

# Usos y Consumo de la televisión en el proceso de politización.

Rafael Ahumada.

Cita:

Rafael Ahumada (2007). *Usos y Consumo de la televisión en el proceso de politización*. XXVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología, Guadalajara.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-066/296>

# USO Y CONSUMO DE LA TELEVISIÓN EN EL PROCESO DE POLITIZACIÓN

Por Dr. Rafael Ahumada

FES, Aragón, UNAM

Contenido:

- I. Introducción
- II. Contextos de la recepción televisiva
- III. Uso y consumo de la T.V.
- IV. Percepción de la vida política
- V. Conclusiones

*Uso y consumo de la televisión en el proceso de politización*

Por Dr. Rafael Ahumada B.

**I. Introducción.**

Para poder aproximarnos al conocimiento de cual es la contribución que tiene la televisión en el proceso de politización o en la visión que los individuos se forman sobre la vida política del país, se hizo necesario entrevistar a un grupo de 18 sujetos cuyos perfiles socio – demográficos fueran diferentes entre sí. De tal suerte que se eligieron sujetos con diferente nivel de escolaridad, edad, sexo, ocupación y nivel socio – económico.

Grupo	Sexo			Nivel socio - económico			
	Masculino	Femenino	Total	Bajo	Medio	Medio – alto	total
Adolescentes	3	3	6	2	2	2	6
Jóvenes	3	3	6	1	2	3	6
Adultos							
Adultos	2	4	6	3	1	2	6
Total	8	10	18	6	5	7	18

El tipo de entrevista fue a profundidad y semiestructurada, es decir se realizaron en forma de historias vitales. Se intentó conocer la influencia de la televisión no en el corto plazo; sino en el largo plazo, no de algún o algunos programas o canales en particular; sino del sistema televisivo en general. El análisis de las entrevistas fue de tipo – cualitativo.

Con el fin de poder establecer el uso y consumo que el grupo de personas estudiadas hace del medio televisivo y confrontarlo con las mediaciones que los sujetos tienen con otras instituciones (familia, grupo de amigos, iglesia, escuela, etcétera) y encontrar similitudes y diferencias que nos conduzcan a establecer la intervención de la televisión en la construcción que de la realidad social hace el televidente, se requirió formular un planteamiento metodológico.

Una de las preocupaciones recientes sobre los estudios de la comunicación se asocia con planteamientos para operacionalizar los distintos momentos de la recepción. Se ha reconocido la importancia de los diferentes ámbitos en donde se resignifican los mensajes

de las distintas mediaciones para lograr una explicación plausible al respecto<sup>1</sup>. con esa preocupación como antecedente se ha resaltado el contexto cultural como escenario de mayor influencia, porque es donde se negocian gran cantidad de significados provenientes de los medios de comunicación masivos como la televisión. Sin embargo, existe una dificultad metodológica para vincular el micro contexto con el macro contexto y así pareciera que las investigaciones cualitativas se olvidan de lo macro. La relación entre contextos macro – micro ha sido fuente de tensión y de trabajos de revisión diversos.

Por lo tanto, en las investigaciones sobre la recepción mediáticas, se tiene que considerar la interconexión entre el medio, en este caso la televisión, la cultura y el entorno directo del sujeto receptor. Con el crecimiento de las estrategias de una significación de ideas, esta discusión seguramente se irá incrementando. Aunado a ello el crecimiento de las posibilidades de recepción de señal televisiva provocará nuevas reflexiones.

Por lo general, para medir el uso y consumo que se hace de la televisión, se suele utilizar un método “mono – causal” que refleja la visión del estímulo – respuesta. Creemos que es necesario tomar una postura que no parcialice el proceso a estudiar y abriremos a un campo más diverso que nos ofrezca la posibilidad de analizar el uso y consumo que se hace de la televisión, desde una perspectiva multifactorial, como pensamos que se da el proceso a estudiar. No basta una encuesta que oriente las respuestas de los entrevistados y restrinja las posibilidades de cualificar las tendencias de las respuestas, por ello, se realizaron entrevistas abiertas y semi – estructuradas, porque éstas ofrecen la posibilidad de analizar cualitativamente y no sólo cuantitativamente el proceso a estudiar. Esto plantea que se presenten las entrevistas como relatorías que permiten la correspondencia entre la formación social y el uso y consumo que han hecho los entrevistados de la televisión.

## **II. Contextos de la recepción televisiva.**

Antes de pasar al análisis e interpretación de las entrevistas es necesario contextualizar a los entrevistados, para comprender mejor las condiciones en que se han desarrollado como televidentes.

Tarea no fácil, pues tenemos en primera instancia que el contexto global o general en el que se ha dado la recepción de los mensajes televisivos no es único ni homogéneo, el contexto

---

<sup>1</sup> Guillermo Orozco Gómez, la investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa, México, Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, A. C. julio de 1997.

sociopolítico y económico ha ido cambiando, las visiones y percepciones del mundo se ha ido moviendo conforme las estructuras político – administrativas y morales se han modificado, el contexto de hoy no es el mismo del de hace cuatro o cinco décadas. Por lo tanto y para efectos metodológicos tratamos de ubicar el asunto en dos contextos generalizados que podríamos definir como el contexto “estatal” (hasta 1982) y el “neoliberal” (a partir de 1982); el primero, tomando en cuenta que la televisión hace su aparición en la mitad del siglo pasado, se destaca por un régimen político dominado por un solo partido que consignaba los ideales de la revolución mexicana, que intentaba la solidificación de la vida institucional y la modernización del país. Es el Estado quien dirige el desarrollo político, económico, social y cultural; norma, regula y participa en el crecimiento industrial, educativo, cultural en general por el bienestar social. Pero es a la vez un régimen autoritario, represor y paternalista. Es en esta etapa que se da un crecimiento de la clase media y el proceso de urbanización de la vida. México como país capitalista dependiente de los Estados Unidos, principalmente, intenta configurar un modelo de desarrollo que semeje a dicho país.

Esta situación de ser el Estado el que dirigiera el desarrollo industrial y económico del país permite un vínculo entre Estado y el Capital; es decir, los gobernantes con los dueños del capital, se establecieron como una elite hegemónica del poder instituido, por lo cual los que desarrollan la industria televisiva en México, tenían intereses comunes con los gobiernos – al igual que los otros medios, prensa, radio cine –.

Sin embargo, el esquema de Estado bienestar, intervencionista y autoritario no logró que el crecimiento fuera equitativo y no logró disminuir el impacto de la crisis social y política que la desigualdad del crecimiento económico había traído consigo. Un ejemplo de esta crisis es el movimiento estudiantil de 1968; las relaciones Estado – Sociedad estaban cayendo en un nivel de entropía, el Estado se alejaba cada vez más de la base social. Esto como efecto del crecimiento económico del país, que junto al poder autoritario del partido gobernante, habían tendido a homogeneizar la creciente clase media urbana.

Homogeneización fomentada por el desarrollo de las fuerzas productivas, el consumo a gran escala y caracterizada por un tipo de estabilidad sustituto del orden social, en el que la capacidad de cambio por parte del estado se había perdido.

La significación de la crisis de 1968 para el desarrollo político subsiguiente se debió en gran medida a la naturaleza de la legitimidad política del sistema y a los mecanismos que debería usar para estrechar sus vínculos con la sociedad civil sin arriesgar el control del poder político por parte del partido gobernante.

Durante el sexenio 1976 – 1982 la liberación iniciada por la reforma política de 1977 incrementó el número y la diversidad ideológica de los partidos políticos oficialmente inscritos que participaron en el proceso electoral. También alteró las reglas en las elecciones, aumentó la representación de los partidos opositores en la Cámara de Diputados y amplió el acceso de estos partidos a los medios de difusión.

De esta manera el discurso oficial del Estado en relación al ejercicio de la democracia varió y se autodefinía como democrático y abierto a la crítica, ya que promovía la participación plural de los grupos políticos a nivel nacional. El Estado se mostraba entonces, aparentemente menos autoritario y más abierto al diálogo. Esto era una consecuencia de la crisis política iniciada en 1968 y evidenciada en las represiones de ese mismo año y de 1971.

Después de 1982, el Estado benefactor empezó su declive. El “milagro mexicano” fue cada vez más criticado desde la década de los setenta, cuando la tasa de crecimiento económico se desaceleró y empeoraron diversos problemas socioeconómicos (desigualdades regionales y de ingresos, desempleo y subempleo, inflación y endeudamiento externo). La gravedad de estos problemas y el surgimiento de movimientos guerrilleros rurales y urbanos a principios de esa década condujeron a algunos observadores a la conclusión de que el régimen autoritario mexicano estaba en crisis y se avecinaba su decadencia.

El súbito colapso del “boom” petrolero en 1982 produjo una drástica inversión de las expectativas populares y suscitó nuevas preocupaciones acerca de la estabilidad política d México.

Por lo que surgió la adopción de un nuevo modelo económico y una modificación en el discurso tendiente a la “democratización de la economía y la participación social en el ámbito político”<sup>2</sup>. Discurso apoyado desde inicios de la década de los ochenta por los

---

<sup>2</sup> Cfr. De la Madrid Hurtado, Miguel, 100 tesis sobre México; y Secretaría de la Contraloría de la Federación, la renovación moral en México, 1982 – 1988, Fondo de Cultura Económica, México, 1988.

medios de comunicación colectiva y, sobre todo, por el sistema oficial consolidado en ese periodo.

Es aquí donde terminaría el primer contexto y comenzaría el segundo contexto al que aludía al principio de este apartado. La nueva tendencia política económica está inspirada en el llamado neoliberalismo neoconservadurismo, basado en tesis ofertistas y monetaristas que dan mayor fuerza a las leyes del mercado más que al control del Estado sobre la economía.

El gobierno de Miguel de la Madrid ya dejaba ver tesis neoliberales: enfatizó la expropiación política de que era objeto la sociedad civil por parte del Estado, al mismo tiempo daba una caracterización muy particular de sociedad civil: individualismo, propiedad privada, la familia como célula de la sociedad, igualdad para todos en el trabajo intensivo y constante; la autoconfianza en las fuerzas de cada quien y, por supuesto, el rechazo a las formas burocráticas y corruptas del ejercicio del poder y al crecimiento desmedido de la burocracia estatal caracterizada como parásito social de muy alto costo.

El punto central de la propuesta neoliberal ha sido dar privilegios a la sociedad civil – en concepción – sobre el Estado, y de aquí la privatización de la economía, la flexibilidad en el mercado – enfáticamente en el mercado de la fuerza de trabajo – y la menor intervención, por lo tanto, del Estado sobre la sociedad y particularmente sobre la economía – vieja lucha del liberalismo económico -. Esto es, un Estado delgado, pero fuerte, garante más que gerente de la estabilidad interna y de la seguridad nacional, subordinado, en suma, a los intereses del gran capital nacional y foráneo. El gobierno mexicano implementó medidas neoliberales bajo la presión de los organismos financieros internacionales (BID, FMI y BM) en sus necesidades de financiamiento.

Lo esbozado entonces marca los dos contextos generalizados uno que va de los cincuenta a los ochenta caracterizado por un régimen de Estado benefactor y el segundo de los ochenta a nuestros días llamado régimen neoliberal.

Algunos de nuestros entrevistados han transitado por estos contextos y otros – los más jóvenes – pertenecen sólo al contexto neoliberal. A estos macro contextos se yuxtaponen los micro contextos propios de cada entrevistado, micro contextos particulares e irrepetibles que caracterizan el entorno social que ha prevalecido en la historia de vida de cada uno de los entrevistados. Con estas consideraciones analizaremos el resultado de las entrevistas.

### **III. Uso y consumo de la televisión.**

Los entrevistados en general son asiduos consumidores de televisión, un promedio dice verla dos horas y media; entre más jóvenes son, mayor consumo de televisión. Sin embargo, esto no es del todo confiable, pues dicen ver en promedio cuatro programas diariamente, incluyendo películas, la transmisión de algunos juegos deportivos (fútbol, box, básquetbol, etc.) y estas emisiones duran dos horas, por lo que el tiempo de exposición al medio es mayor al reconocido por los informantes. Cabe señalar que los fines de semana se incrementa el tiempo de exposición al medio televisivo por parte de la mayoría de los entrevistados.

La totalidad de los informantes que pertenecen a la clase media y media alta, tienen servicios de televisión de paga, lo que implica que tienen una oferta mayor de canales televisivos, no así los pertenecientes a la clase popular, quienes solo tienen acceso a la televisión abierta. Sin embargo, aún los que tienen televisión de paga ven en un alto porcentaje los canales de televisión abierta en comparación con la gran oferta televisiva que representa la televisión restringida.

Del total de entrevistados la gran mayoría tiene más de un televisor, tienen entre dos y cinco televisores, para un núcleo familiar de cuatro habitantes en promedio. Hay casos en que existe un televisor por persona. Se encuentran ubicados en las recámaras y en algún área común, ya sea la sala o el comedor. Esto hace que en buena medida sean consumidores solitarios de la programación televisiva; pues es más frecuente que vean la televisión solos que en familia, ya que al no ponerse de acuerdo en qué ver, cada miembro de la familia opta por verla sola o por no coincidir en los horarios es difícil que la televisión reúna a la familia; cuando esto llega a ser posible es para ver alguna película. Lo que queda al descubierto es el hecho que, aún dentro de una misma familia, la diversidad de gustos y preferencias televisivas es significativa.

Casi la totalidad de los informantes consideran a la televisión como un instrumento de distracción, de entretenimiento básicamente y como un medio gratificante que les causa goce, inclusive es mayor el disfrute cuando ven la televisión solos que con su familia. Destacan que exista una gran oferta televisiva; pero a la vez se quejan de que en la televisión haya mucha vulgaridad, violencia y agresividad; piensan que la televisión no inculca buenos valores ni orienta a la población.



En un segundo término catalogan a la televisión como un medio de información, a mayor edad más exposición a programas noticiosos, cuando más jóvenes ven los noticiarios porque es lo que ven los papás.

Otro aspecto a resaltar es que entre los informantes tenemos a quienes se iniciaron como televidentes ya avanzada su infancia o entrados en la adolescencia y los más jóvenes que desde que tienen uso de razón han tenido una interacción con la televisión. Sobre los primeros, a pesar de ser televidentes tardíos, son asiduos y constantes seguidores de la programación televisiva. Califican a la televisión de antes (cincuentas, sesentas) como más ingenua, sana y menos nociva. Ellos se definen como televidentes más tolerantes y obedientes, ya que según lo comentan, de niños tuvieron acceso restringido y controlado a la televisión por parte de sus mayores; en cambio ahora ellos no pueden restringir ni controlar con facilidad la forma en que sus hijos ven la televisión. A decir de algunos de los informantes el que sus padres hayan sido autoritarios con el consumo de la televisión les provocaba frustración y los hacía sentirse fuera de contexto con sus amigos y compañeros de escuela, al no ver los programas que veían ellos. La televisión sirve de mediador entre las relaciones e interacciones sociales. Tenían que ver lo que veían los demás para tener afinidad con el grupo social al que pertenecían.

En cuanto a los patrones de consumo, empiezan con caricaturas, deportes y musicales. Posteriormente se van agregando otro tipo de emisiones como series, telenovelas y películas. A decir de los entrevistados a sus gustos televisivos de cuando eran niños, después de jóvenes, ahora se suman los documentales y los noticiarios. En general los informantes sienten nostalgia por la televisión que veían cuando niños. Dicen que era más inocente, pero con historias interesantes, con mensajes, incluyendo las telenovelas. A la televisión de hoy la califican de vulgar, violenta y amarillista, refiriéndose a las telenovelas, los talkshow, los reality show y noticiarios.

Al uso de la televisión como medio de entretenimiento, conforme avanza la edad buscan información y orientación en aspectos de salud y situaciones sociales como relación de padres e hijos, problemas emocionales y psicológicos, etc.

Al parecer les gusta menos la televisión actual que la de antes (la T. V. de los años 50's, 60's, 70's y 80's). En general consideran que los propósitos de la televisión son los mismos desde siempre, no han cambiado: agradar al televidente y captar la atención de la gente. Ya

sea con programas cada vez más audaces en cuanto a su contenido y estructura, así como con el avance tecnológico en sus producciones. Lo que sí dicen que ha cambiado son sus gustos y preferencias televisivas.

Consideran que el ser de la televisión es en primer orden entretener, divertir y en segundo plano informar y orientar; pero estiman que su nivel de permisibilidad no tiene límites, pues abusan del erotismo, la vulgaridad, el sensacionalismo, la violencia y el amarillismo. El deber lo relacionan con la veracidad y con el inculcar valores positivos y la promoción de la familia. Contar historias con mensajes edificantes y brindar una diversión sana.

En todos los casos una de las formas más recurrentes de pasar el tiempo libre es viendo televisión, la utilizan para entretenerse, como una forma de romper el tedio, de hecho la televisión ocupa un espacio importante en su vida diaria, ya que se equipara a otras actividades sociales como, en el caso de los jóvenes jugar o convivir con sus amigos, los videojuegos, visitar a la novia. En el caso de las mujeres, hacer manualidades, leer, visitar amigas, etc.

También la televisión les informa, sobre este aspecto cabe resaltar que la T. V. es su principal casi única fuente de información, pues no leen periódicos, ni revistas, de hecho la lectura no ocupa un espacio en su tiempo libre y lo que llegan a leer en cuanto a revistas no tienen relación con el ámbito de las noticias; por otro lado, la radio la escuchan más o menos el mismo tiempo que ven televisión; pero les gusta oír estaciones musicales, más que programas hablados y los programas hablados que escuchan tampoco tienen relación con el ámbito noticioso.

En el renglón T. V. – familia pudimos observar que más que unir a la familia la televisión dispersa a los miembros de la familia, aislándolos, haciendo que cada miembro se retraiga a su recámara para ver la televisión porque no coinciden sus gustos y preferencias televisivas. Este fenómeno se da, por una parte por la posibilidad que tienen las familias promedio en poseer más de un aparato televisor, y por otra por el aumento de la oferta programática que ofrecen los sistemas de televisión de paga. Así constatamos el significado especial que tiene la televisión en la familia que por lo regular en las casas de los entrevistados existe un aparato en cada recámara, y otros en áreas comunes como son la sala y el comedor; aún más, en algunos casos la televisión tiene su espacio propio: “estudio” o “cuarto de tele”.

Pero también es causa de conflicto cuando sólo se tiene un aparato para toda la familia, pues no hay acuerdos sobre qué ver. Finalmente ver la televisión obedece a obtener alguna gratificación, algún disfrute.

Alrededor del televisor se dan otro tipo de interacciones familiares como el de autoridad: quién decide o impone qué ver. En otros momentos es motivo de negociación. “Si haces la tarea puedes ver la televisión”, “ese tipo de programas no los vas a ver”, etc. Así el ver televisión forma parte de la cotidianidad familiar, ciertos horarios y programas son del gusto de la familia, se convierte en un rito familiar el ver la televisión y forma parte de las costumbres en la convivencia familiar.

El uso y consumo de la televisión se convierte en un elemento que media las relaciones sociales, ya que hay que ver ciertos programas para conocerlos y tener tema de conversación y hay que ver lo que el grupo social en el que se está inmerso ve como un rasgo que nos identifica y nos hace comunes.

En cuanto al consumo pudimos observar que sí hay una gran diversidad en cuanto a la sintonía; mientras que unos cuentan con sistemas de televisión de paga y tienen más opciones de canales, otros sólo tienen un televisor y la señal de televisión abierta, por lo que sus opciones disminuyen; no obstante los patrones de consumo si están más delineados. En el caso de los jóvenes buscan más los canales de videos musicales, los hombres los deportes y según ambos sexos, los documentales y las películas y como resabio de su niñez las caricaturas.

Conforme avanzan en la edad se interesan por las películas y los programas que tratan temas dinámicos sobre la familia, basados en hechos de la vida real. Los programas de noticias y algunos de orientación.

En relación al tiempo de exposición al medio, aún cuando dicen que ven de 1 a 3 horas diarias, es un tiempo estimado por los entrevistados, sin un cálculo exacto, pues hay programas que no sólo duran ese tiempo (un partido de fútbol o la transmisión de una película), por lo que si ven de 2 a cuatro programas diarios, en el transcurso del día tenemos más de cuatro horas diarias.

El fin de semana aumenta el tiempo dedicado a ver televisión, a pesar de que se tiene más tiempo para realizar otras actividades que no se pueden hacer entre semana, pero vemos

que no hay condiciones en la mayoría de los entrevistados de diversificar sus formas de entretenimiento.

Entre las pocas coincidencias que se pueden detectar en las entrevistas está el que los programas sobre política no les agradan, sólo se interesan por los noticieros y eso, a decir de los propios entrevistados, porque pasan la información y no queda más que oírla.

Con este eje de análisis se quiere conocer qué le informa y cómo le informa la televisión a los sujetos, cuáles son los programas que consideran les informan, sobre qué les informa, qué tipo de información es la que les interesa a los sujetos y determinar el nivel de credibilidad que le dan los sujetos al medio televisivo.

Al respecto diremos que en un primer momento relacionan los programas que informan con los noticiarios, pero cuando se les pregunta sobre qué información buscan en la televisión, refieren programas de corte documental y ya no periodístico.

Como ya mencionamos antes, la televisión es su principal fuente de información sobre la realidad social y la información que les proporciona es diversa, pues lo mismo les informa de política que de deportes, ciencia, tecnología, historia, en general información calificada de cultural; pero también les informa sobre salud, problemas sociales, relaciones humanas, etc.

Este aspecto de la credibilidad al medio televisivo tiene sus matices; mientras que a la información noticiosa en general y la política en particular la califican de no muy confiable y que es transmitida con una alta dosis de sensacionalismo, por lo que no creen del todo en su veracidad. Estas ideas prevalecen aún cuando en términos generales, a la televisión es al medio que más credibilidad le otorgan en relación a los demás medios (prensa, revistas y radio). Consideran que la credibilidad a la televisión se debe a la imagen, lo que ven, lo que les muestran lo consideran como prueba fehaciente de los hechos. Por otro lado la información en relación a los rubros de ciencia, tecnología, actividades culturales, sobre salud, orientación en problemas sociales, relaciones humanas, etc., es calificada positivamente y la consideran buena.

Dentro de la diversidad de información que encuentran en la televisión aquí se agrega el rubro denominado “problemas sociales” que incluye aspectos como: pobreza, violencia intrafamiliar, problemas de salud pública, derechos humanos y orientación en problemas psicológicos, emocionales, enfermedades, superación personal, etc.

En lo que respecta al rubro de la credibilidad al medio televisivo encontramos que los entrevistados tienen una percepción de que el medio suele ser engañoso, que el contenido de sus programas tienen una buena dosis de fantasía y en otros casos los hechos son presentados desde el punto de vista del reportero o comentarista y se trata de información alterada. Hay cierto tipo de información como la de los documentales de ciencia, historia, tecnología y la de mesas de análisis cuya confiabilidad a la información es mayor que, por ejemplo, la de los noticieros. En las entrevistas se pudieron notar ciertos matices críticos, pues se muestra que en ocasiones están en desacuerdo o dudan de la información de la televisión; sin embargo, como se vio anteriormente, la televisión es su principal y en ocasiones su única fuente de información y aún cuando los sujetos si realizan un proceso de comparación, confrontación e interpretación de la información y el contenido de los mensajes televisivos; la televisión termina por imponerles ciertas representaciones de la vida social porque su marco referencial en buena medida es la misma televisión. Al no contar con un amplio espectro de referencia con que contrastar las visiones de la realidad social su análisis es limitado.

En cuanto a la relación que existe entre la televisión y la realidad los informantes la plantean de la siguiente manera; sí consideran que la televisión se relaciona con la realidad en tanto que es la realidad (los hechos, las situaciones, los eventos que suceden en los distintos ámbitos de la vida política, social, cultural, artística, etc) la fuente de información de la televisión; sin embargo, esto no significa que los entrevistados, como ya vimos en el apartado anterior, consideren que la televisión refleje fielmente la realidad. Establecen que los casos y hechos que suceden en la realidad son tomados tanto para los programas noticiosos, como temáticas para programas escenificados (telenovelas, series, talk shows, etc.); pero la televisión altera o recompone esa realidad captada, consideran que en ocasiones la exponen de manera exagerada. Como vemos sí reconocen que los temas, asuntos, hechos, en fin lo que conforma el contenido de las emisiones televisivas pertenece a la realidad; aunque manifiesten estar conscientes de que la televisión maneja sus contenidos entre la realidad, la ficción y la fantasía, esto refuerza lo del punto anterior en donde se expuso que a pesar de que la televisión es, a su parecer, el medio más creíble porque maneja la imagen, no está exenta de manipular los hechos, los datos y dar información sesgada, parcial y presentar la información de manera espectacular y

sensacionalista, pues reconocen también que el propósito de la televisión es intentar captar al mayor número de televidentes.

Otro punto a destacar es el hecho de que los informantes aceptan que la televisión les ha ofrecido información o hechos, acontecimientos, situaciones que no conocían; bien, ya sea porque no las han vivido, porque son cosas que están fuera de su cotidianidad o están alejadas de su realidad inmediata. Por ejemplo: la realidad del divorcio, del SIDA, el genoma humano, etc. Son ámbitos de la realidad social que la televisión les presenta. Podemos decir que la televisión les da a conocer diferentes niveles de realidad o realidades; una realidad inmediata (divorcio, SIDA, feminicidios, violación, etc.); una realidad ajena (biología, genoma, apareamiento de ballenas, etc.) y una realidad lejana, hechos ocurridos en el interior de la república, en otras latitudes del continente o en otros continentes (las mujeres asesinadas de Juárez, atentados a las torres gemelas en E. U. o la guerra en Irak).

Lo que se puede inferir de lo anterior es que la televisión tiene un impacto mayor cuando presenta situaciones o hechos que no pueden ser presenciados o experimentados por los sujetos, la interacción que se da entre la realidad mediática y la realidad cotidiana no siempre ésta última le da referentes al sujeto para interpretar a la realidad mediática. Así pues, la televisión le puede presentar realidades a las que no tiene acceso el sujeto porque no son de su entorno psico – social o por se realidades del pasado. También pueden ser realidades indeseables o anheladas por el sujeto. En fin, la realidad mediática suele ser diversificada y diferenciada.

Cuando intentamos conocer si la televisión ha podido cambiar alguna idea o creencia que tenían los entrevistados; esto para establecer el grado de relación que existe entre los saberes de los sujetos y los contenidos televisivos; las respuestas de los informantes variaron, algunos afirmaron categóricamente que la televisión no contribuye a cambiar sus convicciones, ideas o creencias, no aceptan que la televisión las influya en su manera de pensar; mientras que otros aceptan que a veces sí, que la televisión puede contribuir a cambiar el concepto o imagen que tenían sobre algo. Sobre todo cuando su referente no tiene bases empíricas y la información televisiva se presenta con más fundamento, eso hace a la televisión convincente. En este renglón se da una situación contradictoria, por un lado aceptan que la televisión les da a conocer cosas que no conocen, que no han vivido y que pueden aprender de la televisión, pero ésta no puede cambiar su visión, opinión o manera

de pensar. Curiosamente esta idea la enfatizaron los entrevistados adultos, pareciera ser que tienen arraigada la idea de que es un signo de debilidad, de ignorancia el que la televisión influya o se deje el sujeto influir, esa resistencia a ser influido por la televisión nos habla de que el sujeto dentro de sus saberes ha desarrollado un concepto de televisión como un medio “enajenante” y ese concepto permea en el reconocimiento que se hace el individuo como televidente, hay una tendencia a presentarse como un televidente “inteligente”.

Lo que las entrevistas arrojaron sobre lo falso y lo verdadero en la televisión es interesante, pues en la mayoría de los casos coinciden en el hecho de que es a través de la confrontación de lo expuesto en la televisión con lo que ya conocen, saben o creen, así como con la información de otros medios (prensa, radio, internet, inclusive algún amigo o familiar), como pueden distinguir lo falso de lo verdadero. Aunque para algunos esto puede dificultarse – reconocer lo falso de lo verdadero – cuando se presentan imágenes sobre algún hecho puesto que es la imagen lo que le da la elocuencia, la obviedad, la credibilidad a la televisión, cómo no creer en lo que se ve. Para ellos – los informantes – la confiabilidad del medio está en la imagen. Pero a pesar de ello, si hay conciencia en que la televisión pretende hacer creer cosas como verdaderas, cuando no lo son del todo. Es el conocimiento, la experiencia cultural la que permite al sujeto determinar lo falso de lo verdadero en televisión.

Los informantes nos dejaron ver que hay un nivel de confrontación entre lo visto y oído en la televisión con sus saberes y conocimientos adquiridos a lo largo de su vida. Nuevamente aparece la idea de que la imagen es el elemento a través del cual se representa la realidad y es la imagen la que hace el vínculo entre la realidad y la televisión; aunque consideran que la televisión presenta la realidad parcial y exagerada. Se destaca también, que perciben en los contenidos de la televisión la ocasión para conocer nuevas realidades o cosas nuevas que no han vivido o experimentado; pero además le otorgan un matiz aleccionador a las situaciones, sucesos y hechos basados en la vida real que presenta la televisión, es decir, consideran que se puede aprender de la televisión. Aunque en términos generales consideran ficción a la televisión.

Finalmente, lo que se detectó en las entrevistas fue lo siguiente; la contribución de la televisión en la representación de la realidad se da en que es a través de este medio que

conocen los hechos políticos, relacionan hechos y situaciones de otras personas con su forma de vida y sirve de referente de lo que sucede en México y el mundo.

Como se puede observar, la televisión, en estos casos presentados, es la única fuente a partir de la cual se forman ideas y representaciones mentales sobre el acontecer político. Aún cuando lo que conocen sobre la política del país lo comentan con otras personas, el primer referente que es la T. V. como fuente original de la información sirve de parámetro para normar su criterio. Asimismo, las historias que presenta la televisión sobre situaciones y condiciones en las que viven otros, sirve como referente a su forma de vida y con ello reafirman sus valores y aprecian su forma de vida.

Decimos que la televisión contribuye a que formen una representación de la realidad, porque cuando ven retrospectivamente a la televisión reconocen una forma de ver la vida, hay un dejo de nostalgia por la televisión de antaño con la que se identificaron mejor sus valores y posturas en la vida social.

#### **IV. Percepción de la vida política.**

Se incluyó este eje de análisis con el fin de explorar en los entrevistados la relación entre el medio televisivo y algún ámbito de realidad social que recrea el medio, en este caso se eligió la vida política porque es un ámbito que impacta en nuestra vida social, pero del cual sabemos o conocemos por medios socializadores como la escuela, los medios de comunicación y la familia. Se pretende conocer que visión tienen de la política y los políticos y aproximarnos a determinar que papel juega la televisión en la conformación de la representación que hacen de la política, ya que, en forma cada vez más creciente, la política es una realidad presentada por la televisión.

Cabe señalar que en las entrevistas realizadas, cuando se tocó este punto, para evitar sesgos en la información nunca se les indujo a hacer mención de la televisión, por lo que las alusiones que hicieron al medio televisivo fueron espontáneas. La intención fue entonces conocer qué visión tienen de la política, los medios a través de los cuales se informan sobre la política, así como la correlación que hay entre lo que saben de la política y la televisión, al igual que la correlación con otros medios.

Llama la atención que en términos generales los informantes adujeron un desinterés por la política, dejaron ver un dejo de apatía por la política nacional; principalmente muestran su desencanto por la política a causa de que la consideran corrupta y que sólo sirve para los



intereses de los que tienen el poder y que se enriquezcan. En otro orden de ideas se da el desinterés porque dicen no entender mucho de política. Asimismo, no pudieron señalar asuntos políticos concretos que les interesaran y les dieran seguimiento. Llegaron algunos a mencionar la economía, pero no como un asunto de su interés en tanto tema de análisis o de información, sino como de preocupación por no tener expectativas de mejora en su economía individual y familiar.

La opinión que tienen sobre los partidos políticos en términos generales es que sólo luchan por el poder, todos los informantes hicieron alusión a los partidos políticos en términos de pelea, de confrontación entre ellos y también como organismos políticos que manipulan y engañan al ciudadano para ganar el voto de éste, con base en los ofrecimientos y promesas que hacen en sus campañas, pero que no cumplen cuando ocupan los puestos de poder y autoridad.

Lo que se puede percibir en las entrevistas realizadas es que no muestran tener información acerca de las plataformas ideológicas de los partidos, no logran identificar las diferencias políticas de los partidos y para algunos informantes inclusive dicen que no hay diferencias y que todos los partidos son iguales, si acaso sólo cambia el discurso, pero con fines de impresionar o impactar al ciudadano, que según su visión el ciudadano es visto por los partidos políticos como electores, por lo que no se interesan en resolver los problemas de la ciudadanía. Llama la atención que esta situación se da tanto en los informantes jóvenes como en los mayores, así como entre los que tienen baja escolaridad y los que tienen mayores niveles de estudio, la desinformación y la despolitización es generalizada. Lo que conocen de la política es lo que informa principalmente la televisión.

Otro punto que intentó sondearse fue el que identificaran políticos que consideran importantes en el país, lo que detectamos es que hay un gran desconocimiento, entre los entrevistados, de las figuras de la política nacional, sólo pudieron ser nombrados; Luis Donaldo Colosio (fallecido), Andrés Manuel López Obrador y Vicente Fox. Quien mencionó a Luis Donaldo Colosio fue uno de los jóvenes de 18 años, quien dice que se acuerda que comentaban mucho de él; mientras que a López Obrador y Vicente Fox los mencionaron a cada uno cerca de un tercio de los entrevistados. Algunos dijeron que los dirigentes de los partidos, pero que en ese momento – durante la entrevista – no se acordaban de los nombres.

También es necesario mencionar cómo o de qué manera se refirieron a los políticos renombrados. De Luis Donaldo Colosio se dijo que podría haber sido un buen presidente de México; aquí vale la pena explicar que como fue un candidato a la presidencia de la república asesinado, los medios en general y la televisión en particular manejaron la información sobre este hecho con un alto contenido emocional y sentimental, ensalzando la imagen del político masacrado y enalteciendo sus virtudes políticas. Por lo que el joven, quien tenía nueve años cuando asesinaron a Colosio, el único referente que tiene del candidato muerto, es el que dio la televisión. En cuanto a López Obrador, lo mencionaron tres y todos tienen una buena impresión de él. Aquí lo que llama la atención es que la televisión no se distingue por ofrecer una buena imagen del jefe de gobierno del D. F. Sin embargo, en estos casos no hay correspondencia entre la imagen que difunde la televisión con la que tienen estos informantes. En la visión de estos informantes prevalece o sobresale lo que escuchan de familiares, amigos y la que ellos mismos perciben en su interacción social. En relación a Vicente Fox lo mencionaron también tres entrevistados; se refirieron a él por el hecho de ser el presidente y como tal es un político importante en el país, pero no lo calificaron de ninguna manera, ni bien, ni mal.

En relación a cómo se informan o enteran del acontecer político todos los informantes, mencionaron la televisión como principal fuente informativa, algunos mencionaron al periódico, otros a la radio y alguno dijo por la gente. Es pues la televisión su principal fuente de información, por lo que la correlación que existe entre lo que saben o conocen de la política y televisión es alta; sin embargo, de lo que se enteran por la televisión, lo comentan, confrontan, consultan con familiares, amigos y en algunas ocasiones en la escuela y en algún medio, ya sea el periódico y/o la radio. Entonces hay un cruce de la información y una interpretación de la misma a la luz de las experiencias sociales y culturales de los sujetos, por ello se explica que no siempre impere en los individuos la información tal cual la da a conocer la televisión. La fuerza de la televisión, en cuanto a su relación con el acontecer político, radica en determinar los asuntos que se consideran deben de ser dados a conocer, la televisión como principal fuente de información impone los asuntos y los hechos que deben ser del dominio público, lo que no es presentado por la televisión es desconocido e ignorado por la gran mayoría de la población; pero no impone

del todo la lectura que de dichos asuntos y hechos se debe hacer. La lectura responde a un proceso social y cultural más amplio.

Finalmente en este aspecto de la percepción de la vida política del país lo que es recurrente entre los entrevistados, incluyendo todas las edades y niveles socio – económicos, es que no les interesa la política, es decir, no buscan informarse sobre este renglón en los medios en general. En los periódicos es la información menos leída, no leen revistas de corte político, en la radio no escuchan programas que traten problemas o asuntos políticos y oyen poco los noticiarios radiofónicos. Entonces la televisión es donde más se enteran de la vida política del país, pero confrontan y comentan lo que reciben de la televisión con otros medios y principalmente con miembros de su familia (papás, esposos, etc.)

Se puede decir que la televisión es su principal fuente de información en asuntos de política nacional; sin embargo, le otorgan más credibilidad a líderes de opinión de su entorno, sobre todo familiar.

## **V. Conclusiones.**

Como hemos visto, los medios de comunicación en general y la televisión en particular, juegan un papel determinante en la vida social de cualquier país porque revisten un considerable y hasta preponderante papel en el interior del sistema social al tocar todos sus niveles, las relaciones familiares, escolares, sociales, políticas, económicas y culturales. A esto hay que agregar el potencial que representa este proceso mediático en la instauración de los temas, asuntos y hechos que “deben ser” del interés de la opinión pública. Se ha desplazado la persona humana como el centro y el fin de los medios y la televisión y se ha convertido en el destinatario de una comunicación que utiliza como instrumento de interés lo económico, lo ideológico y lo político.

Cabe resaltar que como se ha mencionado antes, la televisión es la principal fuente de información sobre el acontecer político de los informantes; también se ha expuesto que la televisión tiende a espectacularizar y banalizar todo hecho o acto que difunde, por lo que lo concerniente a la política no es la excepción, la televisión no intenta la politización del ciudadano, no tiene como propósito educar políticamente a los sujetos, no analiza ni explica las plataformas ideológicas de los partidos políticos; sin que la televisión da cobertura a los hechos y acontecimientos de la política y los políticos que representan un conflicto y/o un motivo de sensacionalismo, por ello, la televisión presenta la política más como una lucha

de poder que como una lucha de ideales. Y por otra parte, la televisión mexicana tiene como principal elemento de conexión con el gobierno el que la administración pública le otorgue las concesiones jurídico – administrativas para su operación, esto ha representado que los consorcios televisivos se expandan y consoliden bajo la protección gubernamental, así la televisión le retribuye al ejecutivo con lealtad, convirtiéndose en el principal instrumento de propaganda del régimen en turno.

Dentro de este contexto encontramos que los entrevistados manifiestan un gran desinterés por la política, por lo tanto una ignorancia de los políticos, de los partidos y de los asuntos y temas de la política.

La percepción que tienen de la vida política del país es que; la política en gran medida es una lucha de los partidos para el poder. Que no existe diferencia entre los partidos políticos, porque todos buscan el poder. Para llegar al poder prometen solucionar problemas y mejorar las condiciones de vida y cuando llegan al poder sólo buscan el beneficio personal o de grupo. La política es corrupta.

De esto se desprende que su visión de la política nacional obedece o se asemeja más a la configuración que de la política hace la televisión que cualquier otro agente socializador; por ejemplo, la escuela, ya que entre los entrevistados se encuentran personas con estudios básicos – independientemente de sus estudios – prevalece un desconocimiento de cómo está organizado el Estado, los partidos políticos y las diferencias ideológicas entre las distintas fuerzas políticas. Su nivel de análisis sobre la política se reduce a los escándalos políticos; Esto nos hace suponer que la escuela no ha logrado formar en los sujetos concepciones claras de la importancia de la política, la organización del Estado, la división de poderes, la importancia de los partidos en un régimen democrático. Etc.

En contra parte, cuando se trata de la relación T. V. – información – política, los informantes expresan sus dudas acerca de la veracidad y en ocasiones aluden su falta de credibilidad (o al menos en confiar totalmente en que la información difundida no tenga sesgos intencionales) a las complicidades o nexos entre la televisión y los grupos de poder, por lo que el terreno de la credibilidad tiene mayor fuerza algún líder de opinión de su entorno (padre, hermano mayor, maestro, etc.), así como su propia experiencia.

Entonces la televisión contribuye a la conformación de una visión general, marco de la política; pero no tanto en aspectos particulares e inmediatos de los políticos y los partidos políticos.