

**INTERACCION ENTRE SUJETOS Y MEDIOS**

**Televisión, Subjetividad y Televidencias**

Trabajo de grado para optar al título de Psicólogo

Juan David Zabala Sandoval

Código 454387

Director de trabajo de grado

José Gregorio Rodríguez

**Universidad Nacional de Colombia**

**Facultad de Ciencias humanas**

**Departamento de Psicología**

Bogotá

Junio de 2011

## **Agradecimientos**

Agradezco a mis padres quienes siempre respaldaron y fomentaron  
mi proceso educativo y mi crecimiento personal

Agradezco a Viviam, mi novia, mi amiga, mi constante apoyo,  
sin ella nada de esto hubiera sido posible

Agradezco al profesor José Gregorio por sus atentas correcciones y su paciente guía

Agradezco a Oscar, mi hermano, por acompañarme en las interminables jornadas

Agradezco a mis amigos, quienes siempre tuvieron una palabra de aliento

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
1. HORIZONTE TEÓRICO.....	5
1.1 El Sujeto persona del interaccionismo, Subjetividad y agencia.....	6
1.2 Los Medios y sus efectos.....	14
1.3 Mediaciones y Televidencias.....	22
2. HORIZONTE CONCEPTUAL.....	28
2.1 Antecedentes.....	28
2.2 Justificación.....	35
2.3 Problema de investigación.....	36
2.4 Objetivos.....	40
2.4.1 General.....	40
2.4.2 Específicos.....	40
3. HORIZONTE METODOLÓGICO.....	41
3.1 Método.....	42
3.1.1 Relatos de Vida.....	42
3.2 Técnica e Instrumentos.....	43
3.2.1 Entrevista en profundidad.....	43
3.2.2 Instrumentos y procesamiento de la información.....	45
3.3 Sujetos de estudio.....	46
4. HALLAZGOS.....	48
4.1 Contextos.....	49
4.2 Trayectorias.....	50
4.3 Prácticas.....	56
4.4 Construcción de Televidencias.....	60
4.5 Construcción de Subjetividades.....	64
5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	69
6. REFERENCIAS.....	72

## **RESUMEN**

El trabajo aborda los procesos de construcción de subjetividades y la posible relación que puedan tener con procesos de construcción de televidencias, otorgándole importancia a la interacción con la televisión como punto de partida de procesos de agenciamiento del sujeto. Se llevaron a cabo entrevistas en profundidad a tres participantes quienes a partir de sus relatos de vida dieron cuenta de sus trayectorias, prácticas y contextos con la televisión; luego se analizaron los datos en busca de procesos de construcción de televidencias y subjetividades. Se consiguió dar cuenta de procesos de construcción de televidencias así como de la existencia de relaciones recíprocas entre televidencias y subjetividades.

## INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia conocida, la humanidad se ha valido de herramientas de su propio diseño y confección para aumentar sus capacidades de acción y afección sobre mundo que los rodea e incluso sobre sí mismos. Actualmente la humanidad se encuentra inmersa en una época de avances tecnológicos que se perfilan cada vez más hacia el alcance de lo imposible, apareciendo medios que amplían considerablemente las capacidades humanas siendo extensiones de los órganos de los sentidos, las extremidades e incluso llegando a potenciar la memoria, la percepción, entre otros (McLuhan, 1996).

Vygotski (2000), apoyado en el materialismo histórico de Engels, distinguiría entre la herramienta y el signo, entendiendo que el primero opera sobre el mundo material que rodea a la persona, mientras que el segundo tiene una connotación simbólica que le permite operar sobre las personas mismas, marcando sus cuerpos, y la forma en que las personas operan sobre el mundo, es decir que los signos operan sobre las voluntades. En ese sentido, las operaciones que tienen lugar en procesos de interacción intersubjetiva e intrasubjetiva hacen posible hablar de procesos de construcción social de realidades y de sujetos, así como la capacidad que tiene cada sujeto de volver sobre sí mismo y operar sobre su propia conducta, dando cabida a construcciones de subjetividad (Mead, 1934).

Sin embargo, estas interacciones hoy en día se ven modificadas por el uso de medios que facilitan la comunicación a larga distancia y la transmisión de imágenes, videos, notas y demás, generando una dependencia en los medios de tal forma que incluso lleguen a suplir aquello de lo que serían una extensión, la pantalla sobre el ojo. Según esto, habría que interrogarse acerca de las relaciones entre sujetos y pantallas, entre sonidos, imágenes y la posibilidad de construir realidades buscando dar cuenta del lugar que asume el espectador ante los medios, pues ciertamente parece amenazada la capacidad reflexiva del sujeto en su interacción con los medios de comunicación.

Cabe decir que estos últimos se han especializado en transmitir sonidos que envuelvan y atiborren los sentidos de los espectadores, así como imágenes tan nítidas que se funden con la realidad, haciendo difícil separar la atención de ellos y, más aun, distinguir entre lo que es y lo que no. Bourdieu (1997), en sus intervenciones acerca de la televisión, reconoce que uno de los peligros que acarrea la televisión es la semejanza de sus imágenes y sonidos con los del mundo real, pues este fenómeno parece dificultar la toma de postura crítica frente a la televisión (Desiato, 1998).

Bien se puede suponer que el peso en los estudios sobre medios debería estar puesto en aquellos que deciden lo que se comunicará, los llamados emisores o destinadores, considerados ávidos por transmitir sus ideologías y hacer trascender sus concepciones de realidad; o bien, se debería cernir la mirada sobre las audiencias o destinatarios, y las diferentes interpretaciones que puedan dar los sujetos a los medios. Sin embargo, ante esta dualidad se han dividido los estudios de medios de comunicación en aquellos que confieren mayor peso a una u otra facción, quedándose ambos con tan solo una parte de la realidad, con estudios limitados por su enfoque.

María del Carmen de la Peza (1997) habla de una mirada que encierre ambas partes, que hable de una sin desconocer la otra, ella concuerda con que sí existe una intencionalidad en los destinadores, pero que también existe una conciencia y posible discrepancia por parte de las audiencias; es así que llega a concordar con que “no hay poder sin resistencia, no hay resistencia sin poder”, y es desde dicha afirmación que ella recalca la intención del poder actual de individuar a todos y cada uno de los miembros de la población homogeneizando sus pensamientos, tendencias y creencias, afinando a la audiencia con los destinadores, logrando una humanidad uniforme y conforme con su visión del mundo; pero la frase también encarna la posibilidad que tiene cada sujeto de resistir frente a los medios de comunicación, de evitar la determinación y de abrir paso a procesos de agenciamiento de sí mismo y de la sociedad que parten de la negociación con los medios.

La apuesta por el análisis de recepción se da principalmente por ser este un enfoque que propone entender los procesos de interpretación y apropiación que los sujetos hacen de los medios de comunicación sin negar la intencionalidad puesta en el proceso de emisión. El análisis de recepción surgió en Latinoamérica con estudios pioneros como *News of the World* dirigido por Klaus Bruhn Jensen, en el cual participara Guillermo Orozco tomando

datos acerca de las mediaciones mexicanas; por otra parte, Jesús Martín-Barbero se apartaría de la mirada de los medios desde la escuela de Frankfurt y escribiría el libro *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Siendo ambos eventos, la participación de Orozco y el libro de Martín-Barbero, las bases para el inicio de los estudios de recepción en este continente, los cuales actualmente abarcan investigaciones cuyas metodologías permiten el uso de técnicas cuantitativas y cualitativas, permitiendo miradas complejas a la interacción con los medios de comunicación.

Este trabajo se encuentra dividido en cinco capítulos: Horizonte teórico, que presenta las bases teóricas que dirigirán el texto, principalmente son el interaccionismo de Mead, para el enfoque psicológico, y el del análisis de recepción de Orozco y de Martín Barbero, para el enfoque de los estudios de medios, a partir de los cuales se plantea abordar las interacciones cotidianas que sostienen sujetos y medios, considerando la televidencia, concepto propuesto por el modelo de múltiples mediaciones, como central en la posibilidad de abogar por la construcción de subjetividades a partir de la interacción con la televisión.

En el segundo capítulo, Horizonte conceptual, se muestran estudios previos que orientan el enfoque metodológico asumido, así como permiten la formulación del problema de investigación y el planteamiento de objetivos que sirvan de directrices y de indicadores de logros a cumplir.

El tercer capítulo refiere a la Metodología a emplearse para dar cuenta del fenómeno subjetivo, básicamente el elegido es de relatos de vida, que permite evidenciar la dinámica del proceso de construcción de televidencias y de subjetividad desde una mirada que recoja el recorrido vital de la persona tanto como su momento presente, además de sus disquisiciones sobre el tema abordado, permitiendo observar el ámbito social tanto como el individual a través del relato. La obtención de los relatos de vida se hace posible mediante la entrevista en profundidad esperando que el contacto directo con el entrevistador facilite el surgimiento de información profunda y detallada. Además se describen los participantes de la investigación y el proceso de análisis de datos.

Los Hallazgos son presentados en el cuarto capítulo, ordenados en contextos, trayectorias, prácticas, construcción de televidencias y de subjetividades. Posteriormente, en el quinto capítulo, Discusión, se presentan las conclusiones, las limitaciones y recomendaciones que pueden formularse a partir del presente estudio.

## 1. HORIZONTE TEÓRICO

En este capítulo se busca abordar la subjetividad a través de la construcción de prácticas de interacción con la televisión; para dicho fin se tomarán las concepciones de sujeto del interaccionismo de George Mead, haciendo especial énfasis en el pensamiento reflexivo como posibilidad de regular conscientemente la propia conducta siendo base para la subjetividad anidada en la relación Mí-Yo. También se abordará brevemente la teoría de la construcción social de la realidad de Peter Berger y Thomas Luckmann consiguiendo una concepción de sujeto activo y social que permita entenderlo como agente de sí y de la sociedad al que se refiere Anthony Giddens. En últimas se abogará por un sujeto dueño de sí mismo, con la capacidad de agenciarse a la vez que agencia la sociedad.

Posteriormente se abordarán los medios de comunicación, específicamente la televisión, con una mirada que tratará de acusar los efectos que tienen sobre los sujetos, la gramática y estética de la imagen comprendidas en su instantaneidad e inmediatez, insertándose en la cotidianidad con su sonido envolvente y sus atractivas ráfagas de imágenes; de esta manera, la televisión propone al sujeto cierto tipo de interacciones que lo sitúan en la silla del espectador en actitud pasiva frente a la pantalla. Los hilos conductores de esta reconstrucción serán Jesús Martín-Barbero, con su visión optimista acerca de los medios en la sociedad, además de Massimo Desiato, y Jean Baudrillard, quienes abordan los medios con gran precaución de sus efectos.

Por último se abordarán las interacciones entre medios y sujetos, teniendo en cuenta que cada uno tiene sus contextos sociales e históricos propios de los grupos de los que provienen. Para hablar de estas cargas sociales se empleará el concepto de mediación acuñado por Martín-Barbero y que luego complementaría Guillermo Orozco, además de las

diversas clasificaciones de las mediaciones que dan lugar al modelo de mediaciones múltiples. Bajo esta mirada, las televidencias surgen como las estrategias que usa el sujeto en su interacción con la televisión, siendo posible evidenciar la subjetividad como la agencia del sujeto en la construcción de televidencias propias que permitan tomar posturas distantes de la pasividad espectadora.

### **1.1 El Sujeto persona del interaccionismo, Subjetividad y Agencia**

Ante todo es necesario aclarar que el sujeto del que se habla en las siguientes páginas no es el sujeto reactivo que se encuentra subsumido a poderes ajenos a él, propio de la lógica conductista, sino que se busca plantear un sujeto activo con la capacidad e agenciarse a sí mismo a partir del material social en que está inmerso. Entonces se propone la incursión en el interaccionismo simbólico del sociólogo y psicólogo George Mead (1934) al ser una propuesta teórica que permite adentrarse en la interacción y construcción del sujeto frente al grupo social y, sin perder de vista el carácter social del sujeto, en la posibilidad que tiene éste de regular su conducta de formas nuevas y diferentes y abrir nuevos horizontes a partir de su experiencia social e individual.

Es imprescindible entender al sujeto como un conjunto de procesos inscritos en un momento histórico y en un marco cultural, cuya génesis es social y por tanto su forma de interactuar con otros, con los objetos y escenarios en el mundo se encuentra constituida por esa carga social, histórica y cultural; la psicología histórico-cultural abre la posibilidad de entender al sujeto como un proceso en constante desarrollo solo posible a partir de la relación intersubjetiva con otros que a su vez es mediada por la cultura, evitando la reducción del sujeto por determinaciones históricas, sociales o contextuales, más bien, responde a estas de forma propia e individual sin dejar de ser social. El concepto de “zona de desarrollo próximo” es entendido como la diferencia entre el desarrollo real y el potencial, es decir, entre el nivel de dificultad de tareas que pueden ser resueltas de manera individual y aquellas que pueden resolverse en cooperación con otro sujeto (Vygotski, 2000). Este concepto hace explícita la característica intersubjetiva del desarrollo y conlleva a la diferenciación de dos momentos, el intersubjetivo, que opera a través de signos y gestos en la interacción con otros, y el intrapsíquico que gesta una segunda aparición del signo o gesto en procesos internos al sujeto.

Es posible entender a la intersubjetividad a partir de gestos que se inscriben en la interacción; a su vez, el gesto se entenderá no como estímulo que hace proclive la ocurrencia de una reacción, sino como la relación entre el estímulo y la respuesta correspondiente. Este es el nivel más biológico del gesto, pero no por ello desconoce en ningún momento su implicación psicológica, así que el gesto es resultado tanto del sustrato biológico como del psíquico y debe su selección al momento histórico en que se enmarca, siendo las relaciones que presentan una mayor utilidad adaptativa para los individuos aquellas que se conservan, usan y reafirman constantemente en la interacción social (Mead, 1934).

El gesto debe su importancia en parte al papel que tiene en la adaptación de los individuos a los cambiantes contextos y al comportamiento de los otros e incluso de sí mismo, dado que según Mead (1934), el gesto produce en mí la misma reacción que produce en el otro, lo cual provee al individuo de cierto control de su propia conducta y capacidad de predicción sobre la conducta de los demás, evidenciándose que el gesto brinda la capacidad de adaptarse continua y recíprocamente en la interacción con otros; además, la experiencia que se obtiene de la interacción también media en la relación que se tiene con los objetos, es decir, los gestos que otros tienen frente a determinado objeto al emplearlo, e incluso al no emplearlo, pueden ser internalizados y así asumidos como propios, entrando a dirigir la interacción del sujeto con ese mismo objeto o clase de objetos (Tomasini, 2010).

La internalización es el proceso por el cual el individuo toma del exterior aquellas cosas en las que se ve reflejado para luego tornarlas hacia su interior (Mead, 1934), es decir, allí donde el sujeto se ve a sí mismo, por ejemplo, las respuestas de otros frente a la propia conducta, son objeto de internalización por parte del sujeto.

El gesto, como interacción no se agota con el nivel descrito hasta ahora, sino que llega a complejizarse hasta el punto que se separa de la especificidad de la situación en que surge para obtener significado e incluso ser conocido por un grupo de individuos, esto sería el gesto significativo. La teoría Meadiana concibe al sujeto inmerso en múltiples interacciones de las que surge y se hace como tal; dentro de esa dinámica se reconocen dos momentos del sujeto, el organismo y la persona, diferenciados principalmente en la incapacidad del primero para planear su conducta, pudiendo solo llegar a producir y reaccionar a gestos no significantes. El organismo solo llega a reaccionar ante estímulos

biológicos provenientes bien de otro o del entorno; mientras que la persona es capaz de regular su conducta a partir de la predicción de las respuestas de otros, y la emisión de gestos que compartan significantes. El gesto deja de ser disparador de un reflejo cuando adquiere carácter significativo, deja de agotarse en la interacción más simple, episódica e intrascendente y pasa a indicar un significado compartido por el grupo social (levantar el pulgar para aprobar algo), con lo que surgiría el gesto significativo como portador de las formas de actuar y percibir el mundo propias del grupo social.

Para que sea posible un proceso de comunicación, el gesto ha de producir la misma respuesta o similar en sí mismo como en el otro y así poder expresar estados de ánimo, intenciones e incluso comandos. En otras palabras, para que un individuo pueda comunicar algo a otro es necesario que ese primer individuo pueda predecir la respuesta que tendrá el segundo frente al gesto y, al producir el gesto la misma reacción en ambos individuos entonces cualquiera de los dos podrá luego emitir uno u otro gesto con conocimiento de la reacción que provocará y así regular su conducta. El gesto significativo, no remite al sujeto a la relación estímulo-respuesta, sino que produce un distanciamiento temporal y espacial de la relación estímulo-respuesta y hace posible la regulación de la conducta en tanto permite predecir la propia conducta y la de otros.

Dicha regulación solo es posible en tanto el gesto comprenda un significado, por lo que sería posible proponer al gesto como un signo, que tiene por lugar la interacción y produce en el sujeto un significado que ha sido anudado a él y que puede ser independiente de lo que en un nivel meramente biológico daría a entender. El signo se caracteriza por ser polisémico, es decir, abierto a múltiples interpretaciones, lo cual hace posible la asignación de sentidos y significados, entendiendo los primeros como cada posible interpretación que pueda ser asignada al signo, y los segundos como la zona de sentido más estable “común a todos los hablantes y socialmente inteligible” (Silvestri y Blanck, 1993, p.46). Al entender el gesto significativo como un signo se entiende que está contextualizado en un momento social, cultural e histórico específico, a partir del cual se hace posible para el individuo asumir un significado común a todo el grupo social, así como abrir la posibilidad de otorgar al signo diferentes sentidos.

En la interacción con un “otro”, y por medio de gestos significantes, de signos, es posible para el sujeto la internalización de conjuntos de actitudes hacia el mundo que le

rodea, entendiendo por actitud la marcada tendencia a responder de forma particular frente a un gesto o grupo de gestos que compartan características tal como su significado, y comprendiendo la realidad como una construcción social entretrejida culturalmente en que se da la interacción. La existencia de la realidad antecede a la aparición del sujeto y se encuentra estructurada por otros sujetos, por luchas sociales, momentos históricos, tensiones económicas, etc., resaltando así su base intersubjetiva, es decir, la realidad es construida en la interacción de los sujetos. También se caracteriza por su dimensión temporal a partir de la cual es posible entender un pasado, un presente y un futuro de manera ordenada, ubicando los acontecimientos colectivos dentro de una unidad coherente que dé cuenta de formas particulares de ver<sup>1</sup> el mundo, teniendo así independencia frente a la voluntad y atención del sujeto por sí solo. Sin embargo, la realidad no es única en su tipo, sino que es posible que se dé la existencia de otras realidades dado que cada sociedad puede concebir una realidad distinta (Berger y Luckmann, 1968).

Ante la realidad los sujetos tratan de establecer pautas o regularidades de los eventos y los demás sujetos con quienes interactúan cotidianamente. Estas pautas son llamadas “tipificaciones” y son entendidas como patrones o regularidades abstraídas de la realidad. Ahora bien, en la interacción intersubjetiva se hace posible el establecimiento de tipificaciones recíprocas surgidas de la observación de regularidades de conducta entre dos sujetos. Entendiendo las tipificaciones como fruto de la interacción en la cotidianidad de los sujetos, es posible verlas como construcciones sociales de conocimiento acerca del mundo y de los otros, haciendo posible el surgimiento de instituciones sociales que aglutinen las tipificaciones y las transmitan a otros sujetos.

La institución surge como la organización de tipificaciones de forma más o menos coherente, bien traten acerca de individuos o de los mismos eventos del mundo; la institución comparte las tipificaciones que tiene de la realidad haciéndolas accesibles a los integrantes de un determinado grupo social, proponiendo un ordenamiento de dicho grupo en roles acordes con las tipificaciones. La institución también es productora de actitudes, de manera que a medida que comparte sus tipificaciones con el grupo, es tipificada, esa tipificación recíproca establece el rol social como un encasillamiento de la conducta del

---

<sup>1</sup> “Ver” el mundo no refiere solo a un nivel perceptual sino que expresa el conjunto de concepciones que sobre el mundo puede hacer el grupo y sobre las cuales basa su vida social.

sujeto, un puesto con funciones determinadas y prescritas dentro de la estructura social (Berger y Luckmann, 1968). La estructura social, a la vez que delimita la conducta de los sujetos, es estructurada en la acción misma, estableciéndose una relación dialéctica entre lo micro y lo macro social que se aprecia en el establecimiento de reglas (Giddens, 1995), actitudes y patrones que van desde un sujeto hasta la comunidad entera, es decir, que pueden nacer de prácticas individuales y generalizarse gracias a la interacción intersubjetiva sin llegar a agotar alguna de las partes.

Berger y Luckmann (1968) hablan de la socialización como proceso de inclusión de los sujetos en el grupo social. Distinguen entre socialización primaria, entendiéndola como primera abstracción de roles y actitudes, específicas y generales, de los “otros” más cercanos, comúnmente del grupo familiar, y secundaria, abordándola como un proceso de internalización de los roles de un segundo grupo pero que difícilmente sustituirá lo internalizado en la socialización primaria. La socialización primaria es el primer conjunto de interacciones e internalizaciones que introducen al sujeto en un grupo social, lo cual significa sujetarse a unas tensiones históricas, económicas, políticas y culturales propias del grupo; y la socialización secundaria correspondería a la inclusión en un segundo grupo social.

El grupo social se estructura en función de la realidad en que se encuentra adscrito y se organiza de una u otra forma para abordarla, lo cual conlleva una organización interna al grupo que bien puede dividirse en roles. Los roles se entienden como conjuntos de actitudes y maneras de ser propios del grupo social que se encuentran dados a partir de la institución (Berger y Luckmann, 1968). El individuo en su proceso socializador internaliza los distintos roles y regula su conducta respecto a cada rol en que se posiciona. De esa forma, el sujeto aprehende al grupo entero en todos sus roles y en cuanto a las expectativas que se tienen con respecto de cada rol. En otras palabras, el sujeto ha de internalizar las actitudes del grupo social en general, lo cual es denominado como “otro generalizado”.

Es posible entender al sujeto persona como un proceso que tiene dos momentos diferentes pero necesariamente unidos, el “Mí” y el “Yo”, ambas partes se contextualizan en una realidad y con ello un momento histórico determinado. Por “Mí” se entiende la internalización de las actitudes generalizadas que tienen los otros frente a la propia conducta, o también llamado “otro generalizado”. Hay que mencionar que el “Mí”, como

ese otro generalizado que mantiene al sujeto atado a la sociedad y su conducta regulada por gestos y actitudes de otros, acarrea como peligro la absoluta determinación por parte de la comunidad del comportamiento y pensamiento de sus miembros individuales. (Mead, 1934)

Si la persona fuera solo “Mí”, entonces su conducta correspondería en su totalidad a estímulos que, bien sean externos o internos, se quedarían en determinar la conducta en función del grupo social, eliminando así la posibilidad que tiene el sujeto de disentir frente a su grupo, de diferenciarse de sus pares y de revolucionarse ante el orden establecido.

El “Yo” es el otro momento del sujeto y se basa en el pensamiento reflexivo, esto es, el diálogo interno que el individuo sostiene consigo mismo y por medio del cual es posible modificar los gestos internalizados y darles nuevos significados, obteniendo así una regulación de la conducta alternativa al “Mí”, individual, sin olvidar su origen social (Mead, 1934; Tomasini, 2010). Esta conversación consigo mismo es a su vez una conversación con el “otro generalizado” que la persona ha internalizado previamente, es decir, con la estructura social, así que el pensamiento reflexivo en ningún momento deja de ser un proceso social, y abre la posibilidad al sujeto de discrepar frente a su comunidad completa. Es en la interacción intersubjetiva donde pueden darse las que para Giddens (1995) y Ortiz (1999) son las prácticas sociales, en la cuales se produce y reproduce la sociedad y se crean sujetos como actores sociales capaces de modificar, producir y reproducir estructuras sociales, roles y visiones de mundo.

Por lo general, suponemos que esa voz general de la comunidad es idéntica a la comunidad más amplia del pasado y el futuro; suponemos que una costumbre organizada representa lo que llamamos moralidad. Las cosas que uno no puede hacer son las que todos condenarían. Si adoptamos la actitud de la comunidad en relación con nuestras propias reacciones, la anterior es una afirmación cierta, pero no debemos olvidar esa otra capacidad, la de replicar a la comunidad e insistir en que cambie el gesto de la comunidad. Podemos reformar el orden de cosas; podemos insistir en hacer que las normas de la comunidad sean mejores normas. No estamos simplemente obligados por la comunidad. (Mead, 1934, p.196)

El “Yo” se fundamenta en el pensamiento reflexivo y la capacidad de cambiar los gestos y signos que regulan la conducta para así generar una conducta alterna que incluso discrepe con el orden establecido e internalizado. El peso es colocado en los sentidos más que en el significado del signo, elevando los sentidos, como construcciones propias del

sujeto en su interacción intrasubjetiva sobre el consensuado y rígido significado. Giddens (1995) otorga gran importancia al pensamiento reflexivo al situar la racionalización de la conducta como producto de la conciencia que obtiene el sujeto de sus propias acciones, es decir, con la reflexividad el sujeto puede dirigir su conducta por sí mismo en lugar de dejar dicha regulación al servicio de determinantes sociales y/o contextuales. Mead (1934) dice que el “Yo” responde necesariamente a un “Mí”, es decir, que está enmarcado en un momento histórico y se da a partir de la cultura; pero, el “Yo” también se muestra móvil y dinámico frente al “Mí” al ser la posibilidad de escapar a las normas sociales, de crear puntos de vista innovadores, insospechados y contra-intuitivos, de romper con la rigidez del significado.

Es posible ubicar la subjetividad como la relación entre el “Yo” y el “Mí”, naciendo bajo la tensión entre la total sujetación y la des-sujetación, y tanto la sujeción como la libertad absoluta significarían su muerte, destrucción y negación (León, 1997). El sujeto surge de esa relación paradójica y existe en algún punto entre las polaridades, por un lado se encuentra sujeto a las normas sociales bajo las que ha regido su vida y que orientan su percepción del mundo, y por otro, tiene la capacidad de subvertir ese orden internalizado a lo largo de su vida a través de la interacción tanto intersubjetiva como intrasubjetiva que posibilite modificación alguna gracias a la cooperación que se dé en la interacción misma (Vigotsky, 2000); es esa dialogicidad a partir de la cual los roles pueden cambiar, las normas sociales pueden ser evaluadas y los gestos pueden modificarse. Las instituciones, encasillan al sujeto sometiéndolo a las expectativas de la comunidad o control social por medio de tipificaciones y roles sociales; sin embargo, es posible la re-significación o uso de otros gestos que estén fuera del rol asignado, y así lograr nuevas formas de expresión que atenten contra lo convencional y den lugar a su vez a diferentes maneras de ser, rompiendo con esa identidad sabida, conocida y determinada.

El pensamiento reflexivo abre la posibilidad para concebir al sujeto inmerso en un momento determinado, y cuyo desarrollo responde necesariamente a las condiciones sociales, mostrándolo además al sujeto como un proceso social que sostiene una relación de incidencia recíproca con la realidad. Además, concibe en el sujeto persona la capacidad de gestionarse a sí mismo a partir de la interacción intrasubjetiva, ese diálogo interno que establece el sujeto hace posible no solo nuevas regulaciones de la conducta, sino también

nuevas formas de ver y ser en el mundo. El sujeto persona tiene además otra acepción más, que es la de ser agente. El agente, gracias al pensamiento reflexivo, puede actuar socialmente, es decir, regular su conducta de forma consciente, conociendo las consecuencias que tendrá a nivel del grupo social (Giddens, 1995). La reflexividad otorga al sujeto persona la capacidad transformativa tanto de sí mismo como de la sociedad. (Ortiz, 1999)

El “Yo”, como posibilidad de innovación, frente al “Mí”, que es la internalización de los diferentes roles de la comunidad, sus normas y expectativas, abre la posibilidad al sujeto para una verdadera dialéctica que comunique lo particular con lo social, lo micro con lo macro en la interacción intersubjetiva. En la relación dialéctica son modificados tanto el sujeto como la realidad (Berger y Luckmann, 1968). Ahora bien, el pensamiento reflexivo de Mead (1934) acude a la dialéctica inherente al sujeto, y es bajo esta premisa que Marcuse (1968) ubicaría el escape del sujeto a la dominación en una característica irreductible a la homogeneización, que sería la radical diferencia existente entre lo universal y lo particular, entendiendo que un postulado de carácter universal no logra nunca decir todo acerca de cada uno de sus particulares y que el sujeto no es estático sino que constantemente genera nuevas formas de interacción.

La irreductible diferencia entre el universal y sus particulares parece estar enraizada en la experiencia original de la inconquistable diferencia entre potencialidad y realidad: entre dos dimensiones del único mundo experimentado. (Marcuse, 1968, p.186)

Baudrillard (1994) se referiría a esta diferencia como un continuo movimiento en tensión, una lucha eterna entre la dominación y la resistencia, entre la producción y la seducción, cuya circularidad pre-destina a nunca culminar la extinción de alguna de las partes. Esa tensión entre las fuerzas que todo lo vuelven visible y medible, y aquellas que todo lo ocultan (producción y seducción). Y tal como dialéctica, es necesaria siempre la aparición de una antítesis a la tesis del momento, dando movimiento a un constante proceso cuya naturaleza no es más que la del continuo movimiento y la constante aparición de antítesis.

El sujeto se hace irreductible ante la dominación escapando de la prisión de los juicios universales gracias a la capacidad inherente de generación, de jugar en la tensión

existente entre total libertad y total sujeción y crecer hasta límites insospechados. Ahora bien, entendiendo que el sujeto está conformado por procesos que lo ubican en un momento histórico y cultural a través de la pertenencia a un grupo social que a su vez orienta el entendimiento de la realidad (Mí), y procesos que responden a dicha contextualización generando distintas y posiblemente nuevas formas de ser en el mundo (Yo), es posible decir que la subjetividad, tal como Mead (1934) la comprende, es la interacción innovadora del sujeto con que responde a las determinaciones sociales; así, el sujeto persona que Mead describe escapa a la total sujeción gracias a la capacidad de auto-gestarse que plantea con su propia existencia como sujeto persona, con esto, el irreductible que Marcuse propuso se hace más evidente en la dinámica concepción del sujeto en la interacción.

## **1.2 Los Medios y sus efectos**

El sujeto pertenece a un grupo social, un momento histórico y es tensionado entre la total sujeción y la total des-sujetación, comprendiendo esto se debe mirar hacia los medios de comunicación entendiéndolos como tecnologías enmarcadas en constantes luchas y tensiones económicas, políticas, sociales y culturales. Los medios están configurados a partir de visiones de mundo y tipificaciones propias de grupos emisores, aquellos que tienen poder sobre los medios, además transmiten actitudes y roles que pueden afectar la organización social y así mismo las interacciones tanto intra como intersubjetivas.

Pues las tecnologías no son meras herramientas transparentes, y no se dejan usar de cualquier modo, son en últimas la materialización de la racionalidad de una cultura y de un ‘modelo global de organización del poder’<sup>2</sup>. (Martín Barbero, 1991, p.201)

Esta perspectiva de los medios permite entenderlos como resultados históricos y evita que se erijan neutrales y totalmente dependientes del uso que se les dé; por el contrario, la pantalla audiovisual goza de una gramática y unas peculiaridades propias que se acentuarán más o menos dependiendo del uso, sin embargo tampoco niega la posibilidad de un uso diferente. Ahora bien, si por una parte se abre la posibilidad de emplear los medios de forma diferente a la que se ha dado históricamente, es menester identificar, así sea de forma leve, las características propias y las maneras en que han sido explotados para el beneficio y perpetuación de los valores y puntos de vista de unos pocos, pues siguiendo el pensamiento de McLuhan (1996), para intentar dar un uso “adecuado” al medio es

---

<sup>2</sup> El autor cita el texto “Ideología como lenguaje” de Theodore Adorno, p.24.

necesario dejar las pretensiones de inocuidad para darse en la tarea de admitir y conocer las características propias que delimitan su empleo.

Dentro de los Medios de comunicación es posible distinguir a las pantallas audiovisuales bajo ciertas características que serán trabajadas a continuación, entre ellas la televisión es tal vez la más representativa de las pantallas audiovisuales.

Desiato (1998) afirma que las pantallas audiovisuales ofrecen una imagen fácil de digerir al ser pobre en significados y sentidos, esa imagen posee dos rasgos importantes, la inmediatez y la instantaneidad. Como primero, la imagen es inmediata<sup>3</sup>, o al menos aparenta serlo, es decir, la imagen pretende ser una fiel copia de la realidad, sin intervenciones de ningún tipo, y debe su confiabilidad en parte a los planos generales que emplean los noticiarios, por ejemplo, para mostrar la escena de la noticia y en parte al corto tiempo que puede transcurrir entre el hecho y la transmisión de información, es decir, que hay una inmediatez con la realidad, una absoluta transparencia que muestra la pantalla como una ventana directa a otras partes del mundo ubicada en la sala de la casa. Y segundo, la imagen televisiva es instantánea, posee una velocidad eléctrica que provee secuencias de imágenes y sonidos<sup>4</sup> induciendo un atiborramiento de los sentidos difícil de combatir<sup>5</sup> (McLuhan, 1996). Esto genera saturación de imágenes e insuficiencia de tiempo y espacio entre el sujeto y la pantalla dificultando la interpelación en tiempo real (Desiato, 1998). Con la inmediatez de la instantaneidad, la pantalla se apresura a mostrarse lo más veraz posible hasta llegar al punto de pasar como un reflejo absoluto de la realidad, pretendiendo

---

<sup>3</sup> Con in-mediató me refiero a que no hay la necesidad de algo en medio o que medie entre la realidad y el sujeto, el medio es invisible, etéreo, o al menos eso quiere hacer creer al asumir características que niegan la mediación, la in-mediatez hace pensar que lo que muestra el medio es la realidad misma y que de ninguna manera ha sido cambiada o modificada en la producción de la imagen, entonces se muestra la realidad tal cual es, lo que conlleva a desestimar los procesos y valorar los resultados, pues no importa cómo pero ahí está la realidad acusada por la pantalla.

<sup>4</sup> En este punto McLuhan (1996) diría que incluso no hay secuencia ya que la instantaneidad que es en sí misma la electricidad hace posible una imagen televisiva donde la acción y reacción co-ocurren.

<sup>5</sup> Héctor Abad Faciolince, en un artículo para el diario El Espectador, acusa este atiborramiento producido por la falta de secuencia al quejarse sobre la existencia cada vez más general de “una atención distante, distraída, de cerebro dividido en varias funciones al tiempo. No hay concentración, no hay secuencias, hay saltos. Estamos rodeados por mareas de autistas hiperactivos y dispersos”. En cierta medida, el autor quiere resaltar ese paso del pensamiento secuencial moderno al instantáneo post-moderno que satura a la persona y la atrapa. La saturación se da a partir de una amplia oferta de información y de medios (no solo de comunicación, que controlan en su mismo uso reduciendo al máximo la posibilidad de emplear el tiempo libre sin medio alguno, así que el autor se lamenta de que “No hay tiempo muerto, no hay un instante para estar ensimismado, para mirar el paisaje, para recoger los pedazos del alma, para armar el rompecabezas de las ocurrencias, para rumiar una frase que se quiere escribir, para pensar en algo que se oyó o que se nos ocurrió, en suma, para aclarar las ideas.” (Abad, 2010)

señalar simplemente lo que ya está, lo supuesto por todos (por el público modelo), pero esconde los distintos juicios de valor de los grupos tras los medios, juicios que sirven de lineamientos y que organizan la información presentada. La imagen entonces “induce al receptor a la pasividad convencándolo de estar en presencia de lo que realmente pasa en el mundo. El usuario cree que no hay nada que hacer porque el medio se lo entrega ya todo” (Desiato, 1998, p.193).

Con su gramática de veloces imágenes que se siguen unas a otras generando la sensación de movimiento y naturalidad, de planos generales que se acercan a la realidad (cuando no la sustituyen) y sonidos envolventes de los que es imposible escapar, la televisión brinda información de una manera atractiva que supera los métodos meramente visuales, como el libro, el periódico, el comic y otras formas impresas (McLuhan, 1996; Martín-Barbero, 1991). La pantalla audiovisual aventaja con sus efectos visuales que impactan en el público sacándolo de su cotidianidad, sustituyendo el tiempo libre por tiempo de consumo televisivo (Desiato, 1998). La pantalla es llamativa y acapara fácilmente la atención desbordando los sentidos (McLuhan, 1996). La televisión, en su afán comercial, brinda información inmediata en un lenguaje sencillo y entendible para la gran mayoría del público, información que ha sido filtrada, resumida, redactada, trabajada una y otra vez lista para ser consumida y en formatos que ocupan poco tiempo con respecto a los libros y periódicos que tienden a emplear lenguaje técnico poco apropiado para el grueso de la población, además de ser muy extensos, requiriendo demasiado tiempo para ser leídos y de otros conocimientos adicionales al libro para comprender su contenido (Desiato, 1998). Entonces, rápida, entretenida y simple, la pantalla se erige por encima de los libros y no solo capta más público sino que además lo ata y lo mantiene expectante.

La televisión es inmediata, instantánea, atractiva y de fácil consumo, atrapa y envuelve al sujeto reemplazando su tiempo libre por tiempo de consumo, pues se ofrece como un mecanismo de ruptura de la agobiante cotidianeidad, reduciendo la posibilidad del tiempo muerto o de otros tiempos para la interacción intersubjetiva, para compartir y negociar gestos y actitudes.

Los medios masivos de comunicación tuvieron un papel importante en el afianzamiento de ideales nacionales y políticos. Luego de la segunda guerra mundial y durante la guerra fría, la propaganda se masificó y constituyó un fenómeno sin precedentes

a través de la radio y la televisión (Martín-Barbero, 1991). Según Marcuse (1967), la masificación es una de las características preponderantes de los medios modernos, la cual trabaja en varias direcciones como la homogeneización de las audiencias, la sumisión de las mismas en una actitud pasiva, la protección, transmisión y reificación de los puntos de vista propios de los emisores hacia otras clases socio-políticas.

La homogeneización implica la idea de un público modelo (ideal), una masa a la cual busca y se encamina, para ello evita la especialización de sus programas, contenidos, etc., para acceder a la mayor cantidad de público; en este punto la televisión no influye en la persona como individuo sino en la masa en general, igualándola, equiparándola, masificándola a través de roles sociales. En palabras de Simmel (Citado por Desiato, 1998), la comunicación generalizada “no se basa en la personalidad de sus miembros [de los del público], sino solo en aquellas partes que unifican a cada uno con todos los demás” (p.168). El público supuestamente acrítico, irreflexivo y homogéneo, se encontraría tentado por la fácil obtención de diversión, el carácter llamativo y simplista de la imagen televisiva; estableciendo muchas veces un acuerdo tácito con la televisión, en el que delega en el aparato la responsabilidad de juzgar qué ha de verse y qué no, librándose de paso de la tediosa labor de pensar al aceptar por completa la información que ofrece el medio.

La “pasividad del receptor es inducida y compensada por la diversión-distracción de la noticia-espectáculo” (Desiato, 1998, p.194). El asumir una postura pasiva carente de reflexión alguna es reforzada bajo principios conductistas con información lista para el consumo lo cual evita la labor reflexiva; pero los efectos de la imagen no se detienen ahí, sino que la misma realidad, regida por leyes naturales de difícil manipulación por parte del hombre, es superada por aquella imagen que se encuentra libre de ataduras ajenas al mismo ingenio humano. La imagen atenta contra la realidad al ser más útil y manipulable, además se ofrece completa, inmediata y sin requerir mayor trabajo, por ejemplo, con el uso de ilustraciones, diagramas y modelos para el diseño de motores o edificaciones, la imagen es más simple e incluso económica que aproximarse al objeto en sí, puede llegar a ahorrar tiempo, calcular gastos, materiales, acciones y reacciones antes de la producción definitiva del motor.

Es posible distinguir en la televisión una dinámica de auto-referencia que busca el aislamiento de los sujetos de la realidad, tal como plantea Baudrillard (2000). Los medios

giran cada vez más, ya no en torno a la realidad sino, en torno a sí mismos, creando un microcosmos de conocimientos televisivos al que se refieren constantemente, “los media remiten los unos a los otros y sólo hablan entre ellos” (p.217). Este microcosmos busca transmitir una postura preconcebida para los sujetos que pretende que ocupen la silla de espectador y presencien una charla de la que los medios en ningún momento le hacen partícipe. Si la televisión alguna vez se concibió como una prolongación de la vista, como un espejo de la realidad, ahora es posible afirmar que ha dejado de ser un espejo que refleja o en el mejor de los casos refracta, y ha pasado a ser una pantalla, y “no existe un más allá de la pantalla como [sí] existe un más allá del espejo” (p.205).

Thompson (Citado por González, 2007) entiende tres posibles interacciones entre sujetos, interacción cara a cara, mediada y semi-interacción mediada; la primera se caracteriza por la coexistencia de los participantes en un espacio tiempo común, además de ser espontánea, la segunda requiere el uso de tecnologías de comunicación, por medio de las cuales es posible extender el espacio tiempo, y la tercera es un forma de interacción entre sujetos que no comparten espacio-tiempo, además de no tener un destinatario específico y se hace posible gracias al empleo de medios que conserven o transmitan la información, esta interacción se caracteriza por ser monológica en lugar de dialógica (como sí lo son la interacción cara a cara y la interacción medida), encontrando en la pantalla un muro infranqueable a partir del cual se establece una situación monológica que ubica al sujeto en la silla del espectador. El sujeto tiene que enfrentar ese muro que habla a cualquiera que lo escuche, que llama la atención del que pase en frente, que habla más nunca escucha.

La pasividad es reforzada por la limitación de la participación de las audiencias al seguimiento emocional de la televisión, cuando, por ejemplo, la televisión recurre al melodrama, el cual se caracteriza por ofrecer información que poco requiere ser completada, exigiendo del público un seguimiento sentimental e identificación constante por medio de risa, odio y tristeza, aumentando la posibilidad de que los sujetos se vean a sí mismos en la pantalla (Martín Barbero, 1991). El melodrama entonces pretende que los sujetos se vean en los personajes y relatos que ofrece la pantalla, de lograrlo llevaría a la internalización de esas actitudes y roles con los que está cargada la televisión. Entonces la televisión es fuente de actitudes y formas de ver y ser en el mundo propias de los grupos

que ostentan poder sobre lo que es transmitido, también es promotora de posturas pasivas e irreflexivas en las audiencias; pasividad que lleva al sujeto a asumir una postura irreflexiva frente a sí mismo, al resto del grupo social y de la realidad.

La televisión se ha ganado ha sido rotulada como herramienta de dominación, manipuladora de cerebros y como extensión de poder político y económico de la hegemonía capitalista (Schiller, 1979), debido, no solo, a la utilidad que tradicionalmente ha mostrado para los grupos minoritarios que ostentan el poder de decisión sobre aquello a transmitirse o no, sino principalmente por ser un medio que en sí mismo posee elementos coercitivos enmarcados en dinámicas de consumo.

Martín Barbero (1991) apunta, frente a la labor de la televisión, la radio y el periódico en la sociedad capitalista, que principalmente ha sido una labor de tornar cotidiana la ficción, homogeneizar y masificar, logrando por medio de seriales y publicaciones de carácter melodramático y regular una fuerte expectación e identificación de las audiencias con la trama y los personajes, consiguiendo que la ficción pueda pasar por cotidiana y real. Una vez la ficción pasa como real, los valores de grupo y clase, que comunica el discurso mediático, fácilmente serán tomados como generales y aplicables al grupo social y la vida cotidiana. De esta forma se hace evidente la función socializadora que ha asumido la televisión, en la que ofrece y generaliza roles y tipificaciones con los que se organizan grupos e identidades grupales. Lo que se obtiene es la libre afiliación de individuos a uno u otro grupo de acuerdo a sus intereses personales, entablando procesos de socialización secundaria cuya fuente de tipificaciones y roles es el discurso del medio televisivo. Entonces la sociedad se torna homogénea en la medida en que los grupos comparten tipificaciones, roles y realidades; y se masifica al constituir un solo bloque bajo el paradigma de la cultura de consumo que busca “la reconciliación de las clases y reabsorción de las diferencias sociales [...] una sociedad profundamente individualista, la igualación de las condiciones, una uniformación de la maneras de vivir.” (Martín-Barbero, 1991, p.154-155)

Si las comunicaciones de masas reúnen armoniosamente y a menudo inadvertidamente el arte, la política, la religión y la filosofía con los anuncios comerciales, al hacerlo conducen estos aspectos de la cultura a su común denominador: la forma de mercancía. La música del espíritu es también la música del vendedor. (Marcuse, 1968, p.72)

La televisión está guiada por fines del mercado y no buscan unificar los gustos de consumo sino unificar la cultura del consumo, Marcuse (1968) acusa a los medios modernos, dentro de los cuales es posible ubicar a la televisión, de desatar el impulso erótico y ejercen su control ubicándolo no en la regulación de la satisfacción, sino en la creación de nuevas necesidades que satisfagan cada vez más al sujeto. Si la sublimación es la canalización de las pulsiones básicas de vida y muerte (Eros y Thanatos) a través de las vías de satisfacción permitidas por la sociedad, vías contempladas en los roles sociales y códigos de valores y comportamiento, la desublimación sería la ruptura de las prohibiciones sociales para la consecución de satisfacción de una u otra forma, esto es, obtener placer por los medios que sean y limitado solo por el bolsillo.

Pero la desublimación no puede darse en la nada, exige una materialidad, unas formas de satisfacción sin límites, y la sociedad capitalista se ha aprovechado de ello de tal manera que “parte de la sociedad, [...] puede permitirse conceder más que antes porque sus intereses han llegado a ser los impulsos más interiorizados de sus ciudadanos y porque los placeres que concede promueven la cohesión social y la satisfacción” (Marcuse, 1968, p.83). Hay una desublimación de carácter represivo (Baudrillard, 1994), donde se satisfacen los impulsos en pro de la cohesión de los distintos grupos sociales que se constituyen a partir del consumo, empleándose el consumo desmedido para potenciar la economía<sup>6</sup> con la máscara de una aparente libertad que, en sí misma, y según Marcuse (1968), solo es posible con el mismo avance tecnológico.

...el cambio radical que sufre la publicidad (... llega a) invadirlo todo transformando la comunicación entera en persuasión. Dejando de informar acerca del producto, la publicidad se dedica a informar los objetos dando forma a la demanda, cuya materia prima van dejando de ser las necesidades y pasan a serlo los deseos, las ambiciones y frustraciones de los sujetos. (Martín-Barbero, 1991, p.155)

Se atiende entonces a una mayor sujeción del sujeto, disfrazada de liberación y heterogeneidad. Los medios diversifican a los sujetos logrando generalizar la heterogeneidad y homogenizando el consumo y el placer desenfrenado, lo cual se logra desintegrando la cultura, las actitudes y tipificaciones desarrolladas por las instituciones de antaño, restándoles valor y convirtiéndoles en cosas obsoletas. La irrupción de los medios

---

<sup>6</sup> Durante la segunda guerra mundial y luego en la post-guerra, la propaganda en Estados Unidos se dirigía a promover el consumo de sus ciudadanos y con esto fortalecer la economía nacional frente a las demás.

en la negociación de roles que estructuran el grupo social, pone a disposición de los individuos un sinfín de nuevos valores, tipificaciones, formas de ser y ver el mundo que, al no tener el trasfondo histórico ni haber pensamiento dialéctico, se encuentran desligadas de la tradición que las gestó. El consumo y goce desmedido es posible en tanto se logre el abandono de cualquier conjunto de valores precedente que entorpezca la total movilidad de los individuos, para efectuar la posterior toma de valores propios de la sociedad neoliberal de consumo consiguiendo sujetos totalmente fluctuantes ante los cambios del mercado (Dufour, 2007). Por esto hoy en día no es raro ver a un afro-descendiente con la esvástica tatuada en el brazo, a un gringo ario con dreads hasta el piso o sicarios rezando a la Virgen del Carmen. La comunicación generalizada ha desvirtuado los diferentes discursos culturales para que funcionen como “refacciones” para el sujeto, y ante el analfabetismo histórico y/o el desligamiento histórico de los símbolos, ninguna de estas “refacciones” entra en conflicto con las otras.

Para Martín-Barbero este fenómeno es tanto un infortunio como una oportunidad de mejora:

Nos encontramos ante sujetos dotados de una elasticidad cultural que, aunque se asemeja a una falta de forma, es más bien apertura a muy diversas formas, y de una “plasticidad neuronal” que les permite una camaleónica adaptación a los más diversos contextos (Martín-Barbero, 1996, p.14)

Esa elasticidad es precisamente la principal característica que Boltanski y Chiapello (2002) destacan del individuo del tercer espíritu del capitalismo. Para los autores lo más importante en el mundo actual es el movimiento que puedan tener entre los diferentes momentos y actividades de la producción material o intelectual y, así mismo, la libertad de poner su competencia al servicio del mundo laboral, alcanzable a través del conocimiento especializado de idiomas, herramientas tecnológicas, movimientos, relaciones efímeras y utilitaristas; en pocas palabras, convirtiéndose en personas productivas, administradoras de su bien más preciado, su tiempo. La sociedad industrial avanzada, del capitalismo tardío o del tercer espíritu del capitalismo, atenta contra los valores cultivados y promulgados por las diferentes instituciones predecesoras; la movilidad, libertinaje, descentralización del conocimiento se contraponen hoy en día a la clásica estabilidad, la restricción de consumo, el ahorro y las relaciones monogámicas.

Los medios de comunicación, como tecnología y desarrollo humano tienen un carácter histórico que niega su neutralidad ante las pretensiones de dominación y vaciado de cabezas de las que habla Dufour (2003). El autor Francés afirma que el sujeto del orden neoliberal no responde a los grandes metarelatos y cosmovisiones de mundo, ni a los ideales fijos que organizaban la realidad, sino que se le pide ser totalmente móvil y ajeno a cualquier intento de trascendencia que pueda entorpecer el libre intercambio. Dicha empresa ha exigido tratar de homogeneizar al público mediante dos movimientos, el primero es el encasillamiento de la audiencia en una misma categoría que la suponga “público modelo”, generando un rol de “público modelo” al cual poco a poco se iguala la audiencia o público real. Y un segundo movimiento que busca generalizar la heterogeneidad, es decir, asegurar que todos los individuos gocen de la posibilidad de mostrarse heterogéneos y así mismo diferentes con respecto a los demás, esto se consigue ofreciendo un buen número de roles, actitudes y tipificaciones permitiendo al individuo confeccionar su propia imagen. Sin embargo a la aparente libertad que suceda al segundo movimiento, la heterogeneidad que se ofrece es engañosa pues no parte de razones históricas y culturales sino de la simple venta-compra, oferta-demanda y consumo de las distintas actitudes y tipificaciones del mundo. Con esta múltiple oferta, a través de los medios se resta valor a la posibilidad de oposición y resistencia, relativizando la resistencia hasta el punto de volverla obsoleta y oponiendo el pensamiento crítico al libre intercambio que profesa el sujeto neoliberal (Dufour, 2003).

La televisión por medio de la in-mediatez y la instantaneidad, se muestra atractiva y de fácil consumo, pues la imagen está ya hecha, es un producto y se muestra instantánea y fácil, además, la in-mediatez de los estímulos visuales y auditivos no solo entorpecen la toma de posición de los sujetos sino que también distorsionan la noción de realidad y, por último, la auto-referencia que hacen los medios a sí mismos sientan al sujeto en el asiento del espectador otorgando prevalencia a la pasividad.

### **1.3 Mediaciones y Televidencias**

Si bien los medios de comunicación pueden llegar a tener grandes efectos en el sujeto y en la sociedad, pensar que la interacción entre medios y audiencias tiene una inclinación del lado de los medios hasta el punto de que estos subsuman al sujeto y lo dominen por completo es una visión demasiado fatalista además de ingenua, dada la imposibilidad que

sería desconocer la carga cultural de cada sujeto, las visiones de mundo, tipificaciones, realidades construidas propias de cada grupo así como las distintas tensiones culturales, económicas e históricas que tienen peso en la interacción entre medios y audiencias, además de ignorar la capacidad que tiene el sujeto para auto-gestarse y reflexionar acerca de sí mismo.

Los medios de difusión modernos son mucho más que solo medios:

Son lenguajes, metáforas, dispositivos tecnológicos, escenarios donde se genera, se gana o se pierde el poder, son mediaciones y mediadores, lógicas, empresas mercantiles; son instrumentos de control y moldeamiento social, y a la vez, son dinamizadores culturales y fuente de referentes cotidianos; son educadores, representantes de la realidad y son generadores de conocimiento, autoridad y legitimación política. (Orozco, 1997, p.26)

La interacción entre medios y sujetos no se da en el vacío, sino que se encuentra mediada por factores sociales, culturales, ambientales y tecnológicos. Orozco (citado por Rodríguez, 2006) llama “mediación” al conjunto de procesos que intervienen y dan sentido a la interacción de las audiencias con los medios (Rodríguez, 2006.; Martín-Barbero, 1991). Orozco la entiende como el “proceso estructurante” que configura y reconfigura la interacción de los sujetos con los medios. Dicha interacción se relaciona con circunstancias sociales, culturales y con la experiencia subjetiva que surge de aquellas circunstancias (Ang, citado por Guerrero, 2004). Las Mediaciones tienen cabida en diferentes niveles que van desde lo individual hasta lo institucional y lo grupal, describiendo condiciones y contextos que enmarcan el proceso de recepción que cada sujeto hace de la información así como de los distintos procesos que tienen lugar en el sujeto antes, durante y después del consumo de los medios. Las prácticas que afloran de forma consciente o inconsciente en estos procesos son llamadas “televidencias” (Orozco, 2001).

Concretamente, Martín-Barbero (1991) plantea la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural como conceptos desde donde trabajar la mediación. La familia es un primer grupo de socialización en el que se configuran en gran medida las prácticas televisivas, dado que es también un grupo de discusión en el que el proceso de recepción se lleva a cabo antes, durante y después del contacto con el medio. La familia, como institución, comunica sus tipificaciones en la interacción cotidiana, mas no por ello deja de ser espacio para la pluralidad de miradas propias de cada integrante.

Siguiendo el planteamiento de Orozco (1996), la convivencia en familia es nicho de continuas interacciones intersubjetivas alrededor de la televisión generando constantemente procesos de interpretación y reinterpretación, este tipo de mediación dentro de la cotidianidad familiar es llamada “situacional” por el autor, pero esta mediación no es específica a la familia, sino que se refiere a cada uno de sus escenarios o ambientaciones (ambiente) donde se sitúa el proceso de televidencia, además de las posibilidades y limitaciones que ofrecen a los sujetos. Además, la familia es una de varias instituciones de las que es partícipe el sujeto, como lo son la escuela, la empresa, la iglesia, etc. Orozco (1996) llama a esta mediación “institucional”, con la cual fija la mirada no solo en la familia, sino en el conjunto de instituciones que llevan a cabo procesos de socialización con el sujeto y que por lo tanto intervienen el proceso recepción.

También está la “temporalidad social”, como las distintas tensiones culturales y productivas que configuran la percepción y distribución del tiempo en la sociedad. Así, por ejemplo, la televisión ha logrado que el tiempo libre deje de ser libre y pase a ser tiempo productivo, pues el consumo de televisión es el consumo de productos para los cuales se emplean personas, los comerciales producen ganancias, son un negocio para todos menos para los televidentes, además está el hecho de fragmentar el tiempo libre en horas o medias horas, correspondientes a la duración de los seriados y otros shows, hasta el punto de volverse predecible y cotidiana; mientras más fácil sea de ver también ofrecerá mayor rentabilidad y control. En la misma concepción del tiempo hay un elemento que incide en la dominación, y es que al pensarse el tiempo de forma lineal, donde una cosa sigue a la otra necesariamente, se crea una percepción lineal de las cosas, es allí donde la inmediatez e instantaneidad de la imagen televisiva tiene un peso importante ya que rompen con los procesos que llevan a las cosas, crean una visión in-mediata (sin medios) de las cosas obviando sus procesos de producción, reduciendo así la información que es dada al sujeto.

En tercer lugar, la “competencia cultural” hace referencia a la relación que tiene la cultura o las culturas con el mundo televisivo, es necesario tener presente aquel microcosmos al que la televisión se refiere constantemente, ese microcosmos surgido del diálogo del medio consigo mismo, pues al volverse presente en la vida cotidiana, el microcosmos alcanza el estatuto de “cultura popular” sirviendo como fuente de tipificaciones y roles. La relación que tenga la cultura con el mundo mediático tiene gran peso en la interacción de cada sujeto con los medios, dado que la cultura de su grupo puede

ser una parte más del pastiche indiferenciado que es la cultura televisiva (Jansson, 2000). Orozco (1991) por su cuenta propone la “mediación de referentes” para distinguir la relación entre los diferentes grupos (clase, etnia, edad, sexo) con los procesos de recepción; si bien la propuesta de Orozco toma en cuenta los distintos grupos sociales a los que puede adscribirse el sujeto como fuentes culturales diferenciadas, resultando un enfoque demasiado específico en que se corre el riesgo de objetivizar la cultura, tipificándola, definiéndola y delimitándola a cada grupo en específico. La mediación de referentes tan solo llega a sintetizar parte de la mediación de competencia cultural propuesta por Martín-Barbero (1991), no la agota en la medida que las diferencias culturales no siempre se deben ni se pueden dividir en sexo, edad, etc., razón por la cual la competencia cultural supone una mayor complejidad y así mismo una mirada menos específica y estática.

Orozco (2001) distingue otra mediación, la individual, la cual dirige la mirada hacia el sujeto y el conjunto de “características propias, producto de sus trayectorias y desarrollos vitales personales y de sus aprendizajes anteriores, de las apropiaciones peculiares de sus experiencias, de su creatividad, arrojo o inhibición, pero también de sus «visiones y ambiciones» hacia y más allá de la televisión.” (pp.162-163)

Dicha carga social y cultural está manifiesta en ese “otro generalizado” que conforma cada uno de los sujetos y dirige la visión de mundo proporcionando espacio para la mediación y la interpretación entre el medio y el sujeto (Desiato, 1998). El “Mí”, propuesto por Mead (1934), entra a ser un conjunto de predisposiciones ante los distintos signos, gestos y demás, filtrará la información y actuará como una primera guía para la interacción frente a la pantalla, dicha guía puede ser modificada mediante la interacción con pares y consigo mismo a través del pensamiento reflexivo; entonces es posible encontrar en el “Mí” una primera guía para la interacción con los medios, en la cual las tipificaciones y actitudes familiares y de otros grupos a los que pertenece el sujeto ayudarán a construir una posición que bien puede ser pasiva o de interlocución, bien se pueden ignorar a los medios, aproximarse cautelosamente o consumirlos sin mayor reparo.

Las mediaciones tienen lugar en las múltiples interacciones entre el sujeto y los medios y encuentran su base en la construcción social, histórica y cultural de la realidad, de la cual los sujetos se hacen partícipes tras la apropiación de ciertas reglas y roles (Berger y Luckmann, 1966) que conforman la forma de ver y ser en el mundo propia de cada quien pero no por ello totalmente distinta de la de otros sujetos. De esta manera, las mediaciones

individuales permiten concebir a las audiencias como armadas con un conjunto de aprendizajes y construcciones sociales que mediante la filtración de información permitirán asumir diferentes posturas frente a los medios y no desprovistas de herramientas con las cuales enfrentar a los medios de comunicación.

En últimas, las mediaciones definen “lo que los medios logran, y lo que las audiencias se apropian, negocian o rechazan de los medios, así como el uso que hacen de ellos” (Orozco, 1997, p.28). La televidencia, entendida como el conjunto de las prácticas, intercambios y negociaciones situadas en la interacción entre sujetos y medios, comprende intercambios simbólicos, afectivos, perceptivos y agenciativos (Orozco, 1996), termina configurando la interacción misma, a la vez que la interacción configura la televidencia. El intercambio simbólico se centra en la convención de significados y producción de sentidos, el afectivo refiere a las emociones y sensaciones que se desarrollan en la interacción, el perceptivo mira los patrones y géneros que condicionan la percepción y la producción de significados, y el agenciativo “se refiere al conjunto de actividades, tácticas y estrategias, hábitos y sobre todo usos, que despliegan la audiencia en su televidencia general” (Orozco, 1996, p.27).

La televidencia comprende los procesos de interacción desde los cuales se conforman estrategias que establece el sujeto. Las televidencias se enmarcan en un contexto histórico y cultural de consumo televisivo, en una tradición y un lugar específicos que a su vez son productos de constantes luchas sociales; es necesario recordar que las interacciones propuestas por el dispositivo televisivo son cuasi-interacciones mediadas (González, 2007), así que el sujeto puede producir nuevas relaciones o quedarse con las que el medio propone.

Cada televidente concretiza estrategias televisivas inspiradas en lo que le es característico en lo individual, para luego concretar también «contratos de videncia» (lectura o escucha) desde donde se conecta con los de otros, conformando «comunidades» de interpretación de los referentes televisivos (Orozco, 2001, p.163)

La conformación de comunidades interpretativas parece ser una forma de posicionarse ante la televisión y así afrontar las características dominantes, alienantes y de pasividad que porta. Entonces, para formar una mirada crítica de la pequeña pantalla es imprescindible reconocer en cada sujeto la capacidad consciente o inconsciente de negociación de televidencias que permitan posicionamientos frente a la televisión que

desemboquen en la trascendencia de la condición de espectador hacia la de interlocutor (Orozco, 1997).

Orozco (2001) se refiere a las televidencias como procesos siempre contextualizados y susceptibles a ser modificados con los que el sujeto hace frente a la televisión, es decir, las televidencias son estrategias que sirven al sujeto para negociar con la televisión. A partir de las características de la imagen como la inmediatez, instantaneidad, la facilidad de consumo, la suplantación del tiempo libre por tiempo de consumo y la inserción en la cotidianidad, el medio propone posturas pasivas para su consumo, siendo la televidencia, según Orozco (2001), el conjunto de estrategias desde las que se configuran las prácticas de ver, escuchar y ser con la televisión, siendo posible para el sujeto tanto aceptar una postura pasiva y simplemente satisfacer las necesidades de entretenimiento como construir formas activas y propias de consumir televisión.

La agencia del sujeto con respecto a la televisión se encuentra en establecer estrategias televisivas gracias a las cuales es posible negarse a la total sujetación que ofrece la televisión, la producción de televidencias propias exponen “la agencia del sujeto mediante el análisis de estrategias y tácticas en sus formas de ver, escuchar, percibir, gustar, pensar, soñar e imaginar la televisión” (González, 2007, p.34). Entonces, la constitución de televidencias es importante en la medida en que a través de éstas el sujeto puede negociar con la televisión posturas, significados y sentidos de mundo y de sí mismo, al reconocer en la televisión un aporte de roles sociales y visiones de sujeto y mundos que entran a acentuar o contravenir los roles y visiones que el sujeto ya ha internalizado y construido.

Sería entonces pertinente preguntar acerca de la construcción de televidencias; creyendo posible vislumbrar la construcción de subjetividades a partir de la posible agencia que constituyen las televidencias como prácticas personales, sociales y cotidianas.

## **2. HORIZONTE CONCEPTUAL**

A continuación se pretenderá plantear el problema de investigación y los objetivos a satisfacer con la presente disertación. Para ello se emplearán como base algunos de los más representativos trabajos acerca de recepción de medios de Martín-Barbero y Guillermo Orozco, quienes consolidaron algunos conceptos útiles para el estudio de la interacción con los medios. También se retomarán estudios de López de la Roche, Rueda, Cerda, Gómez y González, entre otros, los cuales servirán como referentes de posibles escenarios, poblaciones y contextos a tener en cuenta a la hora de abordar la relación entre televidencias y subjetividades.

En un segundo momento se menciona a los movimientos globalizantes y masificadores como causantes de múltiples y profundos cambios en la concepción de sujeto, los cuales se teme que nieguen la capacidad reflexiva de este ante la pantalla televisiva. Siendo esta preocupación la principal motivación de este estudio, radicando su importancia en la posibilidad evidenciar que la interacción con la televisión da cabida a procesos agenciativos del sujeto.

Finalmente se planteará el problema de investigación tratando de abarcar la importancia que han adquirido los medios de comunicación, en especial la televisión, en el ordenamiento social y en la consolidación de cosmovisiones, razón por la que se empleará el concepto de televidencia como estrategia que condensa las múltiples mediaciones que hay entre el sujeto y la pantalla, centrando el interés en la relación de la construcción de televidencias y la construcción de subjetividades.

### **2.1 Antecedentes**

El estudio de los medios ha tenido diversas aproximaciones, cada una guiada por una mirada paradigmática que anuda los medios de comunicación, sus características y efectos en la sociedad y en los sujetos, a un conjunto de visiones de mundo que les dan sentido. A

continuación se reseñarán brevemente cuatro corrientes de estudios de medios que han configurado su visión a partir de una cosmovisión de mundo.

Como primero, la teoría de los efectos, enmarcada en un momento donde la predominancia de la mirada científica estaba dirigida por la ciencias duras, exactas, naturales, obviando y casi despreciando la mirada humanista, con el énfasis puesto en el conductismo y su obsesión por predecir y controlar el comportamiento, la investigación se enfocaba en los efectos que tenían los medios sobre los individuos, reconociendo a estos últimos como simples organismos carentes de costumbres y visiones de mundo propias, plenamente homogenizados. La sociedad se aprecia plana y carente de diferencias culturales, étnicas e individuales; así, la investigación se lleva a cabo con la premisa de que los sujetos no son más que organismos, y que la relación entre medios y organismos es una simple transacción de carácter unidireccional donde el papel activo lo tienen quienes están tras el dispositivo mediático, los emisores (Guerrero, 2004). Sin duda alguna, el modelo de efectos otorga prevalencia al sustrato biológico del organismo humano, buscando objetividad por encima de posibles aristas sociales y subjetivas de la humanidad.

Al modelo de efectos le siguió el modelo de usos y gratificaciones que posó su interés del lado de las audiencias otorgándoles el poder de selección sobre los medios, este modelo responde al paradigma funcionalista que tuvo su auge en la década de los 60 (Sampedro, 1997), y pretendía elaborar conocimiento acerca de la relación entre medios e individuos, dándole mayor importancia a la selección y uso que los consumidores hacían de los medios y dando a estos últimos la función de responder a las necesidades de las audiencias (Guerrero, 2004). Aunque el peso de la investigación es puesto del lado de las audiencias aún se las sigue considerando carentes de criterios para la selección, resistencia y crítica frente a los mensajes mediáticos, ya que el criterio bajo el que las audiencias llevan a cabo la selección no es más que la gratificación que el medio les pueda otorgar, además, sea cual sea la selección que se realice, los individuos continúan viéndose como receptores sin ninguna herramienta con la cual posicionarse frente a los medios; entonces sigue siendo una relación unidireccional en la que cada persona apenas si tiene el poder de cambiar de canal (Sampedro, 1997).

Los estudios culturales se plantearon como el nuevo abordaje del estudio de medios, centrando la atención en la relación que estos últimos pudieran tener con la carga cultural

propia de cada comunidad y de cada sujeto, con la recepción que pudiera tener cada grupo, se entiende que el mensaje de los medios es polisémico y que depende en su gran mayoría de la interpretación que cada grupo social haga de él (Sampedro, 1997). Se habla entonces del proceso de recepción como una práctica cultural donde tienen lugar “procesos objetivos y subjetivos, a nivel social e individual” (Ibíd., 1997, p.150). Sin embargo, los estudios culturales desconocen en los medios la carga cultural e ideológica, ignoran las tradiciones que hablan de la influencia y el control social que ejercen los medios y los grupos dominantes y ese desconocimiento de contenidos dominantes y de las características propias del texto mediático redundan en un relativismo que se acusa de terminar en tautologías (Guerrero, 2004; Sampedro, 1997).

Finalmente, el análisis de recepción surge con la intención de suplir el relativismo presentado por los estudios culturales, y lo hace principalmente con el reconocimiento de discursos dominantes que se reproducen a través de los medios, pero que de ninguna manera suplantando los procesos de negociación y resistencia que son posibles en la recepción (Sampedro, 1997). Enmarcado en teorías de construcción social de la realidad y de los sujetos, el análisis de recepción permite una mirada tanto individual como grupal de los procesos de construcción de sujetos sociales y las diferentes relaciones que a partir de allí se entablan con los medios (Guerrero, 2004). Dadas las múltiples características sociales, biológicas y culturales de las audiencias, es posible hablar de diversas formas de consumo así como de distintos acercamientos e interacciones con los medios.

Dentro del análisis de recepción se encuentra el modelo de mediaciones múltiples, cuyos principales exponentes latinoamericanos son Martín-Barbero (1991) y Orozco (1996; 1997). Este modelo propone que las distintas características biológicas y culturales de los sujetos interfieren y filtran la interacción con los medios. Entonces, la pertenencia a distintos grupos, la vivencia de distintas experiencias, las condiciones de antes, durante y después del contacto con el medio, entre otras, son factores que median en la relación sujeto-medio, y a partir de las cuales es posible la construcción de prácticas, rituales y costumbres individuales y grupales de ver, escuchar, atender y ser con los medios.

Tanto el análisis de recepción como el modelo de mediaciones múltiples han encontrado su auge en el estudio de la recepción en grupos focales, tales como juventudes, tribus urbanas, etc. Razón por la que no se hallan muchas investigaciones que resalten el

valor individual de sujeto en la interacción con los medios. Ejemplo de ello es el trabajo realizado por Egido y cols. (1998), con el cual se trató de conocer los hábitos de recepción de medios en población universitaria de primeros y últimos semestres de la Escuela de Ciencias de la Información, indagando por situaciones de contacto con los medios a lo largo de la experiencia vital. Para ello se realizaron encuestas y entrevistas, con el ánimo recabar datos acerca de los hábitos de consumo mediático y de los diferentes usos que los sujetos daban a los medios. A grandes rasgos encontraron diferencias en la familiaridad, acceso y frecuencia que los estudiantes provenientes de pueblos y aquellos provenientes de urbes citadinas habían tenido en sus acercamientos a los medios, mostrando así las posibles mediaciones culturales e institucionales que habrían intervenido. También se logró observar que el conocimiento especializado acerca de los medios que poseían los estudiantes de últimos semestres de la Escuela de Ciencias de la Información influía en la conciencia que los sujetos tenían de sus prácticas de consumo y en la visión que estos tenían acerca de los medios de comunicación.

Este tipo de estudios se valen de una mirada hermenéutica de las vivencias con los medios, en la que los sujetos reportan a la vez que interpretan esas vivencias en la entrevista logrando un acercamiento transversal de la experiencia vital de los sujetos. Esta mirada hermenéutica y transversal puede no describir con exactitud el evento de contacto con los medios, pero logra enriquecerse con la interpretación que en la actualidad da el sujeto a sus acercamientos a los medios, promoviendo en él procesos de reflexión y posicionamiento a partir de los cuales es posible dar cuenta de construcciones de formas de ver y ser con la televisión. Este punto se fortalece con el desarrollo de formas propias de implementación y acercamiento a los medios por parte de los entrevistados, siendo la radio y la televisión medios importantes para la integración con grupos sociales, pero también para la diferenciación.

El análisis de recepción, al igual de los estudios culturales, reconoce en el sujeto la capacidad de construir hábitos, costumbres y rituales propios de acercamiento a los medios, desde donde se configure la interacción. Al respecto, Orozco (1990) señala que la interacción con los medios conlleva posicionamientos de los sujetos. Así que en ocasiones puede conllevar la complicidad del televidente, obteniendo la reproducción de los sentidos propuestos por el medio, o la negociación entre los mensajes y las distintas mediaciones del

sujeto, logrando como fruto de esa negociación apropiaciones críticas, alterativas, resistencias frente a los mensajes mediáticos, etc. Tanto Orozco (1996; 1997; 2001) como Martín-Barbero (1991) plantean la interacción con los medios de manera procesual enmarcada en la cotidianidad de los sujetos, de tal forma que en la interacción cotidiana con los medios se construyen prácticas de consumo, acercamiento y empleo de la televisión. Estas prácticas son conocidas como televidencias.

Acerca de las televidencias, Orozco (1990) estudió la construcción de televidencias en niños y el papel que tienen los padres, profesores y el ambiente familiar en general, empleando métodos cualitativos y cuantitativos como tratamiento estadístico de datos en busca de correlaciones a partir de muestras significativas sin pretender generalizar sus conclusiones. Se mostró que las televidencias, entendidas como prácticas culturales que definen los ritmos de vida y las demás interacciones y actividades sociales, se construyen a diario en los múltiples contactos que tienen con los medios y en las conversaciones previas y posteriores que sostienen con padres, maestros y pares acerca de los hábitos televisivos, de los contenidos, de los diferentes roles que tienen los niños en la sociedad y cómo esto se ve afectado por el consumo mediático.

Para Orozco (1990) son importantes los hábitos y condiciones situacionales a la hora del contacto directo, las conversaciones que sostienen con padres y maestros acerca en la valoración social y familiar que tiene la televisión, las predisposiciones formadas a lo largo de la vida y las interacciones con pares mediadas por el consumo mediático. Como conclusión puede destacarse que la televidencia como práctica cultural se construye cotidianamente, los diferentes hábitos y prejuicios frente a la televisión son aportados por múltiples mediaciones, obteniendo así una interacción rica en negociaciones y resistencias, donde las televidencias se produzcan a nivel individual y grupal insertándose en la vida social y no se limiten al contacto directo, sino que trasciendan a un antes, durante y después.

Gómez y González (2006) estudiaron la conformación de reglas de recepción televisiva en niños caleños pertenecientes a familias de diferentes estratos y diversas concepciones de educación, encontrando que las televidencias, constituidas por múltiples interacciones y regidas por reglas, surgen de la interacción cotidiana con la pantalla y la negociación de reglas con los padres acerca de los tiempos y espacios para el consumo

televisivo, siendo de gran importancia la experiencia de los padres frente a la televisión, la concepción que estos tengan de la pequeña pantalla y la distribución del tiempo de los niños, la cual puede estar regida por la escuela y hacer las tareas, labores domésticas o los horarios televisivos, a partir de estas regulaciones se constituyen reglas más o menos constantes en el tiempo. Los autores afirman que las televidencias se construyen como regulaciones de la recepción y como formas de negociar con padres y pares acerca de las prácticas de recepción televisiva.

Es importante entender las interacciones entre sujetos y televisión inmersas en tensiones sociales que entran a dirigir las formas de consumir los medios a la vez que son retroalimentadas por el consumo mismo generando una dialéctica en el consumo social. Por ejemplo, Rueda (2000) observó en niños urbanos y rurales de diferentes estratos por medio de entrevistas y juegos, que la construcción de hábitos de lectura y televidencia dependen en gran medida del capital cultural de los padres y de las costumbres de acompañamiento que los niños tienen tanto en casa como en las escuelas; la autora enfatiza en estos acompañamientos pues a lo largo de las entrevistas fue posible observar que el concepto que se tiene de los libros y de la televisión no concuerda con las prácticas reales, es decir, por más que los niños reportaban ver al libro como un importante aporte de conocimiento e incluso decir que les gustaba leer, no demostraban prácticas congruentes con lo reportado, abriendo la posibilidad para sospechar que podrían estar repitiendo el discurso que se les inculcaba en la escuela o en el hogar. De esta manera la autora mostró que el estrato se relaciona íntimamente con el capital cultural y el tiempo que los padres dedican a sus hijos, factores de gran importancia en la construcción las diferentes prácticas y acercamientos que tienen los niños frente los libros y la televisión.

Congruentemente con Rueda, Cerda (2001) observó a partir del trabajo sobre encuestas y estadísticos, la importancia del género en la constitución de diferentes prácticas de ver televisión en la vida cotidiana, entendiendo que el género, como construcción social y cultural, se traduce en gustos, relaciones de poder dentro de la familia y roles predefinidos por el grupo social. La autora encontró, que los gustos y roles se negocian o se acentúan en la cotidiana interacción de los sujetos (por separado) y sus familias con la televisión, haciéndose presente la relación dialéctica que existe entre los roles sociales y las prácticas de consumo mediático desde la que se configuran las prácticas y modifican los

roles, demostrando que en las prácticas televisivas se construyen identidades tanto individuales como grupales.

López (2000), por su parte, estudió la familia y la posición social de los individuos a través de los hábitos de consumo televisivo reportados por niños urbanos y rurales de diferentes estratos socioeconómicos y grupos culturales (había un grupo de niños indígenas de las comunidad Paez), encontrando que los niños caracterizan a su familia de acuerdo a las familias mostradas en la pantalla e incluso llegan a interpelar a la sociedad a partir de la experiencia televisiva. La televisión se convierte en una ventana hacia la realidad, llegando incluso a suplantarla o simplemente a obtener mayor preferencia por parte de los niños, quienes muchas veces encuentran en la pantalla un escape de sus agobiantes vidas.

El trabajo de López (2000) permite entender la importancia de la televisión en la apropiación de roles y visiones de mundo por parte de los niños, estos aportes del medio televisivo no solo actuarán en el posicionamiento de los niños en la red social, sino que también tendrán eco en la conformación de cada niño como sujeto, en la agencia. Los estudios de Cerda (2001) y de López (2000) abren la posibilidad de preguntar ¿hasta qué punto las televidencias tienen implicaciones en la construcción de sujetos? ¿Hasta dónde las televidencias son construidas a la vez que las subjetividades? Y en ese mismo sentido ¿pueden ser las televidencias construcciones subjetivas?

Frente al uso de medios de comunicación en la construcción de subjetividades es posible observar en el estudio de Vélez (2009) una investigación por medio de relatos de vida que observa cómo jóvenes caleños construyen formas alternativas de sobrellevar sus desventajas sociales, culturales y económicas. Los medios son empleados como fuentes de roles y actitudes, como socializadores de sujetos al mundo del Rap; mundo que no solo genera cohesión social sino que abre la posibilidad de construir formas alternativas de vivir la vida, de construir sociedad en la interacción con pares.

Igualmente, Hoyos (2009) reflexiona acerca de la subjetividad en cinéfilos, reconociendo en dicho grupo sujetos cuya agencia se ve atravesada por la interacción y las distintas formas que construyen para acercarse al Cine. El autor emplea los relatos de vida a través de entrevistas en profundidad para mostrar las diferentes maneras en que cada uno de los sujetos emplea el cine para agenciarse, ejemplos de ello son la formación de grupos de

discusión, la selección del material filmico, la reflexión acerca de la sociedad y de sí mismo a partir del cine, etc., el estudio logra establecer que la interacción con los medios enriquece el diálogo reflexivo y hacen posible la construcción de ciertas subjetividades.

Por su parte, Piracón (2008) aborda el cuerpo como objeto construido cotidiana y socialmente a partir de los efectos que tenga sobre el mundo y las auto-percepciones, además de estar sujeto a un conjunto de reglas físicas y temporales, el cuerpo se constituye en un punto nodal para la construcción de percepciones y formas de ser en el mundo. Los medios, en tanto realidades virtuales, posibilitan el acceso a otras formas de vivir el cuerpo, incluso la adaptación a un cuerpo virtual diferente al propio, así como experimentar vivencias en ese mundo virtual, interactuar con otros sujetos, e incluso construir identidades y comunidades. Entonces, la pantalla propone ciertas formas de interacción con los sujetos, está en los sujetos aceptarlas o negociarlas, y en este proceso también se llega a negociar concepciones de sí mismo, de la propia corporalidad, percepciones de realidad, etc.

## **2.2 Justificación**

El presente estudio nace del interés por el sujeto y la preocupación por su capacidad de reflexión y asunción de postura frente a las diferentes tendencias consumistas y de enajenación que abundan en los discursos posmodernos. En este contexto aparece la televisión como medio masivo de comunicación, inscrito en procesos de globalización y enmarcado en una cultura predominantemente consumista bajo directrices capitalistas y neocapitalistas; la televisión es un medio masivo que debe reconocerse como herramienta de transmisión de valores, ideologías y perspectivas de realidad, que ha adquirido enorme influencia en la estructura social y por tanto en los procesos de socialización y construcción de sujetos. El interés se centró en la interacción entre televisión y sujetos, entendiendo que es en la interacción con otros (sujetos, discursos, etc.) que el sujeto surge, se define, afilia, identifica y agencia.

Frente al problema del sujeto posmoderno y las múltiples fluctuaciones y cambios que tienen lugar actualmente con respecto a los grandes paradigmas de sujeto establecidos a lo largo del siglo XX, sujeto de la razón de Kant y sujeto paranoide postulado por Freud (Dufour, 2003), la psicología ha asumido posturas que van desde el acercamiento objetivo y estático al sujeto hasta el estudio de las subjetividades y realidades que se conforman con la

ruptura de los grandes metarelatos que ordenaban al mundo. Asistimos entonces a un momento de incertidumbre en los significados establecidos, de ruptura de las costumbres y perspectivas de mundo y total movilidad de los sujetos, quienes al parecer alternan su forma según sea más conveniente de acuerdo a las tensiones sociales e históricas que a la vez desembocan en exigencias del mercado a los sujetos.

Este trabajo propone una mirada dinámica y social, concibiendo al sujeto como emergente en la interacción social, y entiende la subjetividad como proceso a partir del cual se hace posible el sujeto en el eje de total sujeción – total movilidad, inscribiéndolo en dicha tensión constitutiva de sujetos. Sin embargo, la subjetividad es un constructo poco estudiado por la psicología, encontrándose aproximaciones y desarrollos desde otras disciplinas y campos del saber como la sociología, la antropología, la filosofía, entre otras. Por lo tanto, una investigación que estudie la subjetividad con una mirada interdisciplinar resultaría valiosa en tanto amplíe el panorama de fenómenos y metodologías de la psicología.

Así mismo, el presente estudio tiene como referente al análisis de recepción, corriente de estudios que ha tomado fuerza en las últimas décadas como una de las principales opciones en el estudio de medios, cuyas investigaciones tienden a concentrarse en las distintas interacciones que tanto sujetos como grupos focales tienen con los medios y sus contenidos, pero pocas veces han mirado al individuo (que no por individual deja de ser social) y los procesos que tienen ocurrencia referentes a la subjetividad. Se busca abordar, describir y pensar la relación sujeto-televisión desde una perspectiva interaccionista que permite comprender al sujeto y la subjetividad como procesos inscritos en un momento social e histórico del cual hace parte la televisión como fuente de referentes sociales. Es por eso que el presente estudio resulta pertinente y aporta la comprensión de la interacción y la dinámica existente entre subjetividad y televisión haciendo posible observar lo social a través de lo individual, esperando contribuir de esta manera a una comprensión social y holística del sujeto que no desconozca su individualidad.

### **2.3 Problema de investigación**

Los medios de comunicación transmiten y proponen a las audiencias formas de ser en el mundo así como maneras específicas de interacción que se encuentran guiadas por

discursos propios de los grupos tras los medios. Es posible entender la televisión como un medio para conseguir satisfacción inmediata e instantánea con imágenes de fácil consumo y sonidos que envuelven, saturan y atiborran los sentidos de la audiencia, facilitando la transmisión unilateral de significados, roles y formas de interacciones que no solo entorpecen la toma de posición de los sujetos sino que también distorsionan la noción de realidad.

Sin embargo, resulta ingenuo aceptar la total sumisión de las audiencias ante la televisión y su omnipresencia pues sería negar la capacidad de los sujetos para orientar sus puntos de vista, construir realidades sociales, y regular su propia conducta. Al reconocer al sujeto como activo y agente de sí mismo se deben plantear otras forma de interacción entre sujetos y medios diferentes a las dinámicas de dominación y sumisión que se sobreentienden desde las miradas tradicionales de los estudios de medios y que se ven apoyadas desde la psicología conductual con la concepción del sujeto como un objeto o un organismo que responde a configuraciones ambientales y es dependiente de agentes externos ajenos a sí mismo.

La agencia individual está íntimamente incrustada en la agencia social por lo que es posible entender al sujeto inmerso en un momento histórico y social definido sin llegar a desconocer la capacidad individual de construir identidades y subjetividades propias similares a la vez que diferentes del resto del grupo social. Siguiendo a Mead (1934), la agencia es posible gracias a la reflexividad con la que el sujeto puede volcarse hacia sí mismo y modelar su papel en el grupo social logrando regular su propia conducta a partir de la interacción con sujetos y discursos que circunden su cotidiano vivir y hagan posible la caracterización y construcción de sentidos de sí y del mundo.

Es posible entender la subjetividad como un conjunto de procesos que surgen en la interacción intra e intersubjetiva, enmarcados en condiciones históricas, económicas y sociales que ejercen tensión entre la total sujeción y la completa libertad, encontrando dicha tensión en la toma de referentes sociales que organicen y direccionen el ser y el obrar del sujeto además de la conformación de sentidos propios y personales que sedimenten formas particulares de ver el mundo. Solo a partir de la elaboración de sentidos individuales se hace plausible el movimiento reflexivo, tomándolo como la vuelta sobre sí mismo, sobre

los roles sociales, las tipificaciones y cosmovisiones tomadas como propias; entendiendo la reflexividad como el seno de procesos de gestión individual y social.

La interacción con el medio televisivo se enmarca en la cotidianidad de la mayoría de los sujetos, circunda los espacios y momentos familiares y hasta invade la privacidad de las habitaciones. La televisión también se ha convertido en una de las opciones predominantes de ocio y diversión, ha logrado postularse como posibilidad educativa y se muestra como una fiel ventana del mundo que extiende el ojo humano hasta límites insospechados otorgando el control remoto del tiempo y el espacio. Sin lugar a dudas la televisión es uno de los medios de comunicación paradigmáticos del último siglo ocupando hoy por hoy desde los espacios y momentos más cotidianos hasta los más recónditos, acompañando las actividades más comunes y alimentando las visiones de mundo.

La infiltración de la pantalla televisiva en la cotidianidad hace posible la conformación y toma de roles sociales individuales y familiares en la organización de la sociedad y la realidad mostrada por la televisión, según lo muestran Cerda (2001) y López (2000). Estos dos estudios hablan de la relevancia que ha adquirido el discurso mediático en la organización social, fenómeno que repercute en la construcción social de la realidad y los sujetos, concibiendo nuevas subjetividades atadas a la realidad de la televisión, lo cual da pie a cuestionamientos acerca de la posibilidad de reflexión que puedan tener los sujetos sobre sí mismos y sobre la visión de mundo que es transmitida por el discurso televisivo.

El sujeto surge y se construye en la interacción social la cual puede darse en un sinfín de escenarios y tiempos y en contacto con muchos interlocutores. La preocupación que se extiende a lo largo de este trabajo se fundamenta en la interacción que los sujetos establecen con los medios de comunicación en la cotidianidad, preguntando específicamente por la televisión, un medio masivo de comunicación cuyas características e historia le han situado como una importante fuente de tipificaciones de sujeto y de mundo. La relación entre sujetos y televisión no puede pretenderse simple y llana, por el contrario, parece ser nicho de múltiples discursos que establecen ciertas dinámicas dentro de las familias y los grupos de pares, además de encontrarse atravesada por múltiples visiones sociales del mundo a partir de las cuales transmite y afirma roles sociales, étnicos, de género, etc., que pueden estructurar la vida social.

De la diversidad de comportamientos que el sujeto podría tener frente a la televisión, algunos se decantan como estrategias o rituales predilectos de consumo televisivo constituyendo formas propias de interacción con el medio que sirven al sujeto para negociar con la televisión y establecer “contratos” o acuerdos tácitos basados en la interacción cotidiana. Estas estrategias son llamadas televidencias, las cuales configuran prácticas de ver, escuchar y ser con la televisión, y sirven para negociar posturas, perspectivas de realidad, ideas, significados, referentes sociales, etc., haciendo posible para el sujeto tanto aceptar una postura pasiva y simplemente satisfacer las necesidades de entretenimiento, como construir formas activas y propias de consumir televisión; esto permite entender las televidencias como importante nicho de procesos de construcción de realidades, identidades y subjetividades.

La pregunta recae en el proceso de construcción de televidencias, cuestión que centra la atención en las distintas prácticas, trayectorias y contextos. Por prácticas se entenderán las actividades que tienen ocurrencia en la cotidianidad con el medio y a partir de la cual se sedimentan y enriquecen las interacciones; reconociendo como prácticas la relación de tiempos de contacto, las distintas preferencias de programación, el acompañamiento de familiares o pares así como las posibles conversaciones que se den antes, durante y después del momento de contacto, las actividades que acompañan la interacción con la televisión, la prevalencia del consumo mediático sobre otras actividades, entre otras.

En cuanto a las trayectorias, serán entendidas como los diversos recorridos, agrupaciones de eventos, fenómenos y experiencias que a lo largo del periodo vital del sujeto han incidido en los acercamientos al medio televisivo orientando el establecimiento de prácticas y perspectivas acerca de la televisión, del mundo y de sí mismo. La observación de trayectorias de construcción de televidencias permite apreciar su temporalidad, ofreciendo una mirada complementaria, profunda y holística de los procesos de construcción de televidencias a lo largo de la vida del sujeto.

Por último están los contextos, que son condiciones sociales, económicas, históricas, culturales y familiares que enmarcan y ubican la interacción entre sujeto y televisión de tal manera que median en la construcción de televidencias y condicionan los procesos de agenciamiento.

Las televidencias, como estrategias para la interacción con el medio televisivo, juegan un papel relevante en los procesos de construcción de subjetividades, entendiendo que el sujeto suele ubicarse o desplazarse en una gamma de posturas activas o pasivas, proceso que toma relevancia en la interacción con otros sujetos, surgiendo así la inquietud por las relaciones entre los procesos de construcción de televidencias y los procesos de construcción de subjetividades; pregunta que está encaminada a explorar y distinguir la multiplicidad de formas que puede asumir el proceso reflexivo en la interacción cotidiana y estratégica entre sujeto y televisión, centrando la mirada en la toma de posición del sujeto dentro de las polaridades activo-pasivo y esperando que el sujeto, como ser en constante construcción varíe y se sitúe en diversas posiciones negociadas gracias a las televidencias, que se juegue como sujeto constantemente en cada interacción con la televisión y de esta forma se esperaría atestiguar algún tipo de relación recíproca entre las televidencias y los procesos de agencia y reflexión.

## **2.4 Objetivos**

### **2.4.1 General**

- Explorar las relaciones entre procesos de construcción de televidencias y procesos de construcción de subjetividades.

### **2.4.2 Específicos**

- Describir procesos de construcción de televidencias identificando prácticas, trayectorias y contextos.
- Identificar mutuas incidencias entre procesos de construcción de subjetividades y procesos construcción de televidencias.

### 3. HORIZONTE METODOLÓGICO

La investigación en ciencias sociales por lo general retoma estrategias metodológicas lejanas a la cuantificación de los objetos de estudio, entendiendo la realidad, los sujetos y las interacciones como objetos complejos a la vez que diversos y cambiantes, haciendo difícil el acercamiento a través de instrumentos que privilegian lo estático y que rozan con el reduccionismo de los objetos estudiados. Pese a la dualidad existente entre métodos cuantitativos y cualitativos, el valor de cada uno subyace en el universo de fenómenos que pretenden medir, analizar y comprender, obteniendo su utilidad de acuerdo a los objetivos de investigación.

La subjetividad es un constructo cuya cuantificación y medición resulta inoficiosa dado su carácter dinámico, es así que no importa la cantidad de subjetividad que se tenga sino el tipo de subjetividades que se conforman, los caminos que se toman y los factores de relevancia. Se buscó comprender la subjetividad desde un enfoque fenomenológico que permitiera entender lo social desde la propia perspectiva del actor (Taylor y Bogdan, 1987), de tal forma que se obtuviera una mirada de fenómenos pasados desde la actualidad del sujeto, así como una comprensión de lo social desde la individualidad del entrevistado, y sea esta perspectiva objeto mismo de análisis y contraste teórico.

Según la revisión de antecedentes realizada, la estrategia más adecuada para lograr una descripción compleja de las subjetividades emergentes de la interacción con los medios de comunicación es la realización de relatos de vida a partir de entrevistas en profundidad. Aceves (1999, 2008) recomienda el empleo de relatos orales para un aproximamiento fenomenológico y hermenéutico a la subjetividad, así mismo lo recomienda Medina (2008) para el estudio y reconstrucción de fenómenos tanto históricos y sociales, como

individuales. Hoyos (2009) empleó esta estrategia de corte cualitativo logrando conocimiento de las interacciones desarrolladas entre sujetos y cine, las cuales dan paso a procesos agenciativos. De la misma manera se buscó que los relatos de vida construidos a partir de entrevistas en profundidad hicieran posible el conocimiento acerca de las subjetividades que se construyen en la interacción con la televisión.

Los relatos de vida aparecen como una opción viable para observar manifestaciones de subjetividad en una serie de narraciones de eventos y experiencias propias del sujeto entrevistado, congruentemente, la entrevista en profundidad ofrece una perspectiva enriquecedora y complementaria que permite apreciar tanto al individuo como al entretejido de sentidos y significados sociales que se urden a partir de la relación entrevistador-entrevistado.

### **3.1 Método**

#### **3.1.1 Relatos de Vida**

Los relatos de vida hacen parte del grupo de aproximaciones a partir de relatos orales que han tenido auge en las ciencias sociales en las últimas décadas, este método tiene un fundamento fenomenológico según el cual las perspectivas, eventos y sentimientos expresados por el entrevistado son fuente de conocimiento válido para la investigación. El enfoque fenomenológico busca “siempre como información o dato lo que los sujetos sociales expresan por voz propia, le permite a la historia oral acceder al punto de vista del actor social, al conocimiento del entramado simbólico del que surge el testimonio en la situación específica propiciada por la práctica de la historia oral” (Aceves, 2008, p.14); esto hace posible al investigador obtener conocimiento de procesos subjetivos del entrevistado y su entramado histórico y social.

La elaboración de relatos de vida se lleva a cabo a través de una serie de encuentros dirigidos por el interés del investigador, en los que se busca producir relatos orales de trayectorias personales que den cuenta de “la historia de la región, grupo, medio social, familiar, en tanto emergente de un complejo entramado social y cultural” (Barbieri, 2007). En lo referente con la negociación de televidencias, el método de relatos de vida otorga acceso a “información sobre la estructura, la dinámica y el funcionamiento de la vida mental [...] sobre el sistema de creencias del sujeto, sus conocimientos prácticos, sus

códigos culturales y referenciales, etc. [...] permiten obtener visiones sincrónicas y diacrónicas de la vida en una sociedad y una cultura” (Yuni, 2005, pp.172-173; citado por Aceves, 2008, p.21). Obteniendo así conocimiento del conjunto de roles y valores que guían las interacciones del sujeto.

Por otro lado, los relatos orales exigen la reconstrucción de fenómenos del pasado consiguiendo evidenciar la subjetividad como impronta personal en la resignificación de dichos fenómenos. “Lo que muestran los relatos son segmentos de aconteceres, de versiones y significados, cruzados, entramados en complejas relaciones que configuran el texto mismo de la historia. Relatos cruzados que, cambiando el acento de un hecho a otro, cambian el rumbo y el significado de la historia propia y social” (Medina, 2008, p.167). Se aboga entonces por un enfoque hermenéutico a partir del cual dar cuenta de la subjetividad como proceso que da sentido a fenómenos pasados.

Por medio de la elaboración de relatos de vida se examinaron trayectorias y prácticas de interacción con el medio televisivo, así como eventos relevantes en el proceso de construcción de televidencias tales como normas, compañías, preferencias, entre otras. Además, a través del proceso hermenéutico llevado a cabo por el sujeto se esperó apreciar rasgos subjetivos evidenciados en sentidos, acentos y énfasis, pues “La historia oral tiene a la subjetividad como uno de sus objetos centrales de indagación y lo seguirá siendo mientras persiga las memorias y los olvidos en la experiencia vital de las personas con las que interactúa” (Aceves, 2008, p.13).

## **3.2 Técnica e instrumentos**

### **3.2.1 Entrevista en profundidad**

La presente investigación tiene por objeto los tipos de subjetividades que surgen de la interacción con el medio televisivo, situando la atención en los procesos de construcción de subjetividades a partir de la constitución y negociación de prácticas de consumo mediático referentes a la televisión (televidencias). La entrevista en profundidad ofrece una perspectiva fenomenológica que otorga mayor importancia a aquello que el entrevistado percibe como importante, es una técnica de investigación cualitativa empleada principalmente para obtener información detallada y profunda acerca de perspectivas propias de la persona entrevistada (Taylor y Bogdan, 1987), a través de esta se busca

recabar en las memorias más íntimas y en las apreciaciones más personales con el fin de entender la manera como perciben y re-crean sus experiencias, y cómo estas han configurado su vida (Aceves, 1999).

Puede entenderse la entrevista en profundidad como una serie de diálogos vertebrados por la búsqueda de un conocimiento particular acerca de un evento, vivencia o perspectiva. La entrevista en profundidad es una herramienta valiosa que permite conocer cómo una persona ve el mundo, a través de la narración de eventos y la descripción de sensaciones y sentimientos en distintas experiencias de vida. Gracias a la cercanía que puede entablarse entre entrevistador-colaborador es posible apuntar a la comprensión que los individuos hacen del mundo (Taylor y Bogdan, 1987). Dada la naturaleza subjetiva de su objetivo, la entrevista en profundidad se perfila como una herramienta flexible y dinámica, cuya estructura se debe al ritmo negociado de la interacción investigador-colaborador careciendo de rigidez y dificultando el establecimiento del número de sesiones recomendadas para la obtención de la información adecuada para el cumplimiento del objetivo de investigación. Estas características hacen de la entrevista en profundidad una herramienta versátil e idónea para la investigación cualitativa de procesos de construcción de subjetividades.

Para la elaboración de un relato de vida a partir de la técnica de entrevista en profundidad se contemplarán descripciones profundas de prácticas de contacto con el medio televisivo, trayectorias y condiciones sociales e individuales que funcionan como contexto de los procesos de construcción de subjetividades y televidencias.

Así que la entrevista se enfocó en las prácticas, entendidas como las diversas acciones que circundan el contacto con el medio televisivo, indagando por actividades como charlar, comer, hacer los deberes, leer, entre otras, además de las distintas compañías de familiares, amigos, parejas, mascotas, entendiendo que su co-ocurrencia dirige y enriquece la interacción sujeto-televisión. También es importante obtener información acerca de la cantidad e intensidad de tiempo en que se ve televisión buscando comparar y relacionar tiempos de contacto con el tiempo destinado a otras actividades, esperando abrir un horizonte de conocimiento que permita entender la importancia de la pequeña pantalla en la vida cotidiana del sujeto.

Tratando de dar cuenta de las trayectorias se urdió en la memoria de los colaboradores por experiencias que fueran consideradas relevantes en su desarrollo como sujeto, ahondando en aquellas que hayan incidido notablemente en su construcción como sujeto televidente; entretejiendo el relato con los eventos, sensaciones e incidentes que a lo largo del periodo vital del sujeto hayan marcado, influenciado y acuñado prácticas pasadas y actuales de interacción con la televisión.

Por otra parte, las condiciones hacen referencia a las características del momento histórico, a las tensiones económicas, sociales y familiares en las cuales se encuentra inscrito el sujeto y que enmarcan sus perspectivas de mundo y su actuar. El proceso de adentrarse en las condiciones en que se gestó el sujeto apunta a una mirada holística muy valiosa a la hora de profundizar en pequeños tramos de la experiencia vital que esclarezcan los procesos de construcción de televidencias.

### **3.2.2 Instrumentos y procesamiento de la información**

Para el registro de datos se contó con un cuaderno de notas, una grabadora para facilitar la transcripción de datos y el apoyo de una persona que ayudó en la toma de apuntes y en la formulación de preguntas.

Las entrevistas fueron transcritas y revisadas para asegurar una transcripción literal, luego se procedió a depurar la información contrastándola y completándola con las notas de campo. Una vez se obtuvieron relatos el paso a seguir fue la creación de categorías de análisis que facilitarían el tratamiento de los datos. Para el análisis de la información se empleó Atlas.Ti 6, un software especializado en el análisis cualitativo que permite citar, categorizar y relacionar fuentes de datos, además, soporta diversos formatos de video, audio, imagen y texto, lo cual hace de este software una herramienta versátil. Las entrevistas fueron categorizadas en “Contextos”, “Trayectorias”, “Prácticas” y “Construcción”, que a su vez contenían sub-categorías como “condiciones culturales”, “económicas”, “históricas”, “sociales” y “familiares” para la primera; “preferencias”, “tiempos de contacto”, además de “reglas y restricciones” en las trayectorias; “acompañamiento de familiares”, “conversaciones antes, durante y después del contacto”, “actividades co-ocurrentes”, “preferencias de programación”, “prevalencia” y “tiempos de

contacto” en las prácticas y finalmente se emplearon las sub-categorías de “construcción de televidencias” y “construcción de subjetividades” para la categoría de construcción.

### **3.3 Sujetos de Estudio**

Para la elaboración de los relatos de vida y el proceso de la entrevista en profundidad se escogieron tres jóvenes de entre ocho, dos hombres y una mujer, de edades entre 21 y 23 años de edad, contemplando que la negociación de televidencias encuentra mayor interés personal en la población juvenil, etapa en la que pueden hallarse procesos maduros de negociación de significados, realidades, identidades y televidencias que tal vez no puedan apreciarse con tanta facilidad en la niñez. También está la posibilidad de abordar regresiva y reestructivamente los conflictos y experiencias de la etapa de niño, permitiendo una mirada rica en construcciones de roles, identidades, reglas, etc., y sus posteriores incidencias hasta llegar a la actualidad que no sería posible de llevarse a cabo el estudio con niños. La población juvenil ha sido abordada en anteriores estudios (Egido y cols., 1998; Vélez, 2009; Hoyos, 2009), caracterizada por múltiples conflictos, diferenciaciones y afiliaciones a nivel individual y social, nicho de procesos de identificación, reflexión y construcción de subjetividades; todos rasgos que hacen de los jóvenes una población altamente interesante para la observación, descripción y posterior análisis de la construcción de televidencias y subjetividades.

Se buscaron sujetos que cumplieran con algunas características básicas que se establecieron con el fin de delimitar y facilitar los objetivos propuestos para el estudio, de esta forma se llevaron a cabo charlas previas con los participantes las cuales tuvieron como fin seleccionar aquellas personas que tuvieran alguna filiación con la televisión y que se reconocieran a través de sus trayectorias o sus prácticas como televidentes constantes; asimismo se prefirieron personas que ubicaran el consumo televisivo como una actividad preferente en su repertorio de actividades cotidianas, disponiendo de una porción importante de su tiempo libre. También se buscaron sujetos que se encontraran clasificados entre los estratos socioeconómicos 2, 3 y 4<sup>7</sup>, asumiendo que estos niveles medios de la

---

<sup>7</sup> Según la legislación colombiana, en el país se maneja una clasificación estratificada de 1 a 6, que contempla el acceso a servicios públicos domiciliarios, la ubicación inmobiliaria (urbana o rural), entre otros indicadores socioeconómicos que facilitan el cálculo de impuestos y beneficios sociales, así como también una apreciación del nivel de capital económico, entendiendo los estratos 1 y 2 como bajos, 3, 4 como pertenecientes a la clase media, el 5 como medio alto y el 6 como estrato alto.

sociedad expresan algunas condiciones y disposiciones económicas, sociales y culturales similares entre sí, como la posibilidad de acceder a televisión por cable o “parabólica”, el regular ingreso a instituciones educativas tanto públicas como privadas, la habitual convivencia con uno o ambos padres, etc. Adicionalmente se requirió que los sujetos tuvieran algún grado de educación superior, bien sea que hayan terminado, estén en proceso de culminación o incluso que hayan suspendido sus estudios; entendiendo que dicho nivel de educación aporta herramientas importantes para el proceso de reflexión y toma de postura consciente frente a la televisión.

#### 4. HALLAZGOS

El concepto de televidencias surge del modelo de mediaciones múltiples de Guillermo Orozco, como la conjunción de las diferentes condiciones sociales, económicas, históricas así como las características familiares, las diferentes maneras de ver y ser con la televisión así como las formas de interacción desarrolladas de manera ontogenética.

Es así que en este capítulo se tratará de dar cuenta de las condiciones que inciden en la vida la variedad de los sujetos entrevistados, entendiendo que estas tienen gran importancia en las formas de relacionarse del sujeto con otros sujetos y objetos. Posteriormente se pretenderá dar cuenta de las variadas vivencias de los sujetos, en especial de aquellas que resultan importantes o decisivas en la configuración de formas de interactuar con la televisión y con el mundo. Así que se abordarán los caminos recorridos por cada uno, tratando de hallar lecturas horizontales que permitan abordar generalidades sin perder de vista la individualidad de cada sujeto.

En un tercer momento se profundizará de manera similar en las distintas prácticas que hablan de las formas de ver televisión, las cuales definen, acompañan y complementan esta actividad, de tal modo que poco a poco estas prácticas son decantadas hasta obtener televidencias, como relaciones entre las tres categorías anteriores (contextos, trayectorias y prácticas). Sin embargo, lo que interesa aquí no es solo la televidencia, sino también el proceso que lleva hacia la construcción de las televidencias como estrategias que permitan establecer un diálogo con la televisión, o bien, pactos de videncia en los que es posible negociar o ceder ante los sentidos y significados que transmite la televisión dentro de su gramática, contenidos y prácticas que propone.

Finalmente se expondrán aquellos procesos referidos a la construcción de subjetividades en relación con los procesos de constitución de televidencias, mostrando la existencia de relaciones de tipo dialógico entre una y la otra.

#### **4.1 Contextos**

Tras la realización de las entrevistas a profundidad es posible evidenciar las diferencias en cuanto a condiciones sociales, económicas e históricas así como de las características propias de los entornos familiares de cada uno de los sujetos entrevistados, estas características contextuales han resultado ser de gran importancia para la comprensión y delimitación de trayectorias, prácticas y por tanto de procesos de construcción de televidencias. Los principales rasgos a tener en cuenta han sido las características de la familia, así como las condiciones económicas y culturales que presentan los sujetos.

Alberto es un joven de 22 años, habitante del barrio La Estrella y poseedor de vivienda propia estrato 2 en la que por lo general vive con su mamá; su padre falleció cuando Alberto tenía 12 años, razón por la cual la madre de Alberto se vio obligada a salir y buscar el sustento, dejando a Alberto bajo el cuidado de los abuelos maternos. Actualmente él trabaja en un bar en la Avenida Jiménez casi todos los días, especialmente en fines de semana, labor de la cual obtiene su sustento. Es estudiante de psicología en la Universidad Nacional, estudios que se encuentran aplazados por decisión propia. Dice no profesar religión o fe alguna más si haber pasado por el catolicismo y el cristianismo, experiencias que definieron sus actuales reservas frente a las religiones.

Miguel es un joven de 21 años, habitante de un barrio clasificado como estrato 2-3 en el sur de Bogotá, actualmente vive con sus dos hermanos menores y sus padres, aunque estos últimos se encuentran en proceso de divorcio razón por la cual su padre ya no frecuenta tanto el hogar. Estudiante de tercer semestre de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional, pasó por la Universidad Distrital, misma carrera, y anteriormente había llegado a tercer semestre de Ingeniería de Sistemas en la Nacional. Actualmente no trabaja constantemente sino que lo hace de manera esporádica, además sus padres le brindan vivienda, sustento y con parte del pago de su matrícula universitaria.

Por otra parte, Andrea es una joven de 22 años, habita en vivienda familiar estrato 3 ubicada en el barrio Venecia, vivienda en la que ha morado toda su vida. Es la mayor de 3

hermanas con quienes convive junto a su mamá y abuela materna; sus padres se divorciaron cuando ella tenía 10 años, lo cual ayudaría a que la relación con su padre cambiara drásticamente. Actualmente trabaja medio tiempo con la Universidad Nacional. Afirma profesar la fe católica, llegando incluso a ser catequista en la parroquia que solía frecuentar, aunque actualmente no es muy practicante.

Estas características se juegan como contexto de las trayectorias y prácticas evitando que se tornen planas y carentes de trasfondo alguno; factores como el nivel de educación alcanzado, las personas con quienes conviven, sus ocupaciones laborales, entre otras, resultan importantes para alcanzar un conocimiento más profundo acerca de relatos obtenidos.

## **4.2 Trayectorias**

Teniendo en cuenta que cada relato de vida expresa de manera única e irrepetible historias, sentimientos, pensamientos y demás fenómenos experimentados por un sujeto, su singularidad es necesaria para contrastar y evidenciar similitudes y diferencias respecto a otros relatos de vida, otras formas de ver y ser con la televisión. Un primer momento lo establecen las trayectorias de interacción de los sujetos con la televisión, las cuales comprenden eventos importantes como los primeros contactos y eventos decisivos para la interacción cotidiana, las diferentes reglas y restricciones que delimitaron su relación con el medio, así como los diferentes caminos que han tomado sus gustos, horarios y prevalencias a la hora de decidir actividades y programación.

Tras analizar los relatos fue posible agrupar las trayectorias en tres momentos que facilitan y orientan su contrastación. Las tres categorías, necesariamente constituidas en el plano temporal, corresponden a formas de interacción con la televisión que han ido cambiando a lo largo de la vida de los sujetos, que corresponden en muchas ocasiones con etapas de crecimiento como la infancia y la adolescencia, sin embargo no se limitan a ellos sino que pueden aparecer en diferentes momentos.

Un primer momento lo constituye el consumo televisivo restringido por reglas paternas, las cuales limitan los contenidos y horarios por lo que guían a los niños hacia el tipo de programación que los padres desean o aprueban. Es posible evidenciar que la mayoría de reglas y restricciones tienen por finalidad regular la actividad de ver televisión

aislándola a un periodo de tiempo que no interrumpiera con la realización de labores escolares y domésticas; Alberto, por ejemplo, veía la contraposición entre la televisión y otras actividades como una necesidad antes que un impedimento:

No ver televisión más allá de cierta hora, ah bueno sí, pues “haga las tareas primero y después puede ver televisión”. Pero igual esa regla siempre la cumplí. Más que una regla, yo la veía como una necesidad, sé que desde pequeño me distraigo con facilidad entonces no prendía el televisor mientras estuviera estudiando o haciendo tareas... (Alberto)

En cambio, en un primer momento Miguel no evidencia esa ruptura entre los tiempos de consumo televisivo y los correspondientes a otras actividades sean académicas o domésticas, pues dice que en ocasiones pasaba “casi 24 horas (risa) como mirando qué es lo que me podría ofrecer”, explorando la programación sin restricción alguna de parte de sus padres. En cambio Andrea asegura no haber tenido restricción alguna más allá de tener que dormir a cierta hora determinada por el horario escolar o, en algunas ocasiones tener que almorzar primero antes de poder ver tener acceso a la televisión, sin embargo recuerda que “hacía en muchos casos las tareas en frente del televisor”.

Las restricciones no se agotan en el establecimiento de tiempos de consumo, sino que también refieren al tipo de contenidos permitidos, lo cual pone en evidencia la existencia de un control parental sobre la programación que a su vez hace importante el acompañamiento de padres a la hora de ver televisión:

...recuerdo que mi mamá cambiaba el canal cuando había escenas de tipo sexual. Se podría decir que se ponía otro canal porque muchas veces ella estaba viendo novelas y nosotros estábamos ahí con ella pues en ese tiempo pues había un solo televisor. Entonces, sí recuerdo que había ese tipo de restricciones a ese tipo de contenidos... (Andrea)

Según Gómez y González (2006) el acompañamiento de padres y familiares posibilita la negociación de reglas acerca del consumo televisivo, contenidos y horarios, las cuales se encuentran regidas principalmente en función de los deberes escolares y domésticos de los niños. Orozco (1990) asegura que las prácticas construidas a partir del acompañamiento de padres en el momento de contacto, así como en momentos precedentes y procedentes a este, influyen en gran medida en la constitución de hábitos televisivos y de lineamientos que guíen la prevalencia de la televisión con respecto a otras actividades.

Podría entenderse que el acompañamiento de padres resulta ser relevante en la construcción de límites que separen la televisión de otras actividades del niño facilitando el balance entre unas y otras:

Pues supondría yo que eran como una necesidad de control por parte de mis padres, pues más de lo que viera o de lo que dejara de ver, era más como de cumplir con las otras actividades que no estaban relacionadas directamente con la televisión para que el tiempo invertido en ellas no pudiera afectarlo, o sea, las horas de sueño, comer, ir al colegio, levantarme temprano para ir al colegio. (Alberto)

En casa de Alberto existían reglas acerca de la televisión que aclaraban su lugar entre las demás actividades, el tiempo dedicado a la televisión estaba ligado al tiempo que requerían los diferentes deberes, así que era necesario conseguir un balance entre la televisión y otras actividades, tratando de no mezclarlas sino de dedicarles un tiempo propio y definido a cada una. Miguel, por su parte, manifiesta haberse encontrado solo mirando la televisión, carente de acompañamiento por parte de sus padres, quienes trabajaban, no obtuvo de ellos bases para la regulación del consumo televisivo. Muy similar es la situación comentada por Andrea, quien en su infancia se encontró bajo el cuidado de su abuela materna, pues sus padres se habían separado y su mamá trabajaba; ante la falta de una reglamentación acordada y clara no acostumbró a diferenciar el ver televisión de otras actividades.

Siguiendo el concepto de zona de desarrollo próximo de Vygotski (2000), el acompañamiento de padres a la interacción de sus hijos con la pantalla televisiva no se limitaría al establecimiento de reglas y restricciones de contenidos y horarios, o límites y jerarquías de actividades, sino que es evidente su función de andamiaje. El contacto familiar con la televisión podría ser una actividad de andamiaje en la que se jugaran formas de estructurar al grupo social, al sujeto y al mundo. Es posible evidenciar que la televisión permite en la interacción con ella dos formas de negociación de gustos, jerarquías, roles y visiones de mundo; en la primera, ver televisión es una actividad en la que se juegan roles y jerarquías dentro del grupo social de acuerdo a prácticas que afirmen relaciones de poder, como por ejemplo la elección del canal o el programa, la determinación de restricciones de contenido y horario, entre otras:

... digamos que al principio era como muy “oh, los papás pusieron noticias”, y pues ver las noticias era como muy a la hora de la cena o cuando se llegaba o mientras se

comía, entonces no, no hay mucho problema en ello, pero ya con el tiempo sí le fui cogiendo cierto gusto a ver noticias... (Alberto)

Es posible entender que por los adultos pasa la elección de la programación y el establecimiento de reglas, encontrando que estas prácticas ubican y refuerzan los roles familiares y sociales de cada televidente identificándolo dentro de una jerarquía como hijo, padre, abuelo o niño, joven, adulto e incluso como visitante o anfitrión:

...creo que los contenidos están muy basados en mi edad, entonces se veían programas infantiles, muñequitos, de todo; en esa época existían los súper campeones, caballeros del zodiaco, había uno que también era uno de fútbol pero era muy raro, a mí me gustaba mucho... (Alberto)

Este ordenamiento de la vida social es reforzado por una segunda vía de negociación con la televisión, en el cual el medio televisivo propone reglas propias para cada grupo o rol social, segmentando a la audiencia tal y como es expuesto por Martín-Barbero (1991). Existen cambios en las prácticas de ver televisión conforme la persona se clasifica y es clasificada dentro de uno u otro grupo, de esta manera, crecer y pasar de ser niño a ser adolescente genera cambios en la interacción con la televisión.

En este punto se hace evidente un segundo momento en las trayectorias el cual puede asociarse con la ruptura de las restricciones. La selección es dirigida por la búsqueda de contenidos acordes con el grupo social al que se inscriben los sujetos, por ejemplo, Alberto se reconoce como adolescente y como tal admite que sus gustos y posibilidades de programación o contenidos se encuentran delimitados por la membresía a dicho grupo; él comenta que "...un adolescente en crecimiento ve, no sé, yo veía muñequitos, sigo viendo muñequitos, alguna que otra serie americana". Los gustos y actitudes frente a la televisión se encuentran definidos por la pertenencia a grupos sociales y la asunción de roles, los cuales se ponen en juego cotidianamente en interacciones intersubjetivas en las que se abordan temáticas y contenidos televisivos:

...creo que también depende como de los gustos que uno va desarrollando no solo con respecto a la televisión sino también como en la vida como tal, o sea, de pronto de los mismos amigos, digamos en el colegio. Puede que a mí me siguieran gustando los muñequitos o los programas de niños, por llamarlos de alguna manera, pero mis amigas veían las novelas (lo resalta con la voz, además palmotea en el aire como intentando hacerlo ver absurdo), entonces pues yo las veía como para estar al corriente y para llegar a hablar... (Andrea)

Este segundo momento también se caracteriza por un contacto con la televisión en el que las reglas y restricciones de los padres pasan a un segundo plano en el momento de definir horarios y contenidos, otorgándole primacía a gustos y hábitos desarrollados en el primer momento y que ahora se erigen como propios, logrando en muchas ocasiones una regulación propia del consumo televisivo:

¿Entonces la televisión tenía un tiempo propio?

Sí un tiempo propio que yo le invertía de acuerdo a mis necesidades o al como yo quisiera el punto de empalme con las otras actividades. Es decir, si un día le dedicaba más tiempo al otro, si un fin de semana le dedicaba más tiempo a la televisión que a hacer mis actividades, pues obviamente en el transcurso de la semana pues iba reponiendo ese tiempo. (Alberto)

Alberto habla de la búsqueda de un balance entre las distintas actividades de su vida cotidiana, ubicando una frontera entre la televisión y otras actividades evitando mezclarlas. Este tipo de regulación propia parece posible a partir de un cese o pérdida de protagonismo de la reglamentación de los mayores, algo que se hace posible gracias a la posesión de un televisor en la habitación, lo cual alejó el consumo televisivo de la mirada de los padres otorgando un mayor peso en la elección que hagan los sujetos:

...en la habitación que yo compartía entonces con mi primo resultó un televisor!, entonces ahí ya hubo una libertad mayor en cuanto a contenidos y sobre lo que yo elegía [...] entonces yo podía tener elección de los contenidos en la mañana [...] y ya por la noche, después que se cumplieran los rituales en la casa de comer juntos, de ver las noticias juntos, podíamos ir a la habitación a ver televisión o a hablar mientras el televisor estaba sonando, creo que después de ese punto sí hubo una relación más directa y fue posible ver televisión hasta las una o dos de la mañana, era más factible porque igual mi madre ya no estaba, no vivía conmigo en esa casa, entonces no había una restricción aparte de mi abuelo, de vez en cuando yendo a golpear, pero no gran cosa... (Alberto)

En esta segunda instancia la interacción con la televisión solitaria o junto a pares toma prevalencia sobre las formas asistidas o supervisadas que suelen darse en la infancia. Este paso de relaciones verticales, entre padres e hijos, a relaciones tendientes a la horizontalidad, entre pares, se distingue en el relato de Andrea, en el que se evidencia un cese en la censura de contenidos por parte de la madre, logrando un consumo regido por normas y gustos que se reconocen como compartidos o de vez en cuando negociados en lugar de subsumidos al control parental:

... no vería televisión en mi cuarto, si no la compartiría con otras personas como mi mamá o mis hermanas [...] podemos estar viendo algo y mi mamá me puede estar preguntando cómo me fue en el día o qué voy a hacer al otro día o algo así y otras veces si es como en relación a lo que está pasando digamos en las novelas... (Andrea)

En este caso la madre de Andrea no regula el consumo televisivo de su hija, sino interactúa junto a ella con la pantalla, comentando, recapitulando y compartiendo en lugar de censurar y prohibir. En la familia de Miguel puede verse una práctica similar, en ocasiones charlan o discuten acerca de un tema en específico, muchas veces aportado por los noticieros de televisión:

... está su familia viendo la noticia. Todo mundo tiene una opinión, tiene algo que discutir. Si es un hecho lamentable, si es un hecho atroz el que ha sucedido, la gente toma una posición muchas veces como que dictada por las emociones [...] Entonces la familia se carga de esas cosas, de esas opiniones [...] uno tiene más o menos que aportar. Igual siempre se aporta algo. Entonces es cómo dije siempre, yo disfruto de una buena conversación, de una buena charla, eran los momentos en los que también se daban...

El que Miguel pueda discutir con su familia, exponiendo su opinión, indica que no se encuentra tan alejado del círculo de los adultos, lo cual conlleva a un tercer momento en que los sujetos no son considerados niños que se deben supervisar o personas ajenas a los adultos, sino que son cercanos e incluso les son confiadas tareas como la supervisión de los menores y la elección de la programación, así como también son reconocidos como contrapartes en una discusión.

En esta instancia las formas de interactuar con la televisión no se dan en la soledad, por el contrario parecen retornar al núcleo familiar convirtiendo el ver televisión en una actividad de acompañamiento y enseñanza a los menores, ubicando a los sujetos en el papel de restringir y reglamentar el consumo televisivo de otros como en su momento los mayores lo hubieran hecho con ellos.

Tanto Andrea como Miguel han asumido su papel de hermanos mayores y adultos acompañando y restringiendo el consumo televisivo los menores; por su parte Andrea supervisa la programación de su hermana de 10 años, trata de que no vea lo mismo que siempre ve afirmando que “ella ha visto muchas veces ese mismo capítulo, entonces intentar que vea algo diferente [...] ya se sabe hasta la diálogos entonces muchas veces

intentamos que cuando estamos nosotros vea algo que ella no vería sola”. A su vez, Miguel y su mamá tratan de que los niños no vean televisión solos, así que se hacen acompañantes y partícipes:

...yo me encuentro en un papel en el que mis hermanos me preguntan a veces cosas que dudan, cosas que ven en la televisión y son cosas en las que yo también tenía dudas, y yo trato de no solo estar ahí con ellos como alguien que supervisa sino también alguien que participa.

El papel de hermano mayor, de adulto supervisor, implica un cambio en la forma en que se ve televisión de niño y el cómo se ve televisión estando solo o con pares, bajo regulación propia o negociada. Al convertirse en supervisores superponen su forma de ver televisión a las de los niños, hay una tendencia a restringir y censurar pero también a compartir y disfrutar. Este tercer momento acentúa la diferencia de Alberto con respecto a Miguel y Andrea, pues al no tener una relación cotidiana con niños menores parece no haber asumido ni desarrollado el papel de supervisor.

### **4.3 Prácticas**

Cada uno de los sujetos entrevistados elaboró acerca de las diferentes prácticas que llevan a cabo en sus interacciones con la televisión, entre las cuales sobresalen algunas prácticas comunes como el uso de la televisión como compañía de otras prácticas, además de formas pasivas y activas de selección de la programación, así como la delimitación de horarios entre los cuales se prefieren los nocturnos y por último, la ubicación del televisor como centro de encuentro familiar y social.

El relato de Alberto nos adentra a una constante relación de convivencia con la televisión que ha perdurado a lo largo de su vida, pues desde su nacimiento contó con un hogar con televisor. Es de resaltar que el televisor es ubicado como un objeto importante de la familia que penetra en la cotidianidad a tal punto que se establece la rutina de encenderlo, “...el televisor está ahí y es un objeto inamovible en un rincón de la casa, [...] a veces se prende más que todo para, como que haga bulla o para escuchar otras voces que para ver lo que están dando en él”, así que se le otorga el papel de acompañante, esperando que llene la casa con su ruido:

...en ocasiones quizás solo lo prenda como por costumbre, depende de lo qué están dando, como mirar los canales qué están dando pero en realidad ni miro qué están

dando, es como ya la costumbre y la maña de prenderlo y girar y mirar y ya, o sea, como enfocar la mirada en el objeto como tal a ver si me sorprende pero no, se apaga de nuevo y como que “ah... ¿qué es lo que estaban dando?” (Alberto)

Esto nos adentra a una primera práctica evidenciada en los relatos de los tres sujetos, básicamente dice que la televisión ha ocupado una fracción importante en la vida diaria de los sujetos entrevistados, siendo una actividad a la que se le dedica una buena cantidad del tiempo libre, en algunos casos, disputa e incluso comparte tiempo con otras actividades convirtiéndose en acompañante de la rutina diaria y solventando, muchas veces, la necesidad de escuchar otras voces, de percibir ruido de fondo. Andrea asegura que el televisor “todo el tiempo está ahí, prendido, puedo estar en internet y a la vez estar viendo televisión o puedo estar haciendo cualquier otra actividad y a la vez el televisor, siempre está prendido, prácticamente todo el día.” Miguel a su vez refiere al televisor como una compañía constante en sus quehaceres diarios:

...si pienso en mi tiempo libre siempre veo el televisor prendido ahí, yo normalmente paso el tiempo en la sala de mi casa, entonces en algún momento alguien siempre quiere ver televisión, el televisor es como uno de los electrodomésticos que más uso tiene aparte de la nevera y creo que mi tiempo libre se puede llegar a fundir, o sea, porque yo digo 4 o 5 horas pero no es como si las 4 o 5 horas estuviera pendiente completamente del televisor... (Miguel)

Pese a que la televisión exige atención, muchas veces termina fundiéndose con otras actividades como leer, comer, charlar, realizar deberes académicos o domésticos, entre otras, lo cual le permite estar presente en la cotidianidad de los sujetos sin intervenir en su flujo normal.

Es importante contrastar las diferentes formas de ver televisión que existen entre Andrea, Miguel y Alberto, quienes, en ese orden, muestran prácticas cada vez más severas en cuanto a los límites de tiempo que diferencian la televisión de otras actividades. Andrea reporta prácticas que rozan la inexistencia de divisiones temporales mezclando el ver televisión con actividades como vestirse, comer, hablar, entre otras labores cotidianas. Por su parte, Miguel reconoce la necesidad de apagar el televisor en tanto necesite concentrarse para la realización de algo importante, mientras que Alberto se muestra mucho más rígido, relatando que desde pequeño trata de establecer una diferenciación de tiempos que le permita balancear sus quehaceres con el entretenimiento que le brinda la pantalla televisiva.

...solo cuando estoy muy ocupado es cuando realmente no prendo el televisor y no dejo, de hecho, que lo prendan donde yo estoy estudiando, entonces hay veces que a mis hermanos les toca salirse de donde yo estoy estudiando porque a mí me molesta tener el ruido de la televisión cuando tengo que hacer algo muy importante. (Miguel)

Dice Miguel que por lo general el televisor permanece encendido, esté focalizando su atención en ella o no, incluso, al igual que Andrea, puede realizar trabajos y tareas disfrutando de música u otros programas brindados por la televisión.

Dentro de las prácticas de interacción con la televisión se encuentra la selección y negociación de la programación como parte importante del cotidiano vivir, en los relatos de los tres sujetos es posible distinguir dos momentos de selección de programación. Un primer momento que refiere a ver televisión sin una pre-selección, escogiendo algo que entretenga y llene el tiempo que se tiene pensado dedicar a la actividad de ver la televisión o simplemente gastar el tiempo pasando de canal en canal (canalear), y un segundo momento en el que ve televisión según un curso de acción previamente decidido evitando el “canalear”:

...más que ver televisión busco lo que me gusta ver a través de los medios que lo permiten en la internet, que es donde se consigue la mayor información y uno puede ser más selectivo con lo que ve. (Alberto)

Ambas prácticas de ver televisión tienen por finalidad entretener, pero se diferencian en la planificación y ejecución, pues la segunda implica conocimiento previo, destinación del tiempo y organización, mientras que la primera se trata de ver televisión sin mayor reparo en qué ver, además, cuando se planifica la programación con antelación el sujeto suele prestar mayor atención, de lo contrario, tenderá a emplear la televisión como fondo o acompañamiento para otras actividades o simplemente verla esperando gastar su tiempo:

...el día que no tenga planificado nada simplemente busco algo que me interese como para poner, simplemente como para llenar el espacio [...] a veces no hay ningún programa o, a veces, ya se sabe que por la hora no voy a encontrar nada, es algo predecible, entonces muchas veces dejo cualquier cosa que me haga ruido mientras hago otra actividad. (Andrea)

La distinción entre las prácticas de planificación de la programación y el canaleo yace en el sentido que los sujetos den a la interacción con el medio televisivo, si bien en ambos se lleva a cabo un proceso de selección de acuerdo a los gustos y demás condiciones

que puedan intervenir, el canaleo tiene por intención gastar tiempo muerto, para ello los sujetos entregan su atención esperando entretenerse y gastar su tiempo, mientras que la planificación de la programación supone una decisión por parte del sujeto acerca de con qué interactuará, con qué entablará discusión y negociación de las visiones de mundo y de sí mismo. Podría decirse que la planificación de la programación abre camino a la conformación de posturas activas frente a la televisión y a procesos de agenciamiento del sujeto.

Entonces podría decirse que la interacción cotidiana con la televisión deriva en una regulación de tiempos de la cual hacen parte las pausas o aceleraciones de la gramática televisiva. Los ritmos vertiginosos de los diferentes shows y los recesos que representan las franjas comerciales llegan a condicionar e incluso a guiar la percepción temporal que desarrolla el sujeto:

...tengo unos programas o unas cosas que quiero ver entonces me concentro cuando estoy viendo esas cosas, en el momento en que se acaban o se van a comerciales puedo cesar o quitarme de ahí de donde estoy viendo televisión y ponerme a hacer las otras cosas que esté haciendo hasta que vuelva e inicia el programa. (Miguel)

Además, la oposición entre televisión y deberes domésticos o académicas puede llegar a definir los periodos de ocio; convirtiendo al medio, que es empleado como ventana hacia el mundo o como foco de atención cotidiana, en un referente que permite la ubicación temporal de los sujetos en el entramado físico y social que es la realidad.

Por otra parte, también es posible identificar que compartir con la familia y amigos alrededor de la televisión es una práctica muy común. En estos casos la pequeña pantalla realiza las veces de excusa para la reunión, fortaleciendo lazos, roles y jerarquías que circundan en la interacción social.

Actualmente Alberto no comparte mucho con su familia, esto hace que, en su caso, el ver televisión sea una actividad en su mayoría solitaria y de goce personal, sin embargo, hace una excepción en cuanto a encontrarse con algunos amigos y presenciar un evento deportivo, encuentros que no se dan muy a menudo pero que conforman una práctica de encuentro social alrededor de la televisión. A diferencia de Alberto, Andrea reconoce en la televisión un punto de encuentro familiar con el cual reunir y poner en contacto a los

diferentes miembros de su familia gracias a coincidencias en las preferencias de programación:

Pues cuando tengo el tiempo, ya no veo televisión en mi cuarto, sino que la comparto con otras personas como mi mamá o mis hermanas, con ellas veo otro tipo de programas [...] Con mi mamá, aunque también ve programas de salud y belleza, muchas veces veo telenovelas y con mi hermana normalmente veo muñequitos [...] Es una forma de compartir un momento con esa persona en relación a lo que estamos viendo porque es algo que compartimos los dos. (Andrea)

La narración de Andrea pone en evidencia a la televisión como centro alrededor del cual orbita la atención de los miembros de la familia o grupo de pares, así que la pantalla sirve de fondo o excusa para que dos o más personas compartan un tiempo juntas. Esta práctica de ver televisión en compañía no se limita a la búsqueda de entretenimiento, sino que también puede emplearse para acompañar, supervisar y restringir el consumo de los menores, e incluso para generar discusión y establecer opiniones dentro del grupo:

... yo disfruto de una buena conversación, de una buena charla, esos eran los momentos, en los que también se daban; por ejemplo, si acababa de ver una película, [...] al final siempre quiero discutir algo sobre eso, entonces como que esas cosas suceden y en la familia es normal porque uno se reunía en familia a ver televisión y era un momento en familia. (Miguel)

Este tipo de prácticas posicionan a la televisión como tema cotidiano de discusión, bien sea antes del contacto, por ejemplo, acordando un encuentro para presenciar algún evento o programa; durante el contacto, explicando y acompañando a los menores o comentando el programa; y después del contacto, discutiendo acerca de noticias o películas. Sin embargo, las charlas y discusiones no solo remiten a la televisión, sino que muchas veces se refieren a temáticas personales o de diferente índole que pueden estar poco o nada relacionadas con lo que se está viendo, esto puede convertir el ver televisión en una actividad en que se intercambien opiniones, se discutan posturas y visiones de mundo, se compartan dudas y se comente los acontecimientos cotidianos, entre ellos, lo que presenta la televisión.

#### **4.4 Construcción de Televidencias**

Las televidencias llegan a ser estrategias que sirven al sujeto para afrontar el medio televisivo, permitiéndole negociar en su interacción cotidiana con la televisión significados

de entender el mundo, así como diversas maneras de verse a sí mismo. Las diferentes televidencias que se aprecian en los relatos construidos hacen referencia a modos conscientes o inconscientes de abordar la televisión, lo cual ubica al sujeto en una constante tensión entre posiciones pasivas y activas que invitan a pensar en procesos de construcción de subjetividades.

Se distinguieron dos televidencias: el pacto de entretenimiento y la búsqueda de información y construcción de opinión. En primera instancia, los diferentes relatos hacen posible reconocer algunas prácticas de consumo televisivo que se encuentran orientadas a la obtención de entretenimiento a través de la interacción con la pequeña pantalla, prácticas como el reunirse en familia o con pares para disfrutar y comentar la programación, el empleo de la televisión como compañía y fondo de otras actividades; así mismo, las preferencias de programación manifestadas, como seriados, caricaturas, películas, programas de variedades y de música, apuntan a un uso de la televisión como fuente de entretenimiento que satisface gustos y necesidades del televidente, buscando ser una distracción que rivalice con otras actividades exigiendo atención a cambio.

...dejó de ofrecerme algunos canales que era en los que yo me centraba y veía televisión; al no ofrecérmelos pues ya no había una razón como para estar más pendiente del televisor y lo que me ofrecían los otros canales no me parecía...no me llamaba la atención, no me llenaba, no era como útil ni siquiera para entretenerme...  
(Alberto)

Es posible considerar el intercambio de atención por entretenimiento como un primer acuerdo entre sujeto y televisión. La búsqueda de entretenimiento también se ve sustentada por eventos pasados, en los cuales el entretenimiento era el motivo principal por el cual se compró un televisor, incluso es la razón por la cual la televisión traspasó los límites de la intimidad y se instaló en cada una de las habitaciones; la televisión es vista por los sujetos como una fuente importante de entretenimiento y fue empleada de la misma forma por sus padres. Por ejemplo, Alberto comenta que actualmente en su trabajo escucha música a la vez que ve televisión simplemente para entretenerse, además, busca por internet seriados que disfruta en sus tiempos de ocio, de forma similar, veía con sus padres películas cuyos contenidos violentos y cómicos, divertían. Emplear la televisión como fuente de entretenimiento personal y familiar es algo que se repetiría en Andrea, quien acostumbra

disfrutar la televisión cuando su padre va de visita, así como en el relato de Miguel, quien se pierde entre los dibujitos animados mientras comparte con sus hermanos menores.

La concepción de la televisión como fuente de entretenimiento a nivel personal y grupal ha sido construida y sedimentada por las vivencias cotidianas de los sujetos, lo cual refuerza el empleo de la pantalla para la obtención gratificación y diversión mediante la concesión de la atención.

Pero la televisión, aunque predominantemente empleada para el entretenimiento, también ofrece la posibilidad de obtener información relevante de ámbitos cercanos y lejanos al sujeto. Frecuentar los noticieros puede ser una práctica instaurada por familiares, cuyo gusto se transmite junto con algunos criterios para afrontar la información noticiosa, como en el caso de Alberto, quien acostumbraba escuchar noticias por radio o ver el noticiero por televisión con sus padres y abuelos; o bien puede ser una práctica construida por sí mismo, encontrando fundamento en la necesidad de la información así como en la utilidad que esta presta para el vivir cotidiano o para el desempeño profesional, como lo admite Miguel, quien encontró el gusto por los noticiarios a medida en que su nivel de educación aumentó, pues al principio los consideraba un desperdicio de tiempo y ahora los ve a diario y los considera necesarios.

Un primer nivel de búsqueda de información se da a nivel cotidiano, en el cual los noticieros brindan información que de otra manera estaría lejos del alcance de los sujetos y puede resultar importante en su diario vivir:

...me parece muy útil sobre todo a nivel local, o sea, saber qué ha pasado en Bogotá en este momento. No sé, las lluvias, el estado de las vías, ese tipo de cosas. Las otras noticias son para tener un conocimiento general y luego tener un tema de conversación con las personas que también pudieron enterarse de eso, como llegar y “hay mire que pasó tal cosa en Irak” o ese tipo de noticias que son de relevancia mundial. Se vuelven un tema de conversación luego con las otras personas. (Andrea)

La información noticiosa ofrecida por la televisión también puede jugar un papel que desborda la función informativa, siendo importante en la conformación de visiones de mundo y la toma de posturas frente a lo que allí se presenta. Por ejemplo, Alberto ha decantado en una postura con respecto a los noticieros y la información que muestran, ignoran, obvian o resaltan, afirmando que esta información no está completa ni es objetiva,

sino que se encuentra tergiversada por los intereses privados de los canales y los particulares que los integran, así que para Alberto los noticieros rara vez son de fiar:

Yo crecí con corresponsales de guerra del conflicto interno en este país, entonces habían unas imágenes muy en vivo o sea no eran las imágenes que llegaban, que le muestran a uno de lo que entrega el propio ejército o las propias fuerzas militares o la policía, el DAS o la fiscalía de los operativos en las capturas, sino eran de los reporteros en el campo de batalla, lo que le daba un toque, no sé, más objetivo y un poco más real y menos desdibujado que lo que se muestra ahora. (Alberto)

Sin embargo, Alberto propone situarse frente a los medios e “intentar mirar qué aspectos se contradicen, qué aspectos faltan en uno, qué aspectos sobran en el otro e intentar forjar una propia visión, una propia opinión”. Alberto termina buscando información que considere más verídica, además, trata de forjar un punto de vista propia a partir de las congruencias y discrepancias de diferentes medios, como la televisión, la radio, el internet y la prensa escrita.

Por su parte Miguel reconoce que los noticieros de televisión pueden presentar información parcial e incompleta, razón por la cual debe completarla con ayuda de otros medios como el internet y la prensa escrita, profundizando en temas que sean de su interés o le presten alguna utilidad; así que la televisión puede funcionar como un primer filtro para la obtención de información concreta:

...sigo pensando que las noticias simplemente dan un abre bocas, ni siquiera puedo decir “una visión general” porque no lo hacen, como digo, están cargadas con una intención. Al menos es un abre bocas para que uno por sí mismo quiera investigar en esos temas y que yo piense que me sirven en este momento. Es como por mi formación ya que me he dado cuenta de que antes yo no era consciente y creo que de no estar en el sitio en donde ahorita me encuentro estaría pensando en algo más; en eso yo sí he tenido claro que entre uno tiene una formación educativa mejor hay una mayor visión y un mayor campo de acción de las cosas que uno pueda hacer, cuando uno no tiene esa formación ni tiene ese aprendizaje, queda limitado a lo que encuentra, o sea, a lo que hay... (Miguel)

A través del relato de Miguel es posible evidenciar la interacción entre la condición cultural y la información presentada por la televisión, siendo parte importante del proceso de selección de lo que se ve y de aquello en lo que se profundiza. La televisión se convierte en una fuente de información que no encuentra límite en la cotidianidad, sino que puede trascender a otras esferas:

...el 11 de Marzo de este año hubo un terremoto y luego un tsunami que azotó a Japón [...] uno debe medir esas cosas, es algo que se puede aprender, de todo lo que pasa se puede aprender algo, en Japón sucedió una tragedia, un desastre natural en el que bastantes mecanismos de control no funcionaron siendo una de las ciudades más seguras en términos de tecnología sismo-resistente, pues ver que cayó de esa forma le abre a uno los ojos, sobre todo en Colombia donde son pocas las edificaciones que están construidas de una forma sismo-resistente [...] Entonces como que algo se puede aprender y pues yo como le dije estudio Ingeniería industrial, que a un país tan importante en la industria le pase eso y yo me entere una semana después significa que no estoy haciendo en parte bien mi tarea de informarme qué es lo que le está pasando a una ciudad que afecta mucho mi área de conocimiento.

Los noticieros de televisión incluso pueden brindar información útil para la formación profesional, siendo necesario mantenerse informado para un buen desempeño académico y profesional, por lo tanto, el saber que se encuentra en la pantalla televisiva puede trascender la cotidianidad, convirtiendo a este medio en una herramienta útil para la consolidación de puntos de vista y de saberes.

#### **4.5 Construcción de Subjetividades**

Los procesos de construcción de televidencias se encuentran relacionados con procesos de construcción de subjetividades en tanto las diferentes estrategias con que se afronta la televisión hacen posible la conformación de sentidos y puntos de vista propios acerca del mundo y de sí mismo, estas relaciones se establecen en ambos sentidos, dándose procesos de retroalimentación y ajuste que permiten la apropiación de roles, posturas y puntos de vista frente a la televisión.

Las televidencias trabajadas muestran dos usos de la televisión, el primero es la obtención de entretenimiento y el segundo la obtención de información noticiosa. El acuerdo establecido alrededor del entretenimiento se basa en la focalización de la atención del sujeto en la pantalla televisiva, dinámica que varía entre interacciones o posicionamientos activos y pasivos que el sujeto asumirá de acuerdo a las prácticas que haya establecido a lo largo de sus trayectorias. En esta televidencia se han distinguido varias formas de interacción con la televisión, las cuales varían entre las polaridades de la elección de programación y tiempos de contacto que se contrasta con la carencia de elección, en la que se entrega la atención indistintamente de la programación o los horarios. Así que se observan prácticas que se basan en la selección previa de la programación, en la

cual se lleva a cabo una distinción de los tiempos de interacción con la televisión frente a otras actividades, estas prácticas evidencian un posicionamiento del sujeto que tiende hacia la actividad, mostrando capacidad de despegar la atención de la pantalla de acuerdo a la previa planeación:

...si le invertía tiempo a la televisión terminaba no invirtiendo tiempo a la escuela [...] Es decir, si un día le dedicaba más tiempo, si un fin de semana le dedicaba más tiempo a la televisión que a hacer mis actividades, pues obviamente en el transcurso de la semana iba reponiendo ese tiempo. (Alberto)

La posibilidad que plantea la premeditación de qué programas y cuánto tiempo ver refiere a una negociación entre sujeto y pantalla en la que el sujeto se posiciona frente a la televisión, es decir, asume un conjunto de valores, roles y visiones de mundo que le permiten intentar predecir la televisión y sus gestos, como lo plantea Mead (1934), lo cual haría posible procesos reflexivos acerca de las actitudes y comportamientos que el sujeto asumirá frente a la pantalla televisiva. Alberto, por ejemplo, trata de balancear el consumo televisivo con sus otras actividades buscando un equilibrio que permita la satisfactoria realización de cada una de ellas; la televisión, al captar la atención de Alberto, se contrapone a la realización de todo lo demás, razón por la cual debe de ser regulada.

Sin embargo, el pacto que se establece en busca de entretenimiento no siempre implica una posición activa frente a la televisión, sino que es posible asumir posturas en las que la decisión de la programación y de los tiempos de contacto no sea una prioridad, ubicando la atención del sujeto en otras actividades o simplemente delegando la decisión a la pantalla televisiva. Ver la televisión con fines de entretenimiento y cediendo la iniciativa al medio parece tener por finalidad la obtención de diversión fácil además de pasar el tiempo, también es posible decir que esta televidencia omite el uso activo del tiempo y la televisión además de dificultar la negociación con esta última, también genera en el sujeto la renuncia a la posibilidad de elegir de entre otras actividades. Por ejemplo:

...el día que no tenga planificado nada simplemente busco algo que me interese como para poner, simplemente como para llenar el espacio [...] Pues como tal no creo que tengan mucha utilidad aparte de entretenerme... (Andrea)

Ante la eventualidad de no tener nada planificado, Andrea no permite ver posicionamientos o construcciones de subjetividad activa, sino que se aloja en la pasividad frente a la televisión, bien sea por decisión o por omisión, ella termina confiando su

entretenimiento a la televisión, a la cual le brinda su atención y tiempo. Pero, pese a la pasividad mostrada, no es posible decir que no se den procesos de construcción de subjetividades en la interacción con la televisión, mas sí que estos parecen requerir la toma de postura frente a la pantalla de tal manera que pueda llevarse a cabo procesos de apropiación y creación de posturas propias a través del contacto cotidiano con el medio televisivo.

Por su parte, la búsqueda de información noticiosa surge ante la necesidad o el gusto fomentado de mantenerse informado, esta televidencia encuentra soporte en la utilidad que brinda en la cotidianidad, aportando información práctica que facilite las actividades diarias, además, funciona como fuente de conocimiento que actualiza al sujeto ofreciendo perspectivas y posturas frente al mundo. El gusto por las noticias puede ser el resultado de la enseñanza de los padres como una costumbre inculcada o simplemente puede haber obtenido valor para el sujeto poco a poco, tales son los casos que se presentaron, encontrando que a Alberto le fue inculcado el valor de los noticiarios en las formas de ver el mundo, algo que desarrolló y razón por la que él entiende que la televisión ofrece información que se encuentra atravesada por intereses que pueden afectar su veracidad. Al respecto, Alberto expresa un posicionamiento que bien puede trascender la postura que él mismo reconoce como asumida por una buena parte de las personas, superando al “Mí” y haciendo posible hablar de posturas que faciliten la construcción de un “Yo”, de sentidos frente a la televisión y la forma en que ella muestra al mundo; pese a que no hay una enunciación clara al respecto, Alberto afirma intentar mediar entre la información brindada por varios medios, es decir, los puntos de vista de varias personas, buscando conformar un punto de vista propio.

Miguel por su parte permite entrever en su relato no solo posicionamientos frente a la televisión que se mueven entre lo activo y lo pasivo, adicionalmente es posible hablar de construcción de subjetividades en tanto Miguel se reconoce como parte de una comunidad y una pluralidad, siendo a partir de ello que él se acerca a la televisión de una u otra manera, valorándola de acuerdo a la necesidad de expandir su propia visión de mundo y con el fin de aportar al desarrollo de su familia, país, etc. Miguel hace evidente procesos de agenciamiento a través de la televisión a nivel personal, los cuales pueden repercutir en la sociedad; él desarrolla posturas frente a la televisión y el general de los medios que le

permiten emplearlos como herramientas que facilitan su crecimiento personal, profesional, entre otros, lo cual habla de construcción de usos propios de la pantalla televisiva que varían entre la actividad y la pasividad, puesto que esta también hace parte del uso cotidiano del cual se da cuenta en los relatos.

A través del contacto con la televisión Miguel logró tomar una postura en la que duda de lo que ve y profundiza en lo que le interesa, sería posible hablar de un uso activo de la televisión en tanto se emplea como un primer momento de acercamiento a la información que no agota la posibilidad de generar opinión propia, sino que a partir de la búsqueda y concreción de la información se forman maneras de ver y ser en el mundo, opiniones y sentidos propios.

...sé que estoy en una formación en que me están dando lo que hay y por eso depende de mí aprovechar esos recursos para poder ampliar mi campo de visión [...] Ya queda como una herramienta que le presenta a uno generalidades y con esas generalidades uno busca herramientas más aptas, como por ejemplo el internet...  
(Miguel)

Los procesos de conformación de televidencias influyen en la construcción de subjetividades en tanto hacen posible asumir posturas frente a la televisión, lo cual delimita el conjunto de interacciones que pueden darse con la pantalla. A su vez, se perfilan interacciones cada vez más específicas y más propias generando construcciones de televidencias que contienen puntos de vista propios. La generación de sentidos gracias a las televidencias también repercute en estas últimas, construyéndolas y reconstruyéndolas, perfilándolas cada vez más hacia lo que el sujeto requiere para su agenciamiento y el de la sociedad a la que pertenece. Las televidencias facilitan asumir posturas, una vez se han asumido formas de ver televisión, estas se perfilan y se tornan propias a medida que el sujeto las emplea y las tiñe con sus experiencias, lo que a su vez permite crear televidencias propias desde las cuales sea posible construir formas propias de ver el mundo.

## 5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El presente estudio tuvo como objetivos la descripción de televidencias deteniendo la mirada en las diferentes prácticas, trayectorias y contextos que hacen parte de dicho proceso, así como la exploración de posibles relaciones entre procesos de construcción de televidencias y de subjetividades. En la satisfacción de estos objetivos se esperó evidenciar procesos de reflexividad y de agenciamiento tanto individuales como sociales a partir de la interacción con el medio televisivo.

En primera medida, es posible afirmar que los relatos de vida, conjuntamente con la entrevista en profundidad, resultó ser una metodología altamente útil y viable para la aproximación a procesos de agenciamiento individuales y sociales que den cuenta de la interacción con la televisión como un componente valioso de dichos procesos. Sin embargo, es menester mencionar la necesidad de orientar la selección de participantes en busca de facilitar la evidencia de procesos de agenciamiento social para poder contrastar con los resultados aquí presentados, los cuales poco a poco adquirieron un tinte más individual que grupal, otorgándoles profundidad en los usos particulares que los sujetos hacen de la televisión, pero restringió la apreciación de aspectos transversales a todos los sujetos así como la mirada de procesos de construcción de sociedad. En gran parte, el valor de la presente disertación yace en esa apuesta por un enfoque que sin abandonar la mirada social enfatice en la capacidad individual de posicionarse ante los medios y agenciarse a sí mismo, explorando en campo hasta ahora casi inhóspito por los tradicionales estudios de recepción de medios en grupos focales, sin embargo, para futuras investigaciones se recomienda emplear mayor cantidad de participantes buscando recabar más información de un grupo tan grande como el de jóvenes.

Debe resaltarse el papel del grupo familiar en la constitución de televidencias, el cual fue uno de temas más recurrentes tanto en trayectorias como en prácticas, mostrando la importancia del papel que juegan los padres, abuelos y amigos a la hora de establecer reglas y directrices acerca de los tiempos y contenidos permitidos y preferidos a la hora de ver televisión, algo que habría expuesto Orozco (1990) así como Gómez y González (2006), encontrando además que las experiencias previas de contacto con el medio que ostentaran los padres intervienen en la enseñanza de cómo ver televisión, siendo el tiempo y la atención que le presten a sus hijos factores relevantes en el establecimiento de normas (Gómez y González, 2006; Rueda, 2000).

También se corroboraron las afirmaciones de López (2000) y Cerda (2001) acerca de las implicaciones que puede tener las formas de interactuar con la televisión en la apropiación de roles sociales y visiones de mundo, encontrando que las prácticas televisivas proporcionan un aporte cardinal a las formas que desarrolla sujeto de interactuar con sus pares, con su grupo y en las relaciones reflexivas que establece consigo mismo, así como resultan decisivas en la formación y ubicación del sujeto dentro del entramado social, histórico, económico y político.

De acuerdo con el planteamiento hecho acerca del análisis de recepción de medios y el modelo de múltiples mediaciones propuesto por Jesús Martín-Barbero y Guillermo Orozco, se evidencia que la pertenencia a diferentes grupos, la vivencia de diversas experiencias así como las diferentes condiciones que anteceden, acompañan o siguen al contacto con el medio televisivo resultan ser claves en la conformación de prácticas y trayectorias de ver televisión, esto a su vez muestra la importancia de las televidencias como estrategias que surgen en la cotidiana interacción con el medio, las cuales facilitan la conformación de sentidos y toma de posicionamientos propios que permitan negociar y resistir a los discursos mediáticos, así como la complicidad que puede darse entre televisión y sujetos en la que se reproducen sentidos y significados propuestos por el medio.

Ahora bien, los diferentes eventos, momentos y situaciones importantes en el trayecto de vida de la persona conjuntamente con los diferentes contextos y condiciones que delimitan el cotidiano vivir y el contacto con los medios, poco a poco decantan en prácticas actuales de contacto con la pantalla televisiva a través de las cuales se constituyen estrategias de afrontamiento de la televisión, sus contenidos y gramática, lo cual habla de

unos usos y unas posturas frente a la televisión que se perfilan no solo en cada contacto, sino también en los diferentes tiempos que se contraponen o diferencian de la actividad televisiva.

Es posible afirmar la existencia de intercambios dialógicos entre televidencias y procesos de construcción de subjetividades dándose relaciones que hacen posible posicionamientos propios frente a la televisión así como negociar visiones de mundo y roles sociales. Esta relación entre los dos procesos debe entenderse como recíproca en tanto la interacción cotidiana con el medio televisivo sea el escenario en que mutuamente se perfilan televidencias y subjetividades. Así, la interacción con los medios hace posible asumir posturas de resistencia, negociación o complicidad, las cuales establecen una tensión en la que se juegan como polaridades activas y pasivas en la que se sitúa el sujeto (consciente o inconscientemente) con respecto a la televisión.

Por otra parte, es posible decir que las pantallas ofrecen concepciones complejas de mundo que comprende visiones históricas, económicas e incluso relaciones espacio-temporales así como roles sociales, aptitudes y posicionamientos previamente construidos, que ayudan a ubicar al sujeto dentro de dinámicas del entretejido social que se conforma con el discurso mediático como guía transversal. Sin embargo, el sujeto tiene la capacidad de volver hacia sí mismo y dirigir su conducta a partir de la capacidad reflexiva, esta última evidenciada en los relatos de los sujetos entrevistados quienes se cuestionan a sí mismos y a sus interacciones con la televisión, volcándose sobre sí para construir posicionamientos y negociar formas de entender la realidad a partir de su contacto con la televisión.

Pese a que el proceso de agenciamiento no pudo evidenciarse completamente y se vio reducida, en su mayoría, a manifestaciones individuales que no niegan lo social pero tampoco lo muestran; es posible afirmar sin embargo, a la luz de los hallazgos que, el sujeto, en su continuo proceso de construcción de sí, interactúa con la televisión logrando negociar y conformar sentidos y significados de realidad y de sí mismo, lo cual tiene ciertas incidencias en el proceso reflexivo y, como tal, en la auto-regulación de la conducta, las actitudes y los roles que guían la interacción social del sujeto así como la construcción de subjetividad.

Por último, debe decirse que el presente estudio representa un paso más hacia la comprensión de los procesos que subyacen la interacción con los medios de comunicación y la importancia que estas relaciones tienen en la construcción de sujetos y subjetividades actualmente. Este estudio representa un avance en cuanto al reconocimiento de la televisión como medio ampliamente influyente en el tejido social y en los diferentes procesos de interacción y construcción de sujetos. Así mismo, también es una apuesta por una mirada social y profunda del sujeto, diferente a la empleada normalmente en los estudios de recepción de medios, buscando apreciaciones individuales sin desconocer las grupales, lo cual abre a la psicología amplias posibilidades de participación en el campo de los estudios de medios. Finalmente, es un avance para el estudio de la subjetividad desde una perspectiva interdisciplinar, el cual amplía el panorama de fenómenos y metodologías de estudio a disposición de la psicología.

## 6. REFERENCIAS

- Abad, H. (2010) El tiempo Muerto. El Espectador 28 de Agosto de 2010. Recuperado el 3 de Abril del 2011 de <http://www.elespectador.com/opinion/columnistasdelimpreso/hector-abad-facioline/columna-221459-el-tiempo-muerto>.
- Aceves, J. (1999) Un enfoque metodológico de las historias de vida. *Proposiciones*, 29. México: Ciesas
- \_\_\_\_\_ (2008) Memorias convocadas. Los concursos de testimonios como fuente para la historia oral contemporánea. *Espiral*, XIV, 41, 9-40. Universidad de Guadalajara.
- Barbieri, M. (1997) Una reflexión crítica sobre la utilidad de los relatos de vida en antropología social. *V Congreso Argentino de Antropología Social*. La plata.
- Baudrillard, J. (1994) *Olvidar a Foucault*. Valencia: Editorial Galilee.
- \_\_\_\_\_ (2000) *Pantalla total*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Bourdieu, P. (1997) *Sobre la televisión*. Kauf, T. (Trad.) Barcelona: Anagrama.
- Berger y Luckman (1966). Capítulo II: La sociedad como realidad objetiva. *La construcción social de la realidad*. 63-163. Buenos Aires: Editorial Amorrortu Editores.
- Boltanski, L., Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Ediciones Akal.
- Cerda, A. (2001) Maneras de ver y usar la televisión: análisis por género de los hábitos de consumo televisivo de las audiencias mexicanas. *Comunicación y sociedad*, 40, 199-244. Universidad de Guadalajara.
- De la Peza, M. (1997) Medios de comunicación, gobierno de la población y sujetos. En: León, E. y Zemelman, H. (Coord.) *Subjetividad: Umbrales del pensamiento social*. 139-152. Universidad Autónoma de México.
- Desiato, M. (1998) *La configuración del sujeto en el mundo de la imagen audiovisual: emancipación y comunicación generalizada*. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas: Ediciones Akal.

- Dufour, D.R. (2003) La nueva servidumbre. Recalde, G. (Trad.). *Le monde diplomatique*. París: Denoél.
- \_\_\_\_\_ (2007) *El arte de reducir cabezas: Sobre la nueva servidumbre del hombre liberado en la era del capitalismo total*. Buenos Aires: Paidós.
- Egidos, D., Ortiz, A. y Peña, S. (1998) Recepción-consumo de medios masivos de comunicación y nuevas tecnologías: Los jóvenes ingresantes a la carrera de comunicación: entre la crítica y el mercado. *Revista Latina de Comunicación Social*, 10. Recuperado el 4 de Junio del 2011 de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/30cordobax.htm>.
- Giddens, A. (1995) *La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu
- Gómez, R. y González, J. (2006) Los niños y la televisión, Pantallas reflexivas: diseño participativo de estrategias de convivencia con las pantallas. Universidad del Valle. Bogotá: Comisión Nacional de Televisión.
- González, D. (2007) Medios, interacción y audiencia. *Sueño Americano en México. Televisión estadounidense y audiencias juveniles en Tijuana*. Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California.
- Guerrero, E. (2004) *Video escándalos: información política y preferencia partidista*. Tesis Licenciatura Ciencias de la Comunicación. Puebla: Universidad de las Américas Puebla, Departamento de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias Sociales
- Hoyos, E. (2009) *Cine y sujetos: Relaciones en la construcción subjetiva del investigador*. José Gregorio Rodríguez (Rodríguez). Trabajo de Grado para optar al título de Psicólogo. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Programa RED.
- Jansson, A. (2000) Significados en controversia estudios de audiencia e identidad cultural. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, VI, 011, 55-88. Colima: Universidad de Colima.
- León, E. (1997) El magma constitutivo de la historicidad. En: León, E. y Zemelman, H. (Coord.). *Subjetividad: Umbrales del pensamiento social*. 36-72. Universidad Autónoma de México.
- López, M. (2000) Familia y Televisión. En: López, M., Martín-Barbero, J., Rueda, R y Valencia, S. *Los niños como audiencias: investigación sobre recepción de medios*. 105-158. Bogotá: Da Vinci editores.
- Marcuse, H. (1968) *El Hombre Unidimensional: Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Barcelona: Ediciones Orbis.
- Martín-Barbero, J. (1991) *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Nezahualcoyotl: Editorial Gustavo Gili.

- \_\_\_\_\_ (1996) Heredando el futuro: pensar la educación desde la comunicación. *Nómadas*, 5, 10-22. Bogotá. Recuperado el 4 de Junio del 2011 de <http://www.scribd.com/doc/6315030/Heredando-el-futuro-Pensando-la-educacion-desde-la-comunicacion>.
- McLuhan, M. (1996) *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- Mead, G. (1934) *Espíritu, Persona y Sociedad: desde el punto de vista del conductismo social*. Buenos Aires: Paidós.
- Medina, P. (2008) El análisis y el problema teórico de los relatos de vida. *Antología: Métodos cualitativos 2*, 167-173. Chihuahua: Secretaría de educación y cultura.
- Orozco, G. (1990) No hay una sola manera de “hacer” televidentes. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, IV, 010, 139-163. Colima: Universidad de Colima
- \_\_\_\_\_ (1996) *Televisión y Audiencias: Un enfoque cualitativo*. Universidad Iberoamericana. Madrid: Ediciones de la torre.
- \_\_\_\_\_ (1997) Medios, Audiencias y Mediaciones. *Comunicar*, 8, 25-30. Andalucía.
- \_\_\_\_\_ (2001) Audiencias, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la televidencia' y sus mediaciones. *Revista Iberoamericana de educación*, 27, 155-175.
- Ortiz, L. (1999) Acción, significado y estructura en la teoría de A. Giddens. *Convergencia*, 6, 20, 57-84. Universidad Autónoma del estado de México.
- Piracón, J. (2008) *Cuerpo y videojuegos: Una mirada psicoanalítica. Análisis de los sentidos de cuerpo en videojugadores*. José Gregorio Rodríguez (Director). Trabajo de grado para optar al título de Psicólogo. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Programa RED.
- Rodríguez, V. (2006) *La televisión y sus audiencias: Un enfoque cultural*. Tenerife: Ediciones Idea.
- Rueda, A. (2000) Lecto-Escritura y consumo de medios. En: López, M., Martín-Barbero, J., Rueda, R y Valencia, S. *Los niños como audiencias: investigación sobre recepción de medios*. 79-104. Bogotá: Da Vinci editores.
- Sampedro, V. (1997) Audiencias y medios de comunicación: de los placeres posmodernos a las instituciones ruidosas. *Comunicación y Cultura*, 1-2, 145-161. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Sanz, A. (2005) El método biográfico en investigación social: potencialidades y limitaciones de las fuentes orales y los documentos personales. *Revista Asclepio*, LVII-1. Recuperado el 4 de Junio del 2011 de <http://asclepio.revistas.csic.es/index.php/asclepio/issue/view/4>.
- Schiller, H. (1979) *Los manipuladores de cerebros*. Barcelona: Gedisa.
- Silvestri, A. y Blanck, G. (1993). Capítulos II (*Signo, significación, ideología*), III (*Lenguaje interior*) y IV (*Psoquismo y comunicación*). En: Bajtín y Vigotski: La organización semiótica de la conciencia. Barcelona: Anthropos.

- Taylor, S.J. & Bogdan, R. (1987) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados*. Barcelona: Paidós.
- Tomasini, M. (2010). Un viejo pensador para resignificar una categoría psicosocial: George Mead y la socialización. *Athenea Digital*, 17, 137-156. Recuperado el 3 de Abril del 2011 de <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/668>.
- Vygotski, L. S. (2000) Capítulo VI (Interacción entre aprendizaje y desarrollo) y Epílogo, por Vera John-Steiner y Ellen Souberman. En: Cole, M. y cols. (Eds.) *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Barcelona: Crítica-Grijalbo (Original publicado en 1978).
- Vélez, A. (2009) Construcción de subjetividad en jóvenes raperos y rapera: más allá de la experiencia mediática. *Revista latinoamericana de ciencias sociales, niñez y juventud*, 7, 1, 289-320. Universidad del Valle.