

Notas sobre televisión, jóvenes y cultura^(*)

Raúl Zarzuri Cortés

“La sociedad vive en estado de televisión”.

Beatriz Sarlo

Hoy día nos enfrentamos a un cambio cultural de características globales, donde la presencia de los medios audiovisuales ha adquirido relevancia en una nueva cultura dominada por la pantalla y la imagen, lo cual, siguiendo a Castell¹ nos ha llevado a pasar de lo que se podría denominar la Galaxia Gutemberg (la imprenta) a la Galaxia de McLuhan (los medios), donde la cultura de los medios de comunicación de masas, especialmente la cultura audiovisual, ha ido en constante ascenso. De esta forma, asistimos a la construcción de una sociedad industrial mediática² donde los medios ya no son solo dispositivos de reproducción de lo que podríamos llamar lo “real”, sino que nos enfrentamos a dispositivos de producción de sentidos, de imaginarios que construyen lo que es real y aunque esto no sea aceptado por todos, se debe reconocer que los medios van modificando no solo conceptos, ideas, valores, sino también formas, estilos, símbolos y lenguajes de una determinada época. Así, nos constituimos como seres audiovisuales donde la televisión es el eje central de nuestro tiempo cultural, por lo que podemos llamarnos, siguiendo a Rincón,³ hijos de la tele, cuestión que es aplicable especialmente a los jóvenes, generación que ha nacido y transitado con este medio y otros y para los cuales constituye un elemento natural del paisaje cultural mediático de nuestro tiempo.

Hay que partir señalando, que la televisión ha tenido una rápida evolución desde su creación en los años treinta. Así, a la televisión en los años 70 se le consideró como un reflejo de la realidad, en los años 80 como una ventana al mundo. Esto fue lo que Humberto Eco llamó la paleotelevisión, aquella televisión que solo se

(*) Este artículo es parte de un libro que próximamente será publicado por el Centro de Estudios Socioculturales (CESC) con el título “*Hijos de la TV. Jóvenes, Televisión y Cultura*” y que fue presentado como ponencia en el encuentro anual de la Comisión Internacional sobre Medios, Religión y Cultura, celebrado en Quito, Ecuador, entre el 31 de enero y el 4 de febrero de 2003.

1 Castells, Manuel. *La Era de la Información. Economía, sociedad y Cultura*, Vol 1, La sociedad red, Alianza Editorial, Madrid, 2000.

2 Verón, Eliseo. *El cuerpo de las imágenes*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, 2001.

3 Rincón, Omar. *Televisión, video y subjetividad*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, Colombia, 2002.

transmitía por el aire; las emisiones eran generalmente estatales y donde el control remoto no era el que dominaba los hábitos de la audiencia. Existía una clara diferenciación entre los programas de información y de lo que se podría llamar de fantasía. Más tarde, en los años 90, la televisión es una televisión privatizada, con un innumerable número de canales no solo de aire, también de cable y satelital y en la que impera el zapping. Es una televisión que habla más de sí misma, señala Eco y no tanto del exterior, por lo que recibe el nombre de neotelevisión. En este tipo de televisión el espectador toma por cierto lo que es una construcción fantástica, una invención televisiva en la que participan todos.⁴

Por otra parte, hay que considerar que la televisión se ha instalado en todos los espacios, lo cual nos lleva a considerarla como un recurso sociocultural usado con frecuencia para satisfacer una variedad de necesidades, alcanzando una fuerte presencia en el hogar y la familia. Así, para muchos estudiosos del tema (Morley, Lull, Silverstone), este medio ocupa un lugar central en la vida familiar, lo que la hace poseer un atractivo único, ya que cotidianamente los televidentes se relacionan con este aparato, “para estructurar y regular los ámbitos en los que están insertos, para facilitar la comunicación interpersonal, para acercarse a algunas personas y alejarse de otras, para aprender conductas y roles sociales y para demostrar habilidades personales, a veces con la intención de dominar a otros” (Lull).⁵ Entonces no es extraño, que mirar televisión a nivel mundial, sea la tercera actividad a la que los seres humanos dedicamos más tiempo, después de trabajar y dormir. Es la compañía por excelencia, desde nuestro nacimiento hasta nuestra muerte.

Televisión, cultura y vida cotidiana

Actualmente es necesario reconocer el papel que juegan las tecnologías en la cultura y vida cotidiana de las personas, las que se ven afectadas y transformadas por la irrupción de éstas. Por lo tanto, uno de los temas relevantes es precisamente reconocer el papel de las tecnologías audiovisuales y en especial de la televisión, en las culturas y los grupos sociales contemporáneos, asumiendo, en el caso de la televisión, la fuerte penetración y poder social de ésta, cuestión que se debe, como señala Munizaga, a “su lenguaje de imágenes, que debido a la fuerza perceptual propia de lo visual, le otorga a este medio una gran capacidad de dramatización de las informaciones”.⁶

Así, la televisión se ha transformado en un elemento esencial de nuestro tiempo, especialmente del tiempo cultural que nos toca vivir. Somos hijos de los medios en general, pero particularmente de los medios audiovisuales y en especial de la televisión. Enmarcados y situados en una condición cultural caracterizada por la frag-

4 Lazaretti, Adriana y Nallino, Mirta. “El conocimiento científico: de amo de la verdad a auxiliar de los medios de comunicación”, en Díaz, Esther. *La ciencia y el imaginario Social*. Editorial Biblos, Buenos Aires, 1996.

5 Lull, James. *Medios, comunicación, cultura. Aproximación global*. Amorrortu Editores, Buenos Aires, 1997, p.146.

6 Munizaga, Giselle. “Escenas mediáticas de la democracia”, en Ossa, Carlos (compilador). *La pantalla delirante. Los nuevos escenarios de la comunicación en Chile*. Ediciones LOM y Universidad ARCIS. Colección Sin Norte, Serie Punto de Fuga, Santiago, 1999.

mentación, la televisión se transforma en el espacio de la habitabilidad del mundo, pues se transforma en la experiencia masiva más cómoda para sobrevivir al caos y a la fragmentación existente a nivel cultural.⁷ Por otra parte, la televisión es quizás uno de los inventos más relevantes del siglo XX, en relación a la capacidad de introducirse en todos los espacios de la vida cotidiana de nosotros los seres humanos. Por lo tanto, su impacto a nivel cultural es inmenso. Nos acompaña con profunda fidelidad desde los inicios del día hasta el término de este; es parte de la familia y como señala Jesús Martín-Barbero “la pantalla encendida pierde todo carácter agresor y se convierte en la gran compañera, esa de cuya fidelidad es de las pocas que puede estar uno seguro hoy”.⁸ Sin embargo, a pesar de lo inserta que está la televisión en nuestra vida cotidiana, esta ha sido objeto de críticas, condenas y defensas, ya sea porque se le atribuyen efectos manipuladores, idiotizantes, violentos, entre otros, cuestión que para sus defensores solo sería un pretexto de intelectuales que se sentirían “envidiosos” de la capacidad de la televisión para envolver a los individuos, ya sea entreteniéndolos e informándolos entre otras cosas.

Para algunos autores como Giovanni Sartori, la emergencia de la televisión en la cultura moderna y no solo de ésta, sino de otros medios, ha posibilitado una rápida revolución de la cultura multimedial, caracterizada por el tele-ver, que ha transformado al homo sapiens en un homo videns, permitiendo el destronamiento de la palabra por la imagen.⁹ Sin embargo este destronamiento es para Sartori una pérdida y empobrecimiento del aparato cognoscitivo, o sea, el hombre se ve disminuido de estas capacidades, ya que la televisión “modifica radicalmente y empobrece el aparato cognoscitivo del homo sapiens”.¹⁰ La tesis de Sartori, es que lo que diferencia al homo sapiens del resto de los seres vivos es su capacidad simbólica, lo que hace del hombre un animal simbólico. Sin embargo, esta capacidad del hombre está mutando con la introducción de la televisión a una mayor capacidad de ver que de simbolizar. Como lo explica Sartori:

“La televisión –como su propio nombre lo indica– es “ver desde lejos” (tele), es decir, llevar ante los ojos de un público de espectadores cosas que pueden ver en cualquier sitio, desde cualquier lugar o distancia. Y en la televisión el hecho de ver, en el sentido de que la voz del medio, o de un hablante, es secundaria, está en función de la imagen, comenta la imagen. Y, como consecuencia, el telespectador es más un animal vidente que un animal simbólico. Para él las cosas representadas en imágenes cuentan y pesan más que las cosas dichas con palabras. Y esto es un cambio radical de dirección, porque mientras la capacidad simbólica distancia al homo sapiens del animal, el hecho de ver lo acerca a sus capacidades ancestrales, al género al que pertenece la especie del homo sapiens”.¹¹

7 Rincón, Omar. *Televisión, video y subjetividad*. op. cit.

8 Martín-Barbero, Jesús y Rey, Germán. *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Gedisa editorial, Barcelona, 1999.

9 Sartori, Giovanni. *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Taurus, Madrid, 1998.

10 *Ibíd.* p.17.

11 *Ibíd.* p. 26-27.

De esta forma, Sartori se alinea con ciertos intelectuales que repudian la televisión, su visualidad, la imagen, porque hace al hombre más insignificante simbólicamente, o porque como señala Bourdieu, la televisión “pone en muy serio peligro las diferentes esferas de la producción cultural: arte, literatura, ciencia, filosofía, derecho, creo incluso, al contrario de lo que piensan y lo que dicen, sin duda con la mayor buena fe, los periodistas más conscientes de sus responsabilidades, que pone en peligro no menor la vida política y la democracia”.¹² Y en ese sentido, para este autor, sobre la televisión no se puede decir nada y en ella tampoco se puede decir gran cosa, debido a que el acceso a esta significa someterse a la censura y por consiguiente a una pérdida de la autonomía, ya que en general los temas son impuestos y no se puede decir mucho porque el tiempo televisivo es corto. Habría que integrar a esta crítica, el ejercicio del uso por parte de la televisión de una forma de violencia simbólica, dado que la televisión en opinión de Bourdieu, se preocupa de banalidades, tiende a “homogeneizar”, a “conformar” y “despolitizar” a los sujetos, más aún considerando que esta tiene la capacidad de formación de los sujetos menos favorecidos culturalmente y económicamente (por ejemplo aquellos que no tienen acceso a la prensa escrita y que solo tienen la televisión para informarse) y si esta información se da con las características mencionadas anteriormente (banalidad, homogeneización, entre otras cuestiones), entonces la televisión no ayuda en nada a la población a ejercer sus derechos.¹³ En una línea similar, Terry Eagleton señala que lo más importante del mirar televisión no es el efecto ideológico, sino que mientras la gente ve televisión no se compromete con una actividad política seria. Entonces: “la televisión es más una forma de control social que un aparato ideológico”.¹⁴

Estas miradas tan intelectuales y críticas que se sitúan en el ámbito de la alienación, como característica central de la televisión, son enfrentadas por otras visiones que, tal como señalan algunos autores (Rincón, Martín- y Barbero & Rey, Maffesoli), desenmascaran los odios hacia la televisión, ya que esta, precisamente, es un producto de consumo de las mayorías y no de elites que reniegan de él en el nombre de una alta cultura; es un producto que se inserta en las vidas cotidianas de esas mayorías, construyendo imaginarios e identidades y transformando las sensibilidades, constituyéndose en una de las mediaciones más importantes que utilizan los sectores populares y los jóvenes, en la construcción de sus identidades, imaginarios y sensibilidades sobre el presente y el futuro. De ahí, que para Michel Maffesoli y para Jesús Martín-Barbero, por ejemplo, sea necesario echar un vistazo en las vivencias populares, asomarse a las “prácticas cotidianas y habituales del pueblo”, como por ejemplo en el consumo televisivo de la telenovela, consumo predilecto de las culturas populares, no letradas (según algunos intelectuales), que se transforman en objeto de rituales. Esto implica, dejar de mirar entonces a la televisión como un elemento que es alienante, sino realizar un giro desde donde se mira este objeto cultural, construyendo un nuevo lugar para mirar estas prácticas televisivas. Maffesoli lo señalará de esta forma:

12 Bourdieu, Pierre. *Sobre la televisión*. Editorial Anagrama, Barcelona, 1998.

13 *Ibíd.*, pp.19, 21, 65.

14 Citado en Stevenson, Nick. *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Amorrortu Editores, Buenos Aires, 1996.

“En vez de clamar siempre contra la alienación, quizás convendría observar cómo, por mediación de los aparatos de televisión, a la hora fijada, se crea una comunidad... Nuevo dios lar, la televisión permite, a la vez, un culto familiar y una junta universal. Se trata, por supuesto, de un análisis un tanto elemental... pero, después de todo, permite hacer resaltar, más allá de la lamentación intelectual que se oye con demasiada frecuencia, que el pueblo tiene sentido del presente. Aprovechar el presente, ver el lado bueno de las cosas, es lo que todo analista, no excesivamente desconectado de la vida corriente, puede observar en todas las situaciones y circunstancias que jalonan la vida de nuestras sociedades. Hay un hedonismo popular que, en sus expresiones más o menos groseras o triviales, no deja de resultar chocante para muchas almas nobles”.¹⁵

La televisión como medio cultural y social

La televisión como tecnología que se ha insertado en los espacios de nuestra vida cotidiana y por lo tanto en nuestra cultura, puede ser vista en términos modernos como el fuego que antes reunía a nuestros ancestros. Es nuestro fuego hogareño o círculo de fuego sobre el cual nos reunimos y giramos bastantes horas durante el día.

Por otra parte, la televisión también puede ser mirada como nuestro nuevo tótem que reemplaza a nuestros antiguos tótems, según lo señala Ferrés, para quién la televisión, “representa para los ciudadanos de las ciudades modernas lo que el tótem para las tribus primitivas: objeto de veneración y reverencia, signo de identificación individual y colectiva. Como tótem, la televisión concentra las expectativas y temores de las tribus modernas. A ella sacrifican su tiempo. Ella da sentido a la realidad. Decide lo que es y lo que no es importante. Y produce el placer de saberse y sentirse integrado en una colectividad”.¹⁶ De esta forma, la televisión permite que el sujeto se sienta ligado, ya sea al mundo, a los otros que comparten con él el ver televisión, a la realidad, convirtiéndose el acto de ver, o mejor dicho la conexión con la televisión en una conexión casi religiosa o por qué no decirlo religiosa, si acudimos a la etimología del concepto de religión el cual quiere decir “estar ligado”. De esta forma como señala Ferrés, la televisión “es la nueva religión. Lo es porque, recuperando el sentido etimológico del término, provoca un re-ligare, es decir, una nueva forma de atar al ciudadano con el mundo, una nueva manera de relacionarlo con la realidad”.¹⁷ Así, la televisión aparece a los ojos de los televidentes como el nuevo tótem de la cultura posmoderna, que nos conecta con lo sagrado, “es vestigio de lo sagrado, del que las modernas tribus esperan toda clase de beneficios. En torno a ella se celebran los modernos rituales individuales, familiares y sociales”.¹⁸ Profundizando esta idea, Silverstone dirá, siguiendo a Paul Ricoeur, que la televisión se convierte en un espacio sagrado porque “las narrativas relatadas y exhibidas por la televisión tienen su equivalente y su extensión en las narrativas vivas de la vida diaria y, por supuesto, ambas adquieren su sentido precisamente en virtud de esa yuxtaposición constante”.¹⁹

15 Mattelart, Armand y Michéle. *Pensar los medios. Comunicación y crítica social*. LOM Ediciones, Santiago, 2000.

16 Ferrés, Joan. *Televisión y Educación*. Editorial Paidós, Barcelona, 1998, p.13.

17 *Ibíd.*, p.13.

18 *Ibíd.*

Así, la televisión se transforma en un potente medio tecnológico que penetra la cultura cotidiana, socializando y en ese sentido disputando –si no reemplazando– a viejas instituciones de socialización; integrando nuevos valores, costumbres, entre otros, en un mundo que es cada vez más globalizado, cuestión que se puede observar muy bien en las nuevas culturas juveniles que emergen en nuestras ciudades. Como señala Jesús Martín-Barbero, “la televisión es el medio que más radicalmente va a desordenar la idea y los límites del campo de la cultura, sus tajantes separaciones entre realidad y ficción, entre vanguardia y kitsch, entre espacio de ocio y de trabajo”.²⁰

Entonces, si el impacto cultural de la televisión es grande, podemos señalar que este impacto se manifiesta también en la construcción de nuevas formas de relaciones sociales. Moores,²¹ siguiendo a Giddens, señala que las nuevas tecnologías permiten relaciones sociales entre personas que no se conocen, rompiendo con el tipo de relación social de la presencia. De esta forma, la televisión se ha transformado en uno de los principales agentes de socialización –si no el más importante– que permite transportar mundos, universos lejanos que están a kilómetros de distancia, a nuestras casas y hogares, entregando de esta forma, a las culturas locales, una amplia gama de nuevas miradas del mundo y sus culturas y por ende la entrada de nuevos valores o patrones culturales, asistiendo de esta forma –si utilizamos un concepto habermasiano– a la colonización de nuestros mundos de vida. Como lo señala Ferrés, “hoy la televisión se ha convertido en instrumento privilegiado de penetración Cultural, de socialización, de formación de las conciencias, de transmisión de ideologías y valores, de colonización”.²²

De esta manera, las personas se relacionan con el mundo desde su casa y sin salir de ella; es una forma de acceso al espacio público de una manera que no requiere el estar con otros. Las personas traen el mundo a su hogar, surgiendo la pregunta de quiénes traen qué mundos y en qué momentos de su vida privada.²³ En este sentido, el desarrollo de la televisión, permite realizar un cambio en la forma en que se producen estas relaciones. La televisión se convierte, entonces, en un medio doméstico que forma parte de la cultura hogareña. Esta se mira en la casa, ya sea con la familia o los amigos y se usa como recurso medioambiental. La televisión sirve para estructurar el día, marcar horas y actividades familiares y también otorga espacios de experiencia comunes, en este sentido la televisión puede usarse para facilitar la comunicación.²⁴ Sin embargo, los cambios introducidos por los medios y en especial la televisión, puede llevarnos a que no solo estas tecnologías nos representen el mundo en el cual cada uno de nosotros vive, sino que cada vez más –si seguimos a Baudrillard– nos van definiendo lo que es realmente el mundo.

19 Silverstone, Roger. *Televisión y vida cotidiana*. Amorrortu Editores, Buenos Aires, Argentina, 1998.

20 Martín-Barbero, Jesús y Rey, Germán. *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, op., cit.

21 Citado en Consejo Nacional de Televisión, “Consumo televisivo I”, *Resúmenes analíticos de Televisión*, Santiago, 1996.

22 Ferrés, Joan. *Televisión y Educación*, op., cit. p. 16.

23 Consejo Nacional de Televisión, “Consumo televisivo I”, op., cit.

24 Lull, James. *Medios, comunicación, cultura. Aproximación global*, op., cit.

Cultura (post)moderna, culturas juveniles y televisión

Una de las cuestiones más relevantes en la actualidad, es que tenemos que reconocer que las tecnologías juegan un papel relevante en las culturas, las que se han visto afectadas, transformadas, mutadas por la irrupción de las tecnologías (computador, internet, dvd, etc.), provocando transformaciones en nuestro horizonte cultural.²⁵ De esta forma, si aceptamos que estamos en un contexto (post)moderno, podemos señalar de forma breve, que la cultura que emerge, como construcción de un nuevo espacio cultural, se caracteriza principalmente por: la velocidad, radicalidad, su descentramiento, la pérdida de certezas y de proyectos colectivos, entre otros, adquiriendo distintas denominaciones: “cultura del vacío, cultura light, cultura fragmentada, cultura débil, cultura de la banalidad, de la emancipación, del pluralismo o de la personalización...”²⁶

Estamos en presencia, entonces, de una cultura distinta a la cultura construida por la modernidad, que se manifiesta, principalmente, en la idea de que la cultura moderna está centrada, plagada de valores absolutos, como también de una fuerte racionalidad científica-tecnológica y de relatos que se constituyen en hegemónicos. Una cultura que tiene como eje la escritura y que construye un espacio de transmisión de saberes llamado escuela, espacio por excelencia en la adquisición de conocimientos.

Las principales características de la cultura posmoderna en contraposición a la cultura moderna serían según A.J. Colum:²⁷

Cultura Moderna	Cultura posmoderna
Cultura de la escuela	Cultura de la calle
Incide sobre una población concreta y determinada	Incide sobre una población general y multivariada
Más posibilidades de formación individual o grupal	Más posibilidades de formación colectiva
Procura el conocimiento cultural del pasado	Procura el conocimiento cultural del presente
Culturas muy codificadas	Nuevas formas culturales aún no codificadas
Hace referencia a lo experimentado o experimentado	Se quiere experimentar o experiencias
Participación cultural pasiva	Participación cultural activa
Los esquemas creativos participativos y de libertad, están preconcebidos	Se da posibilidad creativa, participativa y de libertad
Proyección cultural más funcional y orientada hacia el trabajo u otros estudios	Proyección cultural como acción vital
Frecuentemente conlleva la negación del hedonismo cultural	Se da la posibilidad del placer cultural

25 Mariafioti, Roberto. “Transformaciones culturales. educación y medios masivos”, en Mariafioti, Roberto (Editor); Cormick, Hugo y Holgorio, Carlos. *Culturas Nómades. Juventud, culturas masivas y educación*. Editorial Biblos, Buenos Aires, 1996.

26 Gervilla, Enrique. *Postmodernidad y Educación*. Dykinson Editores, Madrid, España 1993, p.93.

27 Citado en Gervilla, Enrique. *Postmodernidad y Educación*. Dykinson Editores, Madrid, España, 1993, p. 92-93.

De los conceptos utilizados para describir esta nueva forma de cultura, al parecer, el más recurrido sería el de fragmentación, característica central de este proceso cultural, lo que permite a Lipovetsky, por ejemplo, caracterizar a la cultura postmoderna como “descentrada y heteróclita, materialista y psi, porno y discreta, renovadora y retro, consumista y ecologista sofisticada y espontánea, espectacular y creativa (...es) un vector de ampliación del individualismo; al diversificar las posibilidades de elección, al anular los puntos de referencia, al destruir los sentidos únicos y los valores superiores de la modernidad, pone en marcha una cultura personalizada o hecha a la medida”.²⁸ En el fondo, asistimos a la emergencia de una cultura que no tiene un centro, sino que es una cultura descentrada y en tanto así fluye y hace fluir a quienes quieren insertarse en ella.

Este descentramiento de la cultura postmoderna ha sido trabajado por Jesús Martín-Barbero en clave de des-ordenamiento cultural. Este autor, señala, que vivimos un des-ordenamiento cultural, que remite a un des-centramiento que atraviesa la (post)modernidad que cuestiona todo: “... emerge un des-orden cultural que cuestiona las invisibles formas del poder que se alojan en los modos del saber y del ver, al tiempo que alumbra unos saberes-mosaico, hechos de objetos móviles, nómadas, de fronteras difusas, de intertextualidades y bricolajes.”²⁹ De esta forma, la aparición de los medios estaría dando cuenta de esta situación, de la emergencia de una cultura audiovisual, que se caracteriza precisamente por su des-ordenamiento, su fragmentación a nivel de imágenes y discursos; de una cultura mediática “[que] se articula en el terreno movedizo de una multiplicidad de fragmentos dispersos”.³⁰ Esto origina un nuevo espacio cultural, un nuevo “sensorium” –si seguimos a Martín Barbero el cual sigue a Benjamín–, en el que las tecnologías audiovisuales y la televisión principalmente, aparecerían como los protagonistas de este proceso de fragmentación, de este bricolaje que se construye a nivel cultural, por lo que la televisión, especialmente, posibilitaría la aparición de estas nuevas sensibilidades caracterizadas por la fragmentación y el flujo.

Esta nueva construcción de una cultura postmoderna implica asistir a un desplazamiento de lo que se ha denominado una oralidad primaria basada en la escritura, el texto escrito, a una oralidad secundaria,³¹ que se manifiesta en una visualidad electrónica que permite que emerja esta nueva era de lo sensible. Esta nueva oralidad, que se muestra fuertemente en la televisión, es la que provoca el des-ordenamiento cultural del que hemos estado hablando, ya que “rompe el orden de las secuencias que en forma de etapas/edades organizaban el escalonado proceso del aprendizaje ligado a la lectura y las jerarquías en que ésta se apoya. Y al deslocalizar los saberes la televisión desplaza las fronteras entre razón e imaginación, saber e información, trabajo y juego”,³² Asistimos entonces a la aparición de

28 Lipovetsky, Gilles. *La era del vacío. Ensayo sobre el individualismo contemporáneo*. Anagrama, decimotercera edición, Barcelona, 2000.

29 Martín-Barbero, Jesús y Rey, Germán. *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, op., cit. p.12.

30 Collela, Juan José; D’Odorico, María Gabriela et al., “La eclosión de la tecnociencia y el poseber”, en Díaz, Esther. *La ciencia y el imaginario social*, op., cit. Editorial Biblos, Buenos Aires, Argentina, 1996.

31 Citado en: Martín-Barbero, Jesús. “*Jóvenes: Des-orden cultural y Palimpsestos de Identidad*”, en Cubides, Humberto; Lavardé, María Cristina y Valderrama, Carlos. “*Viviendo a toda*”. *Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*, Universidad Central-DIUC, Bogotá, 1998.

32 *Ibíd.* p. 29.

una cultura de la fragmentación,³³ con la cual los jóvenes se sienten cada vez más identificados, con una nueva cultura audiovisual, característica de los medios modernos (televisión, video, cine), que da origen a una cultura electrónica audiovisual y a comunidades hermenéuticas “que responde a identidades de temporalidades menos largas, más precarias, pero también más flexibles, dotadas de una elasticidad que les permite [a las personas] amalgamar ingredientes que provienen de mundos culturales muy diversos, y por tanto atravesadas por discontinuidades y contemporaneidades en los que conviven reflejos modernos con gestos atávicos”.³⁴

A partir de esto se puede señalar que esta nueva cultura, denominada cultura audiovisual, característica de la cultura (postmoderna), se tiene que enfrentar a esa “vieja” cultura de la escuela, la cual va perdiendo relevancia: “en este contexto, la institución escolar ha perdido centralidad. En ninguna parte se aprende a ver televisión y en la escuela se aprende a leer, pero para la sociedad actual, ésta no es una actividad relevante. La lectura tiene una importancia, como posibilidad de socialización y acceso a la cultura, que aún es necesario seguir reivindicando pero que los medios se encargan de poner en entredicho cotidianamente”.³⁵ De esta forma, la televisión se manifiesta en contraposición a este espacio tradicional de saber, el que fuera otrora el gran espacio de comunicación de acumulación y de conexión de conocimientos, ya que esta, al igual que otros medios como la radio, la prensa, por nombrar algunos, exceden la información que es comunicada por la escuela. Así, la escuela tiende a replegarse sobre sí misma, a defenderse más que a dar cuenta de su situación y reconocer que hoy en día los niños y jóvenes nacidos y criados en un mundo hipertecnologizado han tenido acceso a una gran cantidad de información y experiencias televisivas muy superiores a lo que la escuela puede entregar y a lo recibido por un adulto nacido varias generaciones anteriores. Esto es interesante, ya que supone que las experiencias que se van construyendo en un mundo (post)moderno son distintas, lo que nos lleva, siguiendo a Martín-Barbero, a realizar distinciones relativas a los procesos de alfabetización que esto estaría originando, señalando de esta forma, que nos hallamos frente a personas que han sido alfabetizadas en una cultura escrita cuya “educación” ha sido entregada por la escuela, frente a otros que siguen yendo a ese espacio llamado escuela, pero donde el proceso de alfabetización ya no está dado por ésta, sino por los medios, en especial la televisión. De esta forma, estaríamos frente a la construcción de nuevos tipos de analfabetos, analfabetos de la cultura audiovisual:

“La escuela desconoce todo lo que de cultura se produce y circula por el mundo de la imagen y las oralidades: dos mundos que viven justamente de la hibridación y el mestizaje, de la revuelta de memorias territoriales con imaginarios deslocalizados. Lo que nos coloca ante uno de los más graves malentendidos actuales, ya que el reconocimiento de la multiculturalidad en nuestros países implica aceptar no solo las diferencias étnicas, raciales o de género, significa aceptar también que en nuestras sociedades conviven hoy “indígenas” de la cultura letra-

33 Martín-Barbero, Jesús, *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, op., cit.

34 *Ibíd.*

35 Mariafioti, Roberto, “Transformaciones culturales, educación y medios masivos”, en Mariafioti, Roberto (Editor); Cormick, Hugo y Holgorio, Carlos, *Culturas Nómades. Juventud, culturas masivas y educación*. Editorial Biblos, Buenos Aires, 1996.

da con indígenas de la cultura oral –desde la riqueza de las narrativas étnicas a las urbanas del chisme y el chiste, del rap y el rock latinos– y las culturas del audiovisual, la del cine y la televisión, la de los videojuegos y el internet”.³⁶

Entonces, los jóvenes en los inicios de un tercer milenio –como también los de fines del milenio anterior– tienen que vivir en un período cultural que ha sido objeto de grandes transformaciones y en el cual se encuentran frente a un nuevo mundo, un mundo tecnocultural caracterizado por la visión, la audición, la velocidad, etc.,³⁷ tratando de orientarse y de desarrollar nuevas prácticas culturales, las que en muchos casos no son entendidas por el mundo adulto: los juegos de videos, de consola, el zapping, el surfing, etc. Asistimos, así, a la emergencia de otra cultura, la cultura de la imagen, de los medios, de la tecnología audiovisual, que convive con una “vieja” forma de cultura, la escrita, dominante en tiempos anteriores y que en algunos casos, es desplazada como cultura en la época postmoderna.

Como se ha señalado anteriormente, reconocemos entonces un nuevo modo de reorganización de los saberes, producto de la emergencia de los medios y en especial de la televisión, donde la escuela y el libro dejan de ser el único espacio de saber, e incluso, los padres pierden la centralidad que antes tenían en torno a éste. Así, es posible señalar que los jóvenes actuales aparecen como los más indicados para poder comprender y usar las nuevas tecnologías que han ido poblando el mundo, lo que conlleva una fuerte diferenciación del mundo adulto, que nos impulsa en muchos casos a analizar este proceso como un proceso de cambio generacional producido en las sociedades (post)modernas, que se puede entender en clave de ruptura generacional a nivel tecnológico, cuestión que es acertadamente trabajado por Margaret Mead a comienzos de los años setenta.

Esta autora señala que los adultos no comprenden el cambio que está viviendo la actual sociedad, refiriéndose principalmente a la emergencia de la revolución electrónica que involucra el paso de una cultura lectora a una cultura de los medios. Ella señala que “nuestro pensamiento nos ata todavía al pasado, al mundo tal como existía en la época de nuestra infancia y nuestra juventud. Nacidos y criados antes de la revolución electrónica, la mayoría de nosotros no entiende lo que esto significa”, es más, la autora señala que los jóvenes “viven en un mundo en que los acontecimientos les llegan con toda su complejidad, y ya no están amarrados por las secuencias lineales simplificadas que dictaba la palabra impresa”.³⁸ Entonces para Mead, los jóvenes, que ella llama jóvenes de una nueva generación, son más semejantes a los jóvenes de una primera generación nacidos en un país nuevo.

El llamado que hace Mead es claro, los jóvenes son los que encabezan el cambio cultural, el cambio de época que se está realizando y que involucra el paso de una sociedad a otra, de una sociedad de la escritura, a una sociedad donde prima lo tecnológico con énfasis en lo audiovisual, por lo tanto serían lo más indicados para guiar a otros. Entonces, el desafío –para el mundo adulto– es aprender de

36 Martín-Barbero, Jesús y Rey, Germán, *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, op. cit., p.46.

37 Martín-Barbero, Jesús y Rey, Germán, *ibid.*

38 Mead, Margaret. *Cultura y Compromiso. Estudio sobre la ruptura generacional*. Granica editor, Buenos Aires, 1971.

da con indígenas de la cultura oral –desde la riqueza de las narrativas étnicas a las urbanas del chisme y el chiste, del rap y el rock latinos– y las culturas del audiovisual, la del cine y la televisión, la de los videojuegos y el internet”.³⁶

Entonces, los jóvenes en los inicios de un tercer milenio –como también los de fines del milenio anterior– tienen que vivir en un período cultural que ha sido objeto de grandes transformaciones y en el cual se encuentran frente a un nuevo mundo, un mundo tecnocultural caracterizado por la visión, la audición, la velocidad, etc.,³⁷ tratando de orientarse y de desarrollar nuevas prácticas culturales, las que en muchos casos no son entendidas por el mundo adulto: los juegos de videos, de consola, el zapping, el surfing, etc. Asistimos, así, a la emergencia de otra cultura, la cultura de la imagen, de los medios, de la tecnología audiovisual, que convive con una “vieja” forma de cultura, la escrita, dominante en tiempos anteriores y que en algunos casos, es desplazada como cultura en la época postmoderna.

Como se ha señalado anteriormente, reconocemos entonces un nuevo modo de reorganización de los saberes, producto de la emergencia de los medios y en especial de la televisión, donde la escuela y el libro dejan de ser el único espacio de saber, e incluso, los padres pierden la centralidad que antes tenían en torno a éste. Así, es posible señalar que los jóvenes actuales aparecen como los más indicados para poder comprender y usar las nuevas tecnologías que han ido poblando el mundo, lo que conlleva una fuerte diferenciación del mundo adulto, que nos impulsa en muchos casos a analizar este proceso como un proceso de cambio generacional producido en las sociedades (post)modernas, que se puede entender en clave de ruptura generacional a nivel tecnológico, cuestión que es acertadamente trabajado por Margaret Mead a comienzos de los años setenta.

Esta autora señala que los adultos no comprenden el cambio que está viviendo la actual sociedad, refiriéndose principalmente a la emergencia de la revolución electrónica que involucra el paso de una cultura lectora a una cultura de los medios. Ella señala que “nuestro pensamiento nos ata todavía al pasado, al mundo tal como existía en la época de nuestra infancia y nuestra juventud. Nacidos y criados antes de la revolución electrónica, la mayoría de nosotros no entiende lo que esto significa”, es más, la autora señala que los jóvenes “viven en un mundo en que los acontecimientos les llegan con toda su complejidad, y ya no están amarrados por las secuencias lineales simplificadas que dictaba la palabra impresa”.³⁸ Entonces para Mead, los jóvenes, que ella llama jóvenes de una nueva generación, son más semejantes a los jóvenes de una primera generación nacidos en un país nuevo.

El llamado que hace Mead es claro, los jóvenes son los que encabezan el cambio cultural, el cambio de época que se está realizando y que involucra el paso de una sociedad a otra, de una sociedad de la escritura, a una sociedad donde prima lo tecnológico con énfasis en lo audiovisual, por lo tanto serían lo más indicados para guiar a otros. Entonces, el desafío –para el mundo adulto– es aprender de

36 Martín-Barbero, Jesús y Rey, Germán, *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, op. cit., p.46.

37 Martín-Barbero, Jesús y Rey, Germán, *ibid.*

38 Mead, Margaret. *Cultura y Compromiso. Estudio sobre la ruptura generacional*. Granica editor, Buenos Aires, 1971.

ellos y con ellos cómo dar los pasos en este nuevo escenario, aunque como lo señala la autora “los jóvenes no saben qué es lo que se debe hacer, pero intuyen que debe haber un sistema mejor”.³⁹ Así, presenciamos la emergencia de un nuevo tipo de cultura juvenil, una cultura que la autora llama cultura prefigurativa, la cultura de los hijos desconocidos, donde los adultos aprenden de los niños, realizando las distinciones con la cultura posfigurativa donde los niños aprenden primordialmente de los mayores y la cultura cofigurativa, en la que tanto los niños y los adultos aprenden de sus pares. Por lo tanto, los aprendizajes dependen menos de los adultos y más de la exploración de este nuevo mundo en el cual se insertan los jóvenes, un mundo tecno-cultural, de la imagen, la sonoridad, la velocidad y el tacto.

Esto nos permite señalar que estamos en presencia de un nuevo sujeto joven, de una nueva generación de jóvenes, distinta a la generaciones anteriores de adultos, que rompen con antiguas prácticas culturales:

“... vemos emerger una generación “cuyos sujetos no se constituyen a partir de identificaciones con figuras, estilos y prácticas de añejas tradiciones que definen la cultura sino a partir de la conexión-desconexión (juegos de interfaz) con las tecnologías”. Nos encontramos ante sujetos dotados de una “plasticidad neuronal” y elasticidad cultural que, aunque se asemeja a una falta de forma, es más bien apertura a muy diversas formas, camaleónica adaptación a los más diversos contextos y una enorme facilidad de “idiomas” del video y del computador, esto es para entrar y manejarse en la complejidad de las redes informáticas”.⁴⁰

Estas nuevas formas de construir lo que es la juventud en el marco de esta nueva época, permite que los jóvenes rompan las cadenas culturales que los ata a una específica cultura parental. Por lo tanto nos hallamos frente a culturas juveniles que son desterritorializadas. Martín-Barbero y Rey lo manifiestan de esta manera:

“Lo que este mapa avisora es la des-territorialización que atraviesan las culturas como la emergencia de una experiencia cultural nueva. Aún en nuestros subdesarrollados países el malestar en la cultura que experimentan los más jóvenes replantea las formas tradicionales de continuidad cultural, pues más que buscar su nicho entre las culturas ya legitimadas radicaliza la experiencia de desanclaje que, según Giddens, la modernidad produce sobre las particularidades de los mapas mentales y las prácticas locales”.⁴¹

Jóvenes y televisión. Evaluación y prejuicios

Hay que señalar que en Chile existen muy pocos estudios sobre televisión que estén relacionados directamente con los jóvenes. Se puede encontrar estudios realizados por el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) que involucran a niños, pero no se cuenta hasta el momento con información detallada sobre este segmento poblacional, respecto de usos, consumo, u otras actividades realizadas por jóve-

39 *Ibíd.*

40 Martín-Barbero y Rey. *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*, op., cit., p. 35.

41 Martín-Barbero y Rey, *Ibíd.*

nes con este artefacto llamado televisión. Las investigaciones que se han desarrollado sobre los jóvenes y televisión son escasas. Nos referimos principalmente a estudios, donde son los jóvenes los estudiados en relación a la televisión.⁴²

Si tomamos en consideración los resultados obtenidos por los estudios realizados por Lagomarsino & Zarzuri⁴³ y Carlos Espejo,⁴⁴ se puede partir señalando que en general los jóvenes muestran tener una opinión negativa más que positiva de la televisión, aunque el discurso de estos funcionaba con un efecto de péndulo, desde un eje enjuiciador a un eje comprensivo, pasando entonces por toda la gama discursiva que se puede encontrar entre esos polos y que de alguna forma hay que relacionarlos con la posición que ocupan los jóvenes dentro de la estructura social. Como lo señalan Lagomarsino & Zarzuri, al parecer esta opinión y/o percepción se asocia a un imaginario televidente juvenil bastante extendido que se basa en un 'deber ser' de la televisión que considera como referencia las propias preferencias y disposiciones horarias de los jóvenes, por encima de un análisis más detenido sobre "cómo realmente es" la televisión.

Por ejemplo, según estos autores, los jóvenes señalan que la televisión entrega información limitada, que parcela la realidad y la censura, por lo tanto no puede ser confiable, lo que hace que esta sea una empresa que manipula y engaña a la gente, encegueciéndola. Se suma a esto, los calificativos de aburrida, poco novedosa, que privilegia la entretención pero sin cultura, o sea dejando de lado el elemento educativo. Esto también es punto de discusión en la investigación realizada por Espejo,⁴⁵ el cual señala que en relación por ejemplo a la evaluación de los noticieros, los jóvenes consideran a éstos como "superficiales, negativos..." lo cual lleva a los jóvenes entrevistados a señalar que la televisión intenta manipular a los telespectadores, porque la construcción que hace del mundo juvenil y también del mundo popular entre otras cosas, no se corresponde con la realidad. Entonces, nos encontramos con construcciones negativas, estereotipadas, las cuales son rechazadas por los jóvenes "por su simplismo y pesimismo".

Estas impresiones sobre la televisión, permiten que los jóvenes construyan una imagen de la televisión como un aparato o entidad que engaña, cuestión que se objetiva principalmente en cierto tipo de teleseries, publicidad, noticias, según el estudio de Lagomarsino & Zarzuri. Estos autores señalan, que respecto del engaño, los jóvenes "asumen la acepción latina literal del concepto ilusión: engaño. La

42 En este sentido, solo podemos mencionar el estudio exploratorio realizado en 1997 por Mario Lagomarsino y Raúl Zarzuri, quienes relacionaron a los jóvenes con la Televisión y la Espiritualidad, y un texto escrito por Valerio Fuenzalida y otros en 1993 "Jóvenes y Televisión" (Centro de Estudios Públicos). Otras aproximaciones se encuentran en tesis de pre-grado y estudios más generales sobre televisión, entre los que podemos mencionar: "Tiempo de consumo en medios de comunicación y tecnologías de información" a cargo de Carlos Catalán (Fondecyt, 1998); "Los jóvenes chilenos: cambios culturales: perspectivas para el siglo XXI" (Universidad de Santiago/MIDEPLAN), las encuestas realizadas por Instituto Nacional de Juventud (INJUV), los estudios de audiencias realizados por el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) y algunos documentos emitidos por la Subsecretaría de Comunicación a través de la "Bitácora Medial", referidas principalmente a consumo.

43 Lagomarsino, Mario y Zarzuri, Raúl. *Televisión, espiritualidad y jóvenes*. Ceneqa, Santiago, 1998.

44 Espejo Silva, Carlos. *Usos y significaciones de la televisión por jóvenes*. Tesis para optar al Título de Sociólogo. Universidad de Chile, Santiago de Chile, 1997.

45 Espejo, Carlos. *Usos y significaciones de la televisión por jóvenes*, op., cit.

insatisfacción y la reacción airada aquí, aparecen juntas en el sentir mayoritario, y en el sentir minoritario el reconocimiento que la televisión es una empresa comercial y habría poco qué hacer respecto de cambiar la situación”.⁴⁶

Sin embargo en el polo opuesto, encontramos que la televisión en sí es valorada como fuente de entretenimiento, lo que permite que se establezca entre la televisión y los jóvenes una “relación fundamental con el medio”,⁴⁷ ya que sustituye viejas formas de entretenimiento,⁴⁸ entonces se podría ver como una marca generacional distintiva. Ahora bien, habría que señalar que esta función de entretenimiento está relacionada con momentos específicos, con determinados horarios de consumos, ya que no se puede asumir que todo lo que la televisión entrega –según los jóvenes– sea entretenido. Esto se relaciona estrechamente con algunos datos cuantitativos que han sido recogidos en otros estudios,⁴⁹ los cuales señalan que los jóvenes empiezan a cambiar su forma de aproximarse al consumo de televisión según la etapa de su juventud en que se encuentren, de esta forma se señala que antes se “veía televisión” y ahora se “ven programas de televisión”, lo cual involucra una dimensión cualitativa, ya que los jóvenes comienzan a manifestar diversos tipos de intereses, intensificándose la vida social de ellos, por lo que no están mucho en la casa, lo cual los lleva a ser más selectivos con la televisión, seleccionando programas que entretengan, por ejemplo.⁵⁰ Esta idea de relación fundamental, permite constatar que la televisión aparece también a los jóvenes como un cable comunicador con otras realidades, o sea, la televisión les permite obtener información para comunicarse con el mundo, lo cual como señala Espejo,⁵¹ posibilita la integración social, integración que es diferenciada pero con un saber actualizado, dado por la televisión.

Deteniéndonos un poco más en las impresiones que tienen los jóvenes sobre la televisión, Lagomarsino & Zarzuri, señalan, que: i) La publicidad transmitida por la televisión no sería manipuladora como las teleseries y los programas misceláneos, ya que en los dos últimos no es evidente la idea de manipular, estarían en el terreno de lo que aparenta ser y no es, pero la publicidad dice que va a vender y vende según los jóvenes; ii) La televisión introduce y promueve elementos de cambio y de sustitución. Por un lado, la televisión amplía nuestra información acercándonos a espacios sociales distintos del nuestro, por otro lado sustituye los lugares que en el pasado estaban destinados a la entretenimiento, como por ejemplo,

46 Lagomarsino y Zarzuri, *Televisión, espiritualidad y jóvenes*, op. cit., pp., 83-84.

47 Espejo, Carlos. *Usos y significaciones de la televisión por jóvenes*, op., cit.

48 Lagomarsino, Mario y Zarzuri, Raúl. *Televisión, espiritualidad y jóvenes*, op., cit.

49 Fuenzalida et al. señalan que en estudios en otros países –ellos específicamente mencionan un estudio realizado en Suecia en 1992– se percibe un cambio o un tránsito de la televisión a la radio según edades. De esta forma por ejemplo, siguiendo el estudio sueco, un niño de 12 años mostraba un alto consumo de televisión. cuestión que se modificaba en este niño al ir creciendo, pasando a consumir más radio. Este dato, es coincidente con la información recogida en las encuestas sobre juventud realizadas por el INJUV en nuestro país, donde si bien el consumo de televisión es la tercera opción más señalada como actividad realizada durante el tiempo libre que disponen los jóvenes, esta es superada por el consumo de música preferentemente a través de la radio.

50 Fuenzalida, Valerio, et al. *Jóvenes y televisión*. CPU Documentos de Trabajo N°6, Santiago de Chile, 1993.

51 Espejo, Carlos. *Usos y significaciones de la televisión por jóvenes*, op., cit.

las plazas lugares de encuentro de los jóvenes y adultos de sectores semi-rurales; iii) Los jóvenes valoran los programas que entreguen cultura y educación siempre y cuando el elemento de entretenimiento y diversión estén presentes de manera conjunta; iv) Los programas culturales son transmitidos en un horario casi inaccesible (los dan o muy temprano o muy tarde); y v) Los programas culturales son hechos y están destinados para el público adulto, lo que conlleva a una utilización del lenguaje complicado según ellos (científico, teórico y técnico) que no es comprensible para la mayoría de los jóvenes. En este mismo sentido el joven busca identificarse en la pantalla, pero en este tipo de programas el joven no tiene una representación importante.

Aquí, sin embargo surgen algunas contradicciones en el discurso de los jóvenes: i) existe una fuerte demanda verbalizada, pero conductas de consumo reales distintas a la demanda; ii) la televisión no necesariamente debería ser fiel reflejo de la realidad; iii) se reclama desde un código emotivo frente a la racionalidad instrumental de la televisión, dado que es una empresa; y iv) si bien para los jóvenes los programas valorados principalmente corresponden a documentales, reportajes y programas culturales y educativos, se reconoce que el tipo de programación más visto son las telereseries.

De esta forma, según los autores, los jóvenes orientan sus críticas en torno a la forma como se está haciendo televisión, aun cuando ésta sería un medio muy valorado en cuanto a sus posibilidades. Y es por ello que los jóvenes se pronuncian tanto acerca de cómo debería ser la televisión:

“Los mensajes transmitidos deben ser en su contenido entretenidos y educativos a la vez, además, aquellos programas que intentan provocar un cambio de actitud –campañas sociales– o aquellos que narran historias de personajes –las telereseries– deben reflejar en forma fidedigna y vivencial la realidad de la gente. Los jóvenes dicen que éstas condiciones son posibles si la forma que se les da es la de un lenguaje principalmente audiovisual. La internalización de valores a través de la televisión es posible si ésta recurre a las secuencias de imágenes, sonido, etc. recursos a través de los cuales se puede representar de forma más “fidedigna” la realidad que se vive diariamente puesta en la pantalla chica. Al mismo tiempo la buena utilización del lenguaje televisivo haría de éste un medio en el que el telespectador pudiera “vivenciar” junto con los personajes diversas situaciones –secuencias– a través de las cuales estaría, mas que viendo o escuchando, “experimentando” valores, experimentando situaciones problemáticas y experimentando su solución”.⁵²

Como se puede apreciar, estamos en presencia de una ambivalencia en los jóvenes respecto de su experiencia sobre la televisión, lo cual no impide que los jóvenes ejerzan una crítica no exenta de dualidades, cuestión que no se les puede atribuir solo a ellos como grupo específico, sino también a toda la sociedad cuando se tiene que se ven enfrentados a emitir opiniones frente a una tecnología que se ha vuelto polémica en nuestras sociedades.

52 Lagomarsino & Zarzuri, *Televisión, espiritualidad y jóvenes*, op., cit. p. 107.

Jóvenes y televisión. Breves notas de un estudio cualitativo⁵³

Se puede comenzar señalando que las formas de ver televisión han sufrido transformaciones a lo largo del tiempo. Ver televisión hoy día es distinto de ver televisión en épocas pasadas (10 a 15 años atrás). Por ejemplo, los recuerdos que tienen los jóvenes, es que antiguamente los niños veían muy poca televisión, debido principalmente a que este era un artefacto que era administrado por los adultos y que implicaba para las familias poseedoras de estos aparatos un cierto estatus, por lo tanto, “la tele era LA TELE”, ésta se cuidaba, y los niños y adolescentes solo podían ver lo que los adultos querían que vieran. A la par de esto, la programación en esa época no estaba tan dirigida al mundo infantil o juvenil, y los programas no eran tan numerosos como ocurre hoy en día, lo cual llevaba a que los niños y adolescentes realizaran otras actividades.

Por otra parte, la información analizada estaría indicando que el ver televisión tendría bastante relación con el ciclo de vida o etapa en la que los jóvenes están, y particularmente con el tipo de actividad central en la que ocupan parte importante del tiempo y dedicación (crianza, trabajo en el hogar, trabajo fuera del hogar, colegio, universidad). Por ejemplo, los jóvenes que van al colegio, destinan un número alto de horas a ver televisión, siendo su principal entretenimiento y fuente de placer. Buscan principalmente películas o programas intensos, de acción, que les provocan distintas emociones. Reportan que pasan por distintos estados de ánimo. Esto lo combinan con otros programas de corte más familiar como teleseries y noticieros, los cuales ven acompañados por hermanas o la mamá. Algunos reportan que hacen tareas con el televisor prendido o desarrollan otras actividades. Otros, cuando hay hijos pequeños, utilizan la televisión como un instrumento para tranquilizarlos y entretenerlos, a lo que se suma el padre o la madre y en el camino se va entusiasmando con el programa, aun cuando esté dirigido a los niños (dibujos).

Se puede observar también en los jóvenes, una escasa flexibilidad en el ver televisión, que se traduce en un no ser conscientes en las formas en que se ve, no dándose cuenta de las rutinas y hábitos que han creado, y que se manifiestan en la rutinización de los programas que se ven. Esto da cuenta precisamente, de como se ha introducido la televisión en la vida cotidiana, estructurando la vida y dando en muchos casos un hilo conductor a ésta. De esta forma se pueden encontrar rutinas diarias, por ejemplo, “llegar a la casa e ir inmediatamente a prender el televisor” donde subyace la idea de “prendo luego existo”; preparativos para mirar ciertos programas que se han convertido en tradicionales de ver cómo por ejemplo las teleseries, las cuales se siguen día a día, por lo tanto se estructura una forma de orden que permita destinar un tiempo a ésta; la construcción de ciertos ritos, como por ejemplo la preparación para ver programas importantes como pueden ser los partidos de fútbol, para los jóvenes varones, que implica dotarse de todo lo necesario para mirar (comida, bebida, entre otros).

53 La información que se comenta en la siguientes páginas, son el resultado de una investigación realizada durante los años 1999-2000 con enfoque cualitativo, donde se realizó un seguimiento a 16 jóvenes de estratos socioeconómicos distintos, de localidades urbanas y semi-rurales, que realizaban diversas actividades y se encontraban solteros (viviendo con sus padres o solos) o viviendo con parejas e hijos. Ver: Zarzuri, Raúl. *Jóvenes y Televisión. Un estudio sobre la cultura televisiva de los jóvenes*. Documento de discusión, Centro de Estudios Socioculturales (CESC)/GDS Consultores, Santiago, 2001.

Si bien mayoritariamente los jóvenes entrevistados ven televisión acompañados por la familia, subyace en ellos un potente deseo de hacerlo individualmente. Por ejemplo, las mamás jóvenes entrevistadas, señalaban que debido a sus actividades y al acompañamiento que realizan a sus hijos y esposos, sacrifican sus preferencias, ya que ven esos momentos como un espacio para compartir, mientras que al ver solas tienen mayores libertades en la elección. También entre los más jóvenes significa mayor independencia, libertad y poder, combinado con un mayor tiempo de descanso.

Otro dato interesante que se puede destacar, es que la televisión ha ido introduciendo cambios en la construcción de espacios al interior de los hogares, lo que ha implicado en cierta medida un reordenamiento de éstos. Hay un cierto tránsito en el ver televisión, antiguamente se realizaba en el living, ahora encontramos un tránsito a un ver en el dormitorio. De esta forma, el lugar en donde está ubicada la televisión, les permite marcar los espacios que consideran públicos (por las visitas, compañía, la bulla) de los que consideran privados (soledad, exclusividad, silencios). Esta distinción estará matizada por el contexto de los jóvenes. En resumidas cuentas, se observa el paso de una actividad con cierto sentido público, comunitaria, a una actividad solitaria, de carácter individual, especialmente si se tienen varios televisores en la casa y ubicados en distintos espacios, lo cual se podría llamar el paso de una visualización compartida a una visualización individual. Hay que señalar sin embargo, que esto no se manifiesta en todos los jóvenes, ya que en muchos casos la televisión sirve (todavía) de “aglutinador” de la familia; se ve todavía acompañado, pero hay un cierto deseo de hacerlo solo, especialmente en los jóvenes de menor edad.

Respecto de la formas de mirar televisión, se observa una cierta “transmisión cultural” que de alguna manera incide en estos procesos, la cual llamaremos socialización televisiva. Este tipo de socialización está marcada principalmente por la historia familiar, el lugar de origen, o sea, si vivo en el ámbito urbano o rural, o según el contexto, o si vivo solo o acompañado. Así, la socialización televisiva se puede manifestar en: a) seguir la tradición, o sea acentuar en el presente lo aprendido en el pasado, lo cual recoge la historia del sujeto, o b) la resocialización adquiriendo nuevas prácticas, producto del contexto.

En este punto, debemos considerar los cambios que se han producido con el ver televisión. Por ejemplo, antes se veía menos televisión que ahora, por lo tanto los jóvenes que han nacido con esta tecnología se adecuan mucho más rápido y tienen mayor interacción que sus padres. Por otra parte, respecto del ver televisión, hay que considerar las transformaciones que han tenido los jóvenes debido al cambio de la situación de vida de los individuos, por ejemplo: uno de los jóvenes entrevistados en el estudio señalaba que se casó, tuvo hijos, por lo tanto, tuvo que cambiar sus hábitos televisivos, “subordinándome a los hijos”. Por lo tanto, al hablar de socialización nos referiremos a que los hábitos de televisión van siendo modificados por algunos de los elementos señalados anteriormente, lo que “explica” el hecho de “heredar” lugares para el televisor, o formas de consumo que están bajo el control o influenciados por el compañero de casa o por la situación familiar como padre o madre.

Por otra parte, se constata también un uso diferenciado de la televisión de acuerdo al género, lo que lleva a plantearse la existencia de estilos distintos de ver televi-

sión, según si se es hombre o mujer. Por ejemplo, las mujeres que están en etapa de crianza prenden la televisión durante bastantes horas en el día, pero paralelamente hacen una multiplicidad de tareas del hogar (aseo, lavado, planchado, cocinar), del cuidado de los hijos (amamantar, vestir, lavar, tranquilizar, entretener), es decir, relacionadas con la reproducción cotidiana de la vida. Ellas ven todo tipo de programas: infantiles, teleseries, informativos, culturales; se paran innumerables veces o más bien oyen televisión o simplemente el ruido las acompaña en la rutina de tareas. Por lo tanto, no es frecuente que se puedan “instalar” a ver una película o programa completo y cuando lo hacen y están acompañadas por ejemplo, tienden a conversar o comentar lo que ven, a establecer lazos de comunicación. En cambio en general para los hombres el ver televisión en muchos casos implica dedicarse “exclusivamente” a este acto, para el cual, es necesario concentración y silencio. Esta idea atraviesa, aunque con distintas manifestaciones, entre los jóvenes varones del estudio. Por ejemplo, muchos entrevistados de menor edad, argumentaban que necesitaban estar tranquilos, en silencio para mirar televisión, haciendo callar en muchos casos a sus familiares.

En esta distinción realizada por cuestiones de género, se pueden ver también lo que podemos denominar las relaciones de poder asociadas principalmente a la tenencia o no del control remoto de la televisión, cuestión que los hombres se apropian —en opinión de las mujeres— permitiendo a éstos tener mayor incidencia en decidir qué es lo que se ve, cuándo se ve y cuándo hacer o no zapping. De esta manera, las mujeres someten sus preferencias a sus parejas, papás, hermanos o a las de sus hijos (aunque sean bastante pequeños), aunque hay algunos casos en que se plantean más firmemente e imponen sus preferencias o participan en procesos de negociación.

Por otra parte, los jóvenes entrevistados, atribuyen al ver televisión a una diversidad de sentidos que se pueden asociar a una de las características centrales de la televisión, que es su multifuncionalidad, lo cual se va construyendo en función de las prácticas de lo sujetos en su interactuar con esta. Por ejemplo, para las parejas jóvenes, la televisión adquiere una importancia en su uso como “baby sitter” debido a que les permite economizar tareas domésticas, cuidado y atención de los hijos. Otro ejemplo, y que se manifiesta en la mayoría de los jóvenes, es su uso como radio, debido a que buscan los ambientes con ruido, lo cual les permite no sentirse solos, es decir se sienten acompañados. Otro de los usos que se le da a la televisión, mientras se realizan más actividades, es el de organizador de rutinas, ya sea despertar (como activador), para reiniciar la jornada diaria, o en el resto del día para organizar los distintos tiempos, por ejemplo preparar la comida antes de la teleserie, la hora de “once” como momento para encenderla y relajarse.

Ahora bien, a la televisión también se le atribuye la función de “puente” o “mediador” al interior de las relaciones familiares, debido a que, como en el caso de las mujeres jóvenes con pareja especialmente, esta les proporciona el espacio, la circunstancia y el deseo de entablar un diálogo con sus parejas. También la función de mediador se hace visible al momento de controlar los programas que ven los hijos (en el caso de las mamás jóvenes) que les implica compartir tiempo con ellos.

El hecho de tener la televisión prendida y girando en torno a sus cotidianidades, no implica “sentarse a ver televisión”, ya que esta actividad supone disponer de un

tiempo y de una disposición específica para hacerlo. De ahí, que el ver televisión les signifique prestar atención a lo que están haciendo y estar activos. Se considera el hecho de mirar televisión como un espacio para el entretenimiento porque los distrae, les permite evadir los problemas o realidades; para la información, porque les aporta temas de conversación, o es un suministro para manejarse socialmente o suplir carencias educacionales y de sociabilidad, y porque les da posibilidades de un contacto físico y relaciones con otros. En general se menciona como motivaciones para ver televisión: descansar, relajarse, informarse, salir de la rutina, aprender, entretenerse, reírse, olvidarse de malos ratos, dormirse o despertarse (se le programa), salir de la burbuja, escuchar lo que pasa en el país y en el mundo.

Cabe señalar por último, que una distinción importante que hacen los jóvenes es la que realizan entre ver televisión durante la semana y el fin de semana, debido que la primera situación implica mayor estructuración de horarios, menos flexibilidad y una marcada rutina televisiva, que se diferencia de los fines de semana, ya que son tiempos de mayor libertad. Así como frente a la pregunta ¿es posible vivir sin la televisión?, más que respuestas categóricas, lo que hemos encontrado son prácticas, hábitos y usos, que demuestran la trascendencia que este “aparato-medio-imaginario”, tiene en la cotidianeidad de toda una generación de jóvenes.

A modo de cierre

La masividad de la televisión en nuestro tiempo, ha significado que ésta se haya transformado en uno de los actores principales de la cultura moderna, a partir de su intromisión en la intimidad de aquellos que la observan, pasando de esta forma a ser parte de nuestros hábitos y rutinas personales y como diría Giddens siguiendo a Baudrillard, no solo representa el mundo en el cual nosotros vivimos, sino que define cada vez más lo que es el mundo. Asistimos entonces a la instalación de la televisión en la vida cotidiana de los jóvenes chilenos, cuestión que se evidencia simultáneamente a través de diversos factores, tales como: la forma en la que su uso ha ritualizado las prácticas, la internalización de un discurso acerca de la importancia que ésta tiene para la generación audiovisual, las marcas (evidentes o no) que ha dibujado en torno a los espacios físicos o a los tiempos simbólicos y a los mecanismos de sociabilización, al interior o no de la familia, que se han implantado y ramificado poco a poco.

Entonces, los jóvenes bien pueden ser llamados hijos de la televisión, y si bien comparten muchas de las características del ver televisión del mundo adulto, se pueden encontrar distinciones principalmente referidas al manejo y a las relaciones que se establecen con ella.