaciones silenciosas, pero a la vez estructurales, con la familia y con los espacios y los tiempos en los que se desarrollan las rutinas y las ritualidades que soportan cotidianidad.

Los espacios y los tiempos de las audiencias familiares

Desde la década de los sesenta los hogares colombianos empiezan a amoblarse con la televisión. El mundo moderno hace su entrada hasta el entonces lugar íntimo del hogar y desde allí las familias empiezan a reacomodar sus espacios y sus tiempos y a convivir con el *bullicio* de la televisión. Con ella llenaron las mayorías de nuestro país grandes vacíos sociales, culturales y educativos encontrando información y diversión sin salir de las casas. El mundo moderno, con su velocidad y abundancia de acontecimientos y ofertas de todo tipo, hizo su entrada de forma abrupta a los hogares desorganizando y reorganizando la arquitectura y los espacios de las viviendas hasta ahora largamente quietos en el tiempo.

En busca de propuestas orientadoras para abordar este campo de problemas encontramos los trabajos de David Morley y Roger Silverstone. El primero ha señalado

que uno de los logros más importantes alcanzado por trabajos recientes sobre las audiencias ha sido el creciente reconocimiento de la importancia del contexto en el que se consume el producto. En el caso de la televisión este reconocimiento se centra en el ámbito de lo doméstico. Es en este espacio en el que podemos encontrar lo que ocurre alrededor de las relaciones entre las familias y las ofertas televisivas.

En esta perspectiva comunicativa-cultural se asumen las audiencias, como se ha dicho, no reducida a una suma de televidentes, como de ordinario ocurre en los estudios de telemercadeo y en los sondeos de opinión, sino como los sujetos sociales comprometidos con la práctica de ver televisión, en sus modos particulares de redistribución espacio-temporal de la vida doméstica, pues como afirma Morley, la práctica corriente de ver televisión no es un pasatiempo desestructurado de las demás prácticas.¹⁴ Así, la práctica de ver televisión en familia no es más causal ni espontánea, por ejemplo, que la práctica de cenar en familia. Esto nos encamina a mirar los ritmos de los actores familiares en relación con los ritmos de la televisión y nos pone ante la presencia de unos muy distintos modos de apropiación televisiva.

La vida cotidiana se desarrolla y se sostiene gracias a las secuencias de las rutinas, las ritualidades y demás acciones tradicionales que damos por sentadas, es decir, que no discutimos y que con todas sus contradicciones soportan los fundamentos de nuestra seguridad. Es aquí donde es posible comprender, con más agudeza, el papel de la televisión, antes que como perturbadora de la realidad familiar y social, más bien como soporte de ella.

¹⁴ MORLEY, David, *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Amorrortu, Buenos Aires, 1996.



Los cambios en la vida cotidiana de los hogares, introducidos por las dinámicas de la modernidad, entre ellas las introducidas lentamente por la televisión, se observan en los nuevos sentidos de los que se cargan los espacios y las actividades que allí se realizan cotidianamente. El preparar la comida y el comer, el realizar las tareas escolares y otras con fines laborales y de diversa naturaleza, al igual que el descansar, están atravesadas hoy por la televisión. Los horarios cotidianos de estas actividades en el seno del hogar, antes establecidos de modo rígido por la autoridad parental, ahora se han tornado flexibles puesto que casi siempre está ahí presente el pretexto del programa favorito que hace que las actividades se puedan adelantar o correr y de esta manera reorganizar el tiempo alrededor de la televisión. Dependiendo del tipo de familia, este hecho puede provocar en algunas un adelgazamiento de la autoridad familiar en cuanto al establecimiento de los horarios que rigen las actividades hogareñas, pero también puede exacerbar el poder y el autoritarismo de otras. En fin, la televisión es un fenómeno cultural que se ha insertado en las pautas de vida cotidiana sacando a flote los conflictos y tensiones entre los sujetos, pero también otorgando identidad y seguridad a quienes habitan el íntimo espacio del hogar.

Silverstone, por su parte, ha observado que "mirar televisión, como las demás actividades familiares, es algo que no escapa al poder de la organización familiar del tiempo (...) Los ritmos repetidos con que se ve televisión, su lugar en el conjunto de las actividades familiares refleja una elección, una organización, un proceso de negociación del cual se sabe muy poco"¹⁵. Este mismo autor se adentra en los espacios de vida cotidiana, par-

pág. 214.

¹⁵ SILVER, Silverstone, *Televisión y vida cotidiana*, Amorrortu, Buenos Aires, 1994. pág. 74.

ticularmente en el hogar, para estudiar las condiciones en las que la televisión es usada y cómo, a partir de este uso, ella promueve una cultura particular, la cultura del hogar, de trascendental importancia para el hombre moderno ya que es allí en donde, fundamentalmente, se constituyen los sujetos. "La televisión se ha insertado en las complejas culturas de nuestra propia domesticidad. Ya no podemos concebir la televisión si no es como un componente necesario de esa domesticidad, y tampoco podemos concebir nuestra domesticidad sin ver, tanto en el aparato mismo como en la pantalla, un reflejo y una expresión de esa vida doméstica"¹⁶.

Los aportes de los autores comentados al campo de los estudios de televisión nos proporcionan elementos tendientes a la comprensión de aspectos centrales de la relación familia-televisión y lo relacionado con la inserción de la televisión en los ritmos cotidianos de la vida doméstica de las familias. El concepto de hogar como un espacio construido a través de relaciones sociales, tanto internas como externas, y permanentemente cambiantes, es de gran utilidad en los estudios sobre las relaciones entre la televisión y la familia.

Usos familiares de la televisión. Una perspectiva desde las mediaciones culturales

La vida contemporánea, particularmente la experiencia urbana de nuestro país, en donde buena parte de la población que vive en los estrechos espacios de apartamentos, encuentra en la televisión su casi único espacio de entretenimiento, nos ha mostrado cómo este medio entró en los hogares invadiendo el espacio privado y cotidiano de las familias, des-organizando y

¹⁶ Ibid. pág. 51.

re-organizando las relaciones hogareñas, los saberes y la cultura, convirtiéndose, en pocas décadas, en un "imprescindible y activo miembro" de las familias. En esta compulsiva acogida de la televisión por parte de las familias colombianas, incide la coyuntura histórica de violencia e inseguridad que vive el país, ya no sólo en las grandes ciudades sino también en los pueblos y zonas rurales. Con razón y con mucha agudeza en su análisis ha observado Jesús Martín Barbero que "si la televisión atrae es por que la calle expulsa" queriendo con ello quitarle peso *esencialista* e introducirle sentido histórico y social al medio. Y es este sentido social el que lleva al mismo autor a afirmar que "si la televisión en América Latina tiene aún a la familia como una unidad básica de audiencia es por que ella representa para las mayorías la situación primordial de reconocimiento"¹⁷.

Asumimos la televisión como un fenómeno cultural, como un espacio de interpelación de las teleaudiencias, antes que como un simple canal que cumple la función de transmitir mensajes o comunicar ideas. Sólo de este modo, tal como lo proponen varios autores, entre ellos, Joshua Mayrowitz, pueda explicarse el sentido de la orgánica articulación de la televisión al espacio del hogar. Este investigador sostiene que la televisión antes que transmitir ideas conforma *ambientes* mediante sus multiusos ya que la mayoría de las personas ven televisión mientras realizan otras múltiples actividades tales como comer, jugar, lavar platos, hablar por teléfono, leer, discutir o incluso hacer el amor¹⁸.

Ahora bien, es importante destacar la idea de *domesti-*

¹⁷MARTÍN BARBERO, Jesús, *De los medios a la mediaciones, Comunicación, cultura y hegemonía*, Gustavo Gili, México, 1987. pág. 234.

¹⁸MAYROWITZ, J., El desafío oculto de la televisión, en *Facetas* No. 82, Washington, octubre-diciembre, 1988.

cidad en tanto cultura cambiante que se mueve entre la tensión de lo público y lo privado, que por lo tanto remite más allá del espacio físico del hogar y de las relaciones familiares y penetra el mundo de las transformaciones sociales y políticas que son dinamizadas, precisamente, por la televisión. Aquí es importante el reconocimiento que hace Silverstone de la familia, del hogar y de la casa, ya que es en estos espacios en los que se produce y reproduce la cultura televisiva. De esta manera, pensar y estudiar la relación televisión y familia implica empezar por estudiar esos lugares que hasta hace poco nada tenían que ver con los estudios de los medios de comunicación.

Una revisión de la más reciente investigación en medios, deja ver una preocupación por la familia. Esta emerge como tema propicio para el estudio de la televisión, ya sea que se centre en los niños, en los jóvenes, en los géneros, en las relaciones de poder o en los procesos de socialización que se tejen en el hogar. De todos modos, se pretende ir mucho más allá de la simple observación del consumo televisivo sin más, puesto que lo que se busca es el análisis de las condiciones culturales y de las dinámicas de este consumo para observar cómo la televisión se inserta en las estructuras de las familias.

Cuando el consumo de medios se realiza en la familia, advierte Silverstone, ello ocurre en una situación social compleja donde se expresan (a través de los variados subsistemas de relaciones conyugales, parentales o fraternales y a través de las relaciones que los miembros de la familia mantienen entre sí y con el mundo exterior) diferentes pautas de cohesión y disgregación, de autoridad y sumisión, de libertad y constreñimiento, resaltando que las pautas de consumo televisivo se generan y se mantienen dentro de estas relaciones sociales, espaciales y temporales.



Para nuestro análisis la noción de *uso*, propuesta por Michael De Certeau, tiene gran relevancia en la medida en que permite reconocer una posición activa y dinámica de los actores sociales, los cuales eran considerados exclusivamente como receptores pasivos en los análisis de hace algunos años sobre medios de comunicación. Esta noción de 'uso' puede contribuir a realizar un acercamiento a los significados que los mismos actores sociales le otorgan a su vida cotidiana, a su experiencia como grupo social y como colectivo cultural. Es posible, afirma De Certeau, interesarse por lo que el *practicante*, es decir el sujeto social, "fabrica durante las horas empleadas en mirar televisión o en una película en el cine y con las imágenes que se ofrecen totalmente hechas... e indaga por el uso que los practicantes hacen del espacio edificado, de los sistemas de productos organizados en los supermercados o en los relatos y leyendas distribuidas por su periódico habitual"¹⁹. Se trata, pues, de una creatividad dispersa, de una producción de segundo orden que se esconde en el consumo, en nuestro caso, en los distintos modos de habitar el hogar y de ver televisión.

En cuanto a los *usos* que los *practicantes* hacen de la televisión, De Certeau señala que, a diferencia de los que tienen lugar sobre un texto, un espacio urbano, etc., sus huellas se diluyen, son más difícilmente aprehensibles, ya que corresponden a una producción más disimulada, pero así mismo, más "astuta, dispersa, silenciosa y oculta". Aquí cabe ubicar la noción de *táctica* que este autor otorga a los practicantes cuando hacen uso a su manera de los productos elaborados por otros para un fin específico y que, sin embargo, ellos modifican. Esto se podría ilustrar con la expresión nunca contradictoria

de "oír televisión".

Es la observación de las prácticas las que dan cuenta de las diferentes atenciones que las audiencias le prestan a la televisión. Valerio Fuenzalida señala la atención del *monitoreo* que es la más habitual en el hogar. Se trata de aquella práctica en la que una persona desarrolla primariamente una actividad extratelevisiva como tareas escolares en el hogar o quehaceres de casa- y sólo atiende de vez en cuando a la pantalla. La televisión encendida aparece más como fondo visual y auditivo sobre el cual se desarrolla otra actividad primaria²⁰.

Teniendo en cuenta lo anterior, podríamos decir, que el uso de la televisión en las familias genera un espacio abstracto, un escenario cultural intangible, en el cual se fraguan relaciones de poder, sentidos sobre las jerarquías familiares y, en fin, todas aquellas representaciones que llenan de significado la vida cotidiana de las familias. La televisión, entonces, entra a compartir un papel importante con la familia y la escuela, en los procesos de socialización y de producción cultural.

En este sentido, nuestro interés está puesto, no en el medio o en las audiencias exclusivamente, sino en las mediaciones que realizan las audiencias con la televisión y los contextos familiares específicos. Utilizamos aquí el concepto de *mediación* perfilado por Jesús Martín Barbero, para quien el análisis de los medios debe descentrarse de la lógica de la producción, de la mirada de la manipulación, hacia la lógica de la compleja y

¹⁹ DE CERTEAU, Michael, *La invención de lo cotidiano*, Sao Paulo, Petrópolis, 1994, pág. 39.

²² THOMPSON, John B., *Los media y la modernidad*, Barcelona, Paidós,

²⁰ FUENZALIDA, Valerio, *Televisión abierta y audiencia en América Latina*, Bogotá, Norma, 2002.

²¹ MARTÍN BARBERO, Jesús, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona, Gustavo Gili, 1987, pág. 233.

desigual apropiación de los medios en determinados contextos socio – culturales. Para este autor, “[...] en lugar de hacer partir la investigación del análisis de las lógicas de la producción y la recepción, para buscar después sus relaciones de imbricación o enfrentamiento, proponemos partir de las mediaciones, esto es, de los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión”²¹.

Con el fin de obtener análisis más densos sobre las relaciones existentes entre los dos contextos, esto es, de las mediaciones que ocurren entre televisión y familia, es necesario, por un lado, identificar las imágenes y modelos de familia y de actores sociales que se promueven en la televisión y, por otro lado, analizar los usos y relaciones que establecen con la televisión las familias, entendiendo que, según J. B. Thompson, “el uso de los medios de comunicación implica la creación de nuevas formas de acción e interacción en el mundo social, de nuevas formas de relacionarse con los otros, y con uno mismo”²².

Lo anterior nos lleva a pensar que las familias no están al margen de los cambios sociales, al contrario, son muy sensibles a ellos. Las familias son espacios de procreación y de socialización de nuevas generaciones. Espacios en el que se reproducen y producen prácticas, valores y patrones de vida, pero también espacio de lucha y de resistencia, de permanencia y de cambios silenciosos. Los grupos familiares como espacios estratégicos de comunicación son dinámicos y diversos, de allí, que sea imposible encasillarlos con categorías homogéneas y rígidas.

Pensar la familia desde la comunicación es asumirla como un proceso permanente y complejo de prácticas culturales y como tal de producción de subjetividades sociales determinadas históricamente. Esto nos permite pensar, y a la vez reconocer, cómo la sociedad de hoy, caracterizada como sociedad de la comunicación y la información debido al gran despliegue de estrategias comunicativas, que hacen posible la mundialización de la cultura, afecta los modos de vida familiares. Esta proliferación de las comunicaciones y productos culturales, no sólo afectan las relaciones internas entre los integrantes de los grupos familiares, sino también las relaciones de estos con el entorno social, cultural, económico y político. En este sentido las familias pueden entenderse

1998, pág. 37.



como espacios transaccionales entre lo privado y lo público en lugar de ser concebidas sólo como espacios privados y aislados de lo público. En fin, de lo que se trata es de comprender las dinámicas comunicativas de una de las instituciones más tradicionales pero a la vez la que ha experimentado los más profundos cambios en ritmos de vida cotidiana. Y precisamente, uno de los medios que más ha contribuido con esos cambios, es sido sin lugar a dudas, la televisión.

Bibliografía

BARRIOS, Leoncio, **"Familia y televisión"**, Monte Ávila Latinoamérica, Caracas, 1993.

BERGER, Peter y LUCKMANN, Thomas, **"La construcción social de la realidad"**, Buenos Aires, Amorrortu, 1991.

BOLLNOW, O. Friedrich, **"Hombre y espacio"**, Barcelona, Labor, 1969.

BOURDIEU, Pierre, **"El sentido práctico"**, Madrid, Taurus, 1991.

_____, **"La distinción Madrid"**, Taurus, 1988.

_____, **"Capital cultural, escuela y espacio social"**, México, Siglo XXI, 1997.

_____, **"Sociología y cultura"**, México, 1990.

DE CERTEAU, Michael, **"La invención de lo cotidiano. Las artes de hacer"**, México, UIA-ITESO, 1996.

DAYAN, Daniel (Compilador), **"En busca del público"**, Barcelona, 1997.

FUENZALIDA, Valerio, **"Televisión Abierta y audiencia en América Latina"**, Bogotá, Norma, 2002.

MAYROWITZ, J., **"El desafío oculto de la televisión"**, en *Facetas* No. 82, Washington, octubre-diciembre, 1988.

MARTÍN BARBERO, Jesús, **"De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía"**, Barcelona, Gustavo Gili, 1987.

_____, **"Oficio de cartógrafo"**, México, Fondo de cultura económica, 2002.

MORLEY, David, **"Televisión, audiencias y estudios culturales"**, Amorrortu, Buenos Aires, 1996.

MONSIVAIS, Carlos, **"Aires de Familia"**, México, Anagrama, 1998.

OROZCO, Guillermo, **"Televisión, Audiencias y educación"**, Norma, Bogotá, 2001.

POSTMAN, Neil, **"O Desaparecimiento da Infancia"**, Río de Janeiro, Graphía, 1999.