

Amigas y **Enemigas**

Madres mexicanas frente a la televisión*

GUILLERMO OROZCO GÓMEZ* *



En el presente texto se reportan y se analizan algunas opiniones de madres mexicanas sobre la televisión en la educación de sus hijos, sobre su papel como mediadoras de la televidencia infantil y sobre su particular televidencia de las noticias de la televisión.

La fuente de estas opiniones son a su vez tres estudios empíricos distintos, realizados consecutivamente por el autor de 1987 a 1995¹, pero conectados entre sí, tanto por el interés común por

* Una primera versión de este texto se presentó como ponencia en el Primer Simposio Latinoamericano de Investigación sobre Género y Medios de Comunicación. Universidad Nacional Autónoma de México. 19 de abril de 1995.

** Mexicano. Coordinador del Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales. Departamento de Comunicación. Universidad Iberoamericana. México.

¹ El primer estudio se realizó como parte de la tesis doctoral del autor: *Comercial T.V. and Children's Education in México: The Interaction of Socializing in the Production of Learning*. La investigación de campo se llevó a cabo en la Ciudad de México durante 1987. Se entrevistaron 35 madres de familias segmentadas en siete teleaudiencias, de acuerdo a una combinación de criterios que incluían: estrato socioeconómico, orientación cultural, lugar de residencia, origen de la familia, nivel educativo de la madre y escuela a la que asistían sus hijos.

recrear algunos de los aspectos que conforman las estrategias televisivas de distintas familias de la teleaudiencia mexicana, como por haber sido realizados con el mismo tipo de metodología cualitativa².

No obstante lo anterior, es necesario aclarar que ninguno de los estudios fue realizado desde una estricta perspectiva de género, aunque sí se buscó en todos ellos obtener información diferenciada de los miembros de la familia y en especial de las madres. Información concerniente a sus opiniones sobre la televisión y su relación con lo que conforma la «filosofía educativa» materna, sus modos de intervención pedagógica en la televidencia de los niños, y sus opiniones y usos de un género televi-

sivo en particular: el noticioso, como fuente de información y eventual actuación ciudadana³.

La centralidad de la televisión en la interacción madres-hijos

Independientemente de la variación de las opiniones de las madres sobre la televisión y el proceso de televidencia, diferenciadas fundamentalmente según su estrato social, llama la atención en los tres estudios, la convergencia de esas opiniones en un aspecto: la televisión y su programación y el vínculo niños-televisión son temas recurrentes en la interacción de las madres con sus hijos. Independientemente de las formulaciones de estos temas por distintas madres, es claro que la televisión está muy presente en su interacción con los miembros de la familia, especialmente los niños y jóvenes.

Esto que parece obvio, no lo es tanto, si se toma en cuenta que no es éste el caso con los padres de familia, para quienes la televisión no constituye ni un objeto prioritario de preocupación, ni un asunto recurrente en su interacción con los demás miembros de la familia⁴.

Según los estudios realizados, los padres entablan una relación mucho más situacional con la televisión que las madres y también mucho más específica o *ad casum*. La televisión es asumida por los padres como programas concretos que gustan de ver o en todo caso como géneros específicos: deportes y policíacos, entre otros, que disfrutaban más como una manera de llenar su tiempo libre, que como un asunto

El segundo estudio: *Prácticas de mediación de la familia y la escuela en la recepción televisiva de los niños*, se realizó de 1990 a 1994 dentro del Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales (PROIICOM). Básicamente es un estudio que continuó los resultados del anterior, pero ampliando su cobertura a familias y escuelas en otras dos ciudades del país: Guadalajara y Tijuana. Se entrevistaron más de cincuenta familias en tres ciudades, con los mismos criterios de segmentación, pero enfatizando la asistencia de los niños a escuelas, tanto públicas como privadas.

El tercer estudio recientemente terminado, es parte de un proyecto mayor internacional en el que participaron ocho países. El estudio en México forma parte de esta investigación que tiene fines comparativos sobre la recepción familiar de las noticias por televisión. La investigación de campo se realizó simultáneamente en todos los países durante mayo de 1993. El caso mexicano incluyó 16 entrevistas familiares y 34 individuales en tres ciudades: D.F., Morelia y Querétaro.

La perspectiva cualitativa con la que se han realizado los tres estudios se basa en entrevistas a profundidad, observaciones etnográficas y algunos cuestionarios para recabar información previa general de los sujetos involucrados. La premisa metodológica subyacente es que el número de sujetos se define por el criterio de Suficiencia Comparativa, que permite contar con un número entre doce y veinticinco sujetos a ser comparados entre sí. Se escogen los sujetos de investigación de acuerdo a una serie de criterios diferenciadores de sus procesos de recepción televisiva para enriquecer la comparación, a la vez que subrayar la distintividad de los casos. El conocimiento obtenido no pretende tener validez estadística ni puede generalizarse cuantitativamente. El objetivo fundamental es entender los procesos y resultados de la recepción televisiva entre distintos segmentos de la teleaudiencia y avanzar así en la comprensión del complejo proceso de la recepción televisiva.

³ Para mantener el anonimato de las entrevistadas, las citas de sus opiniones se codificaron de la siguiente manera: la letra «E» significa estudio, el primer número corresponde al estudio del que se obtuvo la información, la letra «M», madre; la siguiente letra indica la ciudad de residencia y el último número corresponde a la secuencia de la entrevista.

⁴ RENERO, Martha. *De géneros televisivos y usos familiares*. Revista *Comunicación y Sociedad* No. 14-15. México: CEIC-Universidad de Guadalajara, 1993.

sobre el cual deban reflexionar en relación con la familia.

Al tener los padres una relación menos sistemática con la televisión, ésta y su programación, pero sobre todo el impacto que pueda tener en los hijos, se relativiza bastante y hace que la televisión y la televidencia familiar escapen a sus preocupaciones cotidianas.

Para las madres, en cambio, la televisión está al centro de la vida cotidiana del hogar. Por su mayor presencia física en él, perciben de manera directa la «competencia» que la televisión ejerce con ellas y específicamente contra su rol de autoridad en la familia. En buena medida, la televisión las confronta con los hijos, quienes negocian y resisten abandonar la pantalla televisiva para obedecer sus mandatos. Incluso para las madres que trabajan y pasan buena parte del día fuera de casa, la televisión también causa un cierto conflicto a su regreso. Como dijo una madre soltera de una colonia de la periferia de la Ciudad de México:

«Yo no sé si todo lo que ven en la tele es bueno o malo, lo que sí sé es que cuando llego cansada de trabajar y los veo (a mis hijos) ahí, aplastados y ni siquiera se levantan para saludarme, lo único que quiero es apagarlas (la televisión)». (E.2. m.g. 16)

Las madres no sólo tienen que enfrentar a la televisión diariamente, sino que, paradójicamente, también buscan convertirla en un apoyo para su autoridad y así tratan de hacerla su aliada. La «alianza» con la televisión comienza en el uso que hacen de ella las madres como elemento de control de los niños en casa. «Ver o no ver la T.V.» se convierte en premio o castigo para los hijos⁵. Así mismo, el

horario para ver la televisión se vuelve objeto de negociación entre madre e hijos, a la vez que este horario es usado como presión para la realización de otras actividades y especialmente para la realización de las tareas escolares.

Frases como las siguientes son reiteradamente dichas por las madres cuando se les entrevista sobre su papel mediador en la televidencia de los niños:

«Si no acaban la tarea, no los dejo prender la tele». (E.1, m.df.4)

«Hasta que no levanten su cuarto, no pueden ver televisión». (E.1, m.g. 12)

«Si no sacan buena calificación, ese día no ven tele». (E.1, m.t. 5)

La alianza también se estrecha cuando la madre deposita en la televisión y en particular en algunos géneros televisivos, como la telenovela, expectativas educativas. Esto sucede más con las madres de familias de estratos socioeconómicos medios y bajos, donde los índices de escolaridad son también bajos o casi nulos. La siguiente frase de una madre que se desempeña como conserje de un edificio en la colonia Roma de la Ciudad de México ilustra este uso «educativo» de la televisión, generalizado entre madres de estrato socio-cultural similar⁶:

«Yo le digo a mi hija que vea la novela, esa, donde sale Verónica Castro... que la vea con atención para que aprenda y que no le pasen cosas con el novio... Yo como no tuve escuela no sé qué aconsejarle... pero de la telenovela puede aprender mucho...». (E.1. m.df. 11)

OROZCO, Guillermo. *Cuando los Niños ven T.V.* Revista *Umbral XXI* No. 2, México: UIA, 1990, pp. 57-60.

⁶ OROZCO, Guillermo. *Familia, televisión y educación en México.* Cuadernos del PROICOM No. 4. México: DIP. UIA, 1992.

De esta manera, la alianza entre madres y televisión se constituye de manera negativa y positiva a la vez.

Por otra parte, la alianza también incluye el uso de la televisión para entretener a los niños y mantenerlos ocupados, mientras la madre se dedica a las labores hogareñas. El conocido uso de la televisión como «nana o niñera» de los pequeños tiene una característica situacional, que no fácilmente se admite de acuerdo al deber ser, pero que de hecho constituye un uso bastante generalizado entre madres de diferentes estratos sociales. En los estudios realizados, lo que hemos percibido es que esta alianza se justifica con razones tales como las siguientes:

«Yo la verdad, prefiero tener a mis hijos viendo televisión, que por ahí en la calle... afuera hay muchos peligros...». (E.2. m.df.6)

«Una como madre se cansa de estar inventando cosas para los hijos, así es que a veces, les prendo la tele para que se aplaquen». (E.2. m.nt.9)

«En una ciudad como ésta, donde hay tantos peligros para la familia, pues mejor que estén adentro viendo la tele a que anden por ahí, exponiéndose.... quién sabe qué les pueda pasar». (E.1.m.df.14)

Al ser la madre la encargada de velar cotidianamente por la educación de sus hijos, lo cual implica estar al tanto de lo que hacen y no hacen, de sus múltiples necesidades diarias, de la asunción de sus responsabilidades escolares y hogareñas, de sus vínculos extrahogar con sus amigos y vecinos, es la que «arriesga» usualmente su autoridad frente a los deseos e inquietudes, y aun resistencias y rebeldías de los hijos. La televisión queda entonces al centro de esta interacción, que Martín Barbero⁷ ha denominado «socialidad» y que tiene que ver con los esfuerzos de sujetos sociales específicos, en este caso la madre y los

hijos, por ganar poder o ejercer su poder, uno frente al otro.

La socialidad en relación con la televisión conlleva los esfuerzos que hace la madre por «mediar» en la televidencia de los niños⁸ y los esfuerzos de los niños de negociación con la madre para resistir su autoridad. El éxito de la mediación para la madre significa controlar la televidencia de los hijos y para los hijos significa poder ver lo que quieren y cuando quieren en la televisión.

La mediación materna frente a la televisión, por supuesto se manifiesta de diversas formas, pero en esencia tiene que ver con una manera particular de asumir la autoridad y el poder propios. Es justamente en esta dimensión de ejercer lo que podríamos denominar «maternaje» donde la televisión interpela de manera directa e implacable a las madres de familia⁹.

Percepción materna de la televisión en la educación de los niños

Para la mayoría de madres entrevistadas en estos estudios, la televisión no es asumida como algo neutral, sino como una fuente de potencial influencia, tanto en la formación moral de los hijos, como en particular en su desarrollo educativo. Si bien las madres no tienen una conceptualización acabada del papel que puede tener la televisión en la vida de sus niños o de la manera específica a través de la cual se realiza la influencia de la

⁷ MARTÍN BARBERO, Jesús. *De las mediaciones a las prácticas*. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales No. 1. México: PROICOM, DIP, UIA, 1990

⁸ RENERO, Martha. *La mediación familiar en la construcción de la audiencia*. Cuadernos del PROICOM No. 4. México: DIP, UIA, 1992

⁹ *Ibid.*

televisión, si tienen juicios concretos sobre aspectos que les parecen preocupantes o simplemente relevantes.

Uno de estos aspectos que reiteradamente aportan las madres, sobre todo de estratos socioeconómicos medios y bajos, es su preocupación por el impacto negativo de la programación televisiva en lo que ellas consideran la «buena educación» de los hijos¹⁰.

Al abundar sobre esta preocupación, la «buena educación» es considerada básicamente como buenas maneras, buenas costumbres, buenas actitudes. En síntesis, como todo aquello que ellas consideran que es bueno en términos morales. Frases como las siguientes ilustran esta preocupación fundamental:

«A mí no me gusta que vean esas escenas donde se besan los personajes». (E.1. m.df. 5)

«Cada vez más una ve que el llevarse a las mujeres a la cama es lo más común, sobre todo en las películas gringas. Yo creo que eso es una mala influencia para los niños...». (E.2. m.df. 9)

«Ese programa con César Costa es terrible... imagínese, los hijos le andan consiguiendo las novias a su padre... eso da muy mal ejemplo». (E.2. m.t. 4)

En relación con otras influencias de la televisión en el desarrollo educativo infantil, las opiniones de las madres mexicanas varían considerablemente según el estrato socioeconómico. Concreta-

mente la variación se encuentra directamente vinculada con sus aspiraciones de ascenso social, dentro de las cuales el nivel educativo alcanzado por los hijos y su adecuado tránsito por la escuela es un componente muy importante. Esta situación es más relativa para las madres de estratos socioeconómicos altos, ya que la preservación del «status social» del que gozan depende, más que del buen éxito escolar de los niños, de la diversificación de opciones culturales y de aprendizaje extraescolar que las familias les puedan proporcionar. Cursos extraescolares, diversiones, vacaciones y visitas culturales, forman parte del menú de opciones disponibles para estas madres. Por la misma razón, la televisión es vista en términos más relativos dentro de estas familias, que entre familias de estratos socioeconómicos medios y bajos.

Las siguientes opiniones de madres de tres estratos: bajo, medio y alto, respectivamente, ilustran de manera sintética sus apreciaciones de la influencia educativa de la televisión en sus hijos:

«Yo trabajo mucho para que mis hijos puedan ir a la escuela, los de mi comadre tienen que ayudar y no todos han terminado la primaria... es mucho sacrificio dejarlos estudiar, pero, es la única manera en que pueden tener un mejor trabajo después y saber más que una... Por eso, cuando ven mucha televisión y no hacen la tarea o sacan malas calificaciones yo me enojo mucho, porque, mire, no se vale tanto esfuerzo para que la cochina tele lo eche a perder todo...». (E.1.m.df. 6)

Y, contrariamente, dentro de esa dualidad que entablan las madres con la televisión, otra madre de estrato socioeconómico bajo comentó:

«A veces hay programas buenos, muy instructivos para los niños... no todo lo que pasan es basura. Yo creo que es bueno que vean esos programas y que aprendan...».

¹⁰ OROZCO, Guillermo. *Commercial Television and Children's Education in Mexico*. Tesis de Doctorado. Harvard University, 1988

También de algunas telenovelas se puede aprender mucho, se puede aprender para la vida». (E.1. m.df. 13).

Las siguientes opiniones pertenecen a madres de estrato socioeconómico medio:

«Muchos programas tienen demasiada fantasía, sobre todo esas caricaturas modernas gringas donde gracias a la tecnología se hacen cosas increíbles... pienso que tanta ficción no es buena para los niños, porque se puede atrofiar su capacidad de fantasear y su creatividad». (E.1. m.df. 15).

«A mí no me importa que vean mucha o poca (T.V) mientras no dejen de hacer la tarea o ejercicio... pero lo que sí me preocupa es que una no sabe qué es lo que se les está quedando de todo eso que ven... de repente salen con cada comentario y con cada cosa, que la dejan a una perpleja... y debe ser que lo aprendieron de la tele, ¿de dónde si no?». (E.2. m.df. 8).

Los comentarios siguientes son de madres de estrato socioeconómico alto:

«(...) si la tele fuera de mejor calidad, de más altura no habría problema con que la vieran los niños, pero lo que sucede es que pasan cada programa bobo, como ese de El Chavo del 8, que en lugar de que se estimule la inteligencia de los niños, más bien se aletarga...». (E.2. m.t. 5).

«A mí no me gusta que vean telenovelas, y no por los contenidos precisamente... lo que no me gusta es la lentitud con la que todo transcurre... la vida es más rápida que eso y si uno fuera a hacer como en las telenovelas, pues no avanzaríamos». (E.2. m.g. 7).

El impacto de la televisión y sus fuentes, según las madres

Con base en estas opiniones y otras similares se puede apreciar que lo educativamente problemático de la televisión para los hijos varía desde la competencia que ejerce la televisión frente a las tareas escolares (en tanto medio para alcanzar un mejor status social), hasta la influencia que ella puede ejercer en la creatividad y los ritmos cognoscitivos de los niños (influencia en el desarrollo formal de los televidentes). El problema no es definido de la misma manera. Lo que para unas madres es problemático, como la telenovela, para otras es lo positivo, en tanto que de ellas se puede obtener un aprendizaje significativo para la actuación social.

En los estudios reportados también se puede apreciar que hay una especie de recurrencia entre madres de estratos socioeconómicos medios y bajos a considerar que la causa del impacto o aquello que lo hace posible, está en los propios hijos y su desarrollo, mientras que en familias de estratos más altos, el problema está más con la televisión misma o con algún género televisivo o programa en particular. Así, mientras que para unas lo problemático incluye que los niños no están preparados para ver tanta escenas de violencia, o de suspenso o de sexo, o porque están consolidando sus juicios sobre lo que es bueno o malo, para las otras el problema radica en la mala calidad de la programación o en la falta de programas intelectualmente estimulantes.

A partir de estas apreciaciones es posible sugerir que la causa de los efectos de la televisión, en particular los educativos, es puesta por algunas madres en la televisión, mientras que otras lo hacen en los mismos niños. Hago notar esta diferencia, por considerar que tiene implicaciones para las estrategias televisivas que las madres implementan y para las estrategias de intervención pedagógica de la televidencia infantil desde una perspectiva de Educación para los Medios.

Por ejemplo, quienes ubican el problema en la programación misma, más que en los televidentes, probablemente estarían de acuerdo en que lo que hay que modificar es la televisión, lo cual dificulta el que asuman una responsabilidad directa frente a ella o eventualmente se comprometan con implementar alguna estrategia de educación para la recepción. En cambio, las madres que consideran que el problema está con la etapa de la vida de los niños y jóvenes, quizá sean más proclives a implementar estrategias que busquen fortalecer las destrezas comunicativas y el pensamiento crítico de los miembros de la familia.

Tanto la racionalidad de las intervenciones de las madres, como el diseño de guías para ver televisión o cursos para una televidencia más crítica, requieren asumir explícitamente ambas problemáticas, que se presentan entre la teleaudiencia materna, así como contemplar la dualidad existente frente a la televisión, que se discutió anteriormente. Esto último implicaría para los educadores de los medios valorar más equilibradamente a la televisión en sus aspectos positivos aprovechables y en sus aspectos cuestionables, y sobre todo, plantea la necesidad de conocer cuál es el papel asignado a la televisión en cada familia, para partir de ahí en un esfuerzo tendiente a mejorar la televidencia familiar.

La televidencia de las noticias y las perspectivas de acción que contemplan las madres

Actualmente se consolida la idea entre investigadores de la comunicación, de que el «género es el mensaje»¹¹. Hay distintos géneros preferidos por

los diferentes sectores de la teleaudiencia y, por supuesto, por los diferentes miembros de cada familia.

Las noticias en tanto género no tienen una preferencia alta entre las familias en general, aunque la oferta de programas noticiosos casi en cualquier país, actualmente ascienda a muchas horas diarias de la oferta televisiva cotidiana. Por ejemplo, en una semana normal en la televisión comercial mexicana se transmiten hasta ciento ochenta horas de noticias¹². Por supuesto que una parte considerable de este tiempo de transmisión incluye repeticiones y sobre todo reportajes o simplemente espectáculo; noticias que estrictamente no deberían considerarse como tales, pero que llenan el tiempo de programas noticiosos.

En los noticieros televisivos hay de todo, desde declaraciones, dichos de personajes gubernamentales, que difícilmente son acontecimientos o hechos, hasta «realidades inventadas», cuya existencia sólo es televisiva. Esto hay que asumirlo explícitamente, ya que al hablar del género noticioso se está haciendo referencia a una especie de «super género» televisivo.

No obstante que las noticias por televisión no apasionan a las madres televidentes, en la televidencia familiar está incluido algún tiempo de televidencia noticiosa. A veces, más que televidencia, es una simple «escucha» de las noticias televisivas mientras se realiza alguna otra actividad en el hogar.

Las madres entrevistadas en nuestro estudio sobre recepción de noticias tienen sus opiniones sobre este género televisivo. Para la mayoría, las noti-

¹¹ Cfr. WOLF, Mauro. **Los efectos sociales de los medios**. España: Colección Bosh, Comunicación, 1995 y OROZCO, Guillermo. **El mensaje de la T.V. mexicana en los noventa**. Reporte Ocasional No. 4. México: PROICOM, UIA, 1993.

¹² OROZCO, Guillermo. *La Autonomía relativa de la Audiencia, Implicaciones metodológicas para el análisis de la recepción*. En CERVANTES y Sánchez, (Comp.) **Investigar la comunicación: propuestas latinoamericanas**. Guadalajara: ALAIC-Universidad de Guadalajara, 1994.

cias por televisión tienen poca credibilidad. Esta situación se comentó también en otro estudio de audiencia de noticias por televisión¹³.

Lo que sí es distinto de las madres de nuestro estudio, es que las noticias son percibidas como información relevante para su vida cotidiana y la de sus familias. Cuando se les preguntó si alguna noticia les había impactado recientemente, con dificultad recordaron alguna, lo que hace pensar que prestan poca atención y las noticias vistas no perduran mucho tiempo en su memoria.

Las siguientes frases de madres de la ciudad de Morelia ilustran esta situación:

«Pues mire, la mera verdad, las noticias no dicen mucho nuevo, siempre sacan cosas de los mismos: los políticos. No dicen lo que pasa con la gente...». (E.3. M.mor. 2).

«A veces alguna noticia me llama la atención, como esa de la guerra en Yugoslavia. Pero está tan lejos, más bien pienso que qué bueno que acá no nos ha llegado la guerra». (E.3.m.mor.1).

«Yo más bien escucho las noticias, mi esposo es el que sí las ve, sólo cuando algo me interesa entonces me asomo a la tele, como cuando pasaron la noticia del mexicano que querían electrocutar en la silla eléctrica, entonces sí la vi, porque lo quería conocer, ...pobre, allí solo, lejos de la familia y estos gringos que lo querían matar...». (E.3. m.mor 3).

Al mismo tiempo que las noticias no son un tema central en la televidencia familiar, ni un objeto de

comentarios entre la familia, algunas madres de estratos socioeconómicos medios y altos, tienen la idea de que hay que «estar al tanto» de lo que sucede en el mundo, sobre todo para tener temas de conversación con otras personas.

En el estudio reportado se pudo apreciar también que dentro de un discurso normativo, las madres dicen que ellas recomiendan a sus hijos ver las noticias para que sepan lo que pasa en el país. Por eso, eventualmente hacen recomendaciones para que vean los noticieros. Ahondando en estas recomendaciones, lo que las motiva es más una idea de que en todo caso, las noticias son algo que les puede dejar alguna información importante a los hijos. No obstante que las madres no son asiduas televidentes de noticias, tampoco critican mucho a este género televisivo, como lo hacen con otros, como las caricaturas o los programas con mucha violencia. Sus críticas son generales y por lo regular se dirigen a los conductores de los programas, o en todo caso a la falta de credibilidad. Son críticas que no logran especificar más en relación con la familia, la educación o la vida cotidiana.

La creciente televidencia familiar y sus desafíos para la educación para los Medios del futuro

La televisión como medio de vinculación con el mundo externo desde la intimidad del hogar y la televidencia como actividad familiar para pasar el tiempo libre, adquieren cada día mayor importancia entre la teleaudiencia en general. El papel de las madres, tanto como televidentes ellas mismas, como en tanto interventoras o mediadoras de la televidencia de los niños, está inscrito dentro de una televidencia cada vez más familiar.

La televidencia materna individual a través de la cual las madres se abstraen y escapan a los problemas cotidianos, se encuentra confrontada cada vez más con la creciente televidencia familiar, colectiva.

¹³ SANCHEZ, E., *El público de la prensa: la insoportable levedad de casi no ser*. En LOZANO, J.C. (Editor). *Anuario de investigación de la comunicación*. México: CONEICC, NO.1, 1994

Datos recientes sobre las tendencias de televidencia en los hogares muestran claramente un ascenso en la televidencia familiar. Por ejemplo, en los Estados Unidos, mientras que en 1960 en promedio las familias veían cinco horas diarias, en 1985 la televidencia familiar había aumentado a 7.15 horas¹⁴. Al mismo tiempo se ha incrementado notablemente la vinculación de los miembros de la familia con otras formas relacionadas con la televisión, como los videojuegos y la videocasetera, lo que aumenta en promedio otras dos horas de estar en relación con la pantalla televisiva.

Este fenómeno se advierte también en ciudades como la de México, aunque con otras proporciones, donde según un estudio sobre el consumo cultural, la televisión es el medio que concentra la mayor atención de las familias en comparación con la prensa escrita o la radio, o en comparación con otros tipos de consumo cultural, como ir a museos, parques o simplemente ir al cine¹⁵. Ver televisión es, de facto, la manera en que mayoritariamente se pasa el tiempo libre.

Según una encuesta reciente, la televidencia familiar en el Distrito Federal alcanza las siete horas diarias en contraste con la lectura de periódicos, que a lo sumo alcanza media hora en la mayoría del tercio de la audiencia que dice leer cotidianamente algún diario¹⁶.

La creciente presencia de la televisión en la vida cotidiana, sin embargo, no es la misma para todos los miembros de la teleaudiencia. Varía según

distintos criterios de segmentación, ya sea por edad, clase social, lugar de residencia o género. Los niños y los viejos constituyen el sector de la teleaudiencia que más horas diarias ve televisión. En áreas urbanas y en particular en el D.F., las horas de televidencia aumentan en comparación con zonas de menor densidad de población o sectores rurales.

Los horarios de ver televisión varían también según el sector de que se trate. Variaciones, sobre todo, por edad y género. Por ejemplo, los niños tienden a ver televisión en las horas de la tarde y en las primeras de la noche, al igual que las madres, que además ven algo de la programación de las mañanas. El horario para ver televisión de los hombres adultos transcurre preferentemente durante las horas de la noche o los fines de semana por las tardes¹⁷.

Se aprecia, sin embargo, que a pesar de la diferenciada televidencia de los miembros de la familia, hay horas de «convergencia televisiva», en la que todos colectivamente disfrutan de algún programa. Esto sucede más en las primeras horas de la noche o durante los fines de semana.

Hacia un reglamento televisivo

Ver televisión en familia es un acontecimiento cada vez más frecuente para la mayoría de la teleaudiencia, con excepciones sobre todo entre teleaudiencias pertenecientes a estratos socioeconómicos medios-altos y altos, donde la televidencia individual, propiciada por la existencia de varios televisores en los hogares, y otras videotecnologías, a su vez propicia una mayor diversificación de interacciones televisivas de los diversos miembros de la familia.

¹⁴ REYNA, Jorge. *Divergence amid convergence: The evolving information environment of the home*. Crossroads on the Information Highway. Institute for Information Studies. Annual Review, 1995.

¹⁵ GARCÍA CANCLINI, Néstor. (Coord.). *El consumo cultural en México*. México: CNCA, Seminario de Estudios de la Cultura, 1993.

¹⁶ Periódico *Reforma*. *La televisión: un mundo cultural cuasiúnico*. Encuesta realizada por Luis Enrique López. México: Febrero de 1995.

¹⁷ OROZCO, Guillermo. Op.Cit. ,1988.

En este contexto, de creciente televidencia familiar, «televidencia ampliada» (no necesariamente diversificada) por la mayor oferta televisiva y de un fenómeno creciente de «monoconsumo cultural» alrededor de la televisión, lo que advertimos actualmente entre familias mexicanas es un relajamiento de las preocupaciones que anteriormente fueron importantes con respecto a la televisión en el hogar y en particular con respecto a la televidencia infantil.

Cada vez hay menos intentos de control de la televisión *per se*. El intento materno por controlar la televisión y la televidencia de los niños se enfoca más que en lo que puede hacer la televisión a los niños, en lo que ésta de hecho causa a la interacción madres e hijos y en concreto a su rol de autoridad frente a ellos.

Esto es también el punto de conflicto entre la televisión y los maestros en la escuela. Si bien se expresa en condenas a la trivialidad de la televisión, en el fondo, lo que importa y subleva a los docentes de ella es esta competencia, que ellos perciben como desleal a su autoridad, su profesión y sus esfuerzos por estimular en el aula el aprendizaje que ellos consideran adecuado en los niños.

No obstante, no son los maestros los que tienen que «lidar» en primera instancia o directamente con el desafío televisivo frente a los niños. Son las madres de familia las que asumen la mediación cotidiana directa entre el deber ser, el deber hacer de los miembros de la familia y la «tentación» televisiva.

Si bien ninguna estrategia de educación para los medios debe enfocarse sólo a un sector, en este caso, a la escuela o a la familia, sino abarcar al menos estos dos integradamente, con base en los estudios reportados quiero sugerir que es desde la familia y especialmente con las madres, con las primeras que hay que trabajar. Un trabajo que se antoja más contextual que textual. Es decir, menos enfocado en la televisión y su programa-

ción, y más enfocado en el rol materno en el hogar, en confrontación con ella.

Lo anterior no significa abandonar a la televisión como objeto del análisis, sino fortalecer la atención a la madre como mediadora de múltiples interacciones en el hogar, una de las cuales es con la televisión. El trabajo con las madres de familia se advierte como el punto de partida para una televidencia familiar más provechosa para todos, más crítica quizá, más autónoma, pero sobre todo más libre de otras presiones y funciones maternas.

Comentario Final

De los estudios empíricos analizados en estas páginas, así como de otros referidos de la literatura existente, queda claro que las madres de familia tienen una vinculación ambigua con la televisión, podría decirse que la condenan y la aman, la prohíben y la invitan al mismo tiempo. La explicación ante esta ambivalencia puede encontrarse precisamente en el rol de maternaje. Así la televisión incide de múltiples maneras; confrontando y compitiendo con el rol materno, pero a la vez seduciendo y ofreciendo opciones a la madre en la propia asunción de su rol. En última instancia, la interacción televisión-madres, si bien ambigua, a veces hasta contradictoria, tiende a ser siempre múltiple. Y es justo en esa multiplicidad necesaria en donde debe entenderse el papel de la televisión y el de la misma madre como educadora, a la vez que es ahí, en una multiplicidad de posibilidades donde radica el potencial para una transformación de la televidencia familiar.

Bibliografía

FUENZALIDA, Valerio. Ponencia presentada en el Primer Congreso Internacional sobre Violencia y Medios Masivos de Comunicación. San Juan de Puerto Rico. Octubre de 1994 (Mimeo)

- GARCIA CANCLINI, Néstor (Coord). **El Consumo Cultural en México**. México: CNCA, Seminario de Estudios de la Cultura, 1993.
- MARTIN BARBERO, Jesús. **De las mediaciones a las prácticas**. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales No. 1. México: PROICOM. DIP. UIA, 1990.
- OROZCO, Guillermo. **Commercial Television and Children's Education in Mexico**. (Tesis de Doctorado) Harvard University, 1988
- OROZCO, Guillermo. **Familia, T.V. y educación en México**. Cuadernos del PROICOM No. 4. México: DIP. UIA, 1992.
- OROZCO, Guillermo. **El mensaje de la T.V. mexicana en los noventas**. Reporte Ocasional No. 4. México: PROICOM. Universidad Iberoamericana, 1993.
- OROZCO, Guillermo. **News of the World. The reception of T.V. News in the Mexican Context**. Ponencia a presentada en la Reunión Internacional de ICA. Albuquerque. New México. Mayo, 1995.
- Periódico **REFORMA**. *La T.V.: un mundo cultural cuasiúnico*. Encuesta realizada por Luis Enrique López. México, D.F., Febrero, 1995.
- RENERO, Martha. **La mediación familiar en la construcción de la audiencia**. Cuadernos del PROICOM. No. 4. México: DIP. UIA., 1992.
- RENERO, Martha. *De géneros televisivos y usos familiares*. Revista **Comunicación y Sociedad** No. 14 y 15. CEIC. Universidad de Guadalajara. México, 1993.
- REYNA, Jorge. **Divergence amid convergence: the evolving information environment of the home**. Crossroads on the Information Highway. Institute for Information Studies. Annual Review. USA.
- WOLF, Mauro. **Los efectos sociales de los medios**. Colección Bosh, Comunicación. Barcelona: Paidós, 1995.

