

APRENDER A VER TELEVISIÓN. ESTRATEGIAS FAMILIARES PARA LA APROPIACIÓN DEL MEDIO TELEVISIVO

MANUEL MARTÍNEZ NICOLÁS
Universidad Rey Juan Carlos

El insistente escrutinio social, académico y político sobre la televisión ha generado un discurso plagado de suspicacias y temores que suele conducir a la reprobación de los emisores y la descalificación de muchos de los contenidos televisivos. Tal discurso no deja de ser razonable, pero tiende a omitir cualquier reflexión acerca del papel que corresponde a las audiencias, descuidando el hecho de que *ver televisión* es una práctica social mediante la que alguien decide, con un amplio margen de autonomía, establecer una determinada relación con el medio televisivo y los discursos que promueve. Se abre así en el debate sobre la televisión, su poder y sus efectos, otro frente igualmente problemático: el de los modos de apropiación o relación con el medio que instauran sus audiencias, ya que las consecuencias que se le atribuyen no son ajenas a la manera en que los usuarios deciden, cada día, *ver televisión*. El texto plantea una revisión crítica de los estudios que abordan específicamente las estrategias de apropiación de la televisión en el ámbito familiar.

Palabras clave: Consumo televisivo; Apropiación; Familia.

Consecuencias no deseadas del discurso sobre el poder de la televisión

El debate social y académico sobre la televisión suele girar en torno a un asunto recurrente que indica el modo en que la sociedad, y buena parte de la investigación científica, tiende a aproximarse al fenómeno televisivo: la cuestión del *poder de la televisión*. *Pensar la televisión* insistiendo en que el *poder* de que disfruta y ejerce no ha sido, sin embargo, algo privativo de la reflexión sobre este medio, sino que constituye

una de las líneas de fuerza del pensamiento moderno sobre el conjunto del sistema de comunicación de masas. Pero ese *discurso de poder* se ha hecho más insistente en el caso de la televisión, quizá porque en ella concurren algunos rasgos bien específicos que han alimentado la plausibilidad de tal discurso.

En primer lugar, la televisión es un medio *eficaz* al utilizar un soporte tecnológico que le permite hacer llegar mensajes a públicos integrados por cantidades ingentes de individuos. Pero la televisión se caracteriza también por su

versatilidad, esa capacidad propia de un *medio-contenedor* que atrae el interés de sus usuarios porque propone una oferta variada de contenidos —desde información hasta entretenimientos diversos—. Eficaz y versátil, pero sobre todo *sincrético*, pues tiene a su alcance tal variedad de recursos expresivos —la imagen, el sonido, la escritura; pero también la gestualidad, la indumentaria y otros dispositivos para generar significado— que la convierten en una forma cultural a la que parece lícito presuponer un enorme potencial de influencia. Todos estos argumentos, y bastantes más, han contribuido a forjar la idea de que la televisión es un medio *poderoso*, y quizá, con diferencia, el más poderoso de los medios de comunicación de masas.

Muy probablemente este juicio sea cierto; y por esta razón la televisión se ha visto sometida a un incesante escrutinio social, académico y político que ha abocado en un discurso plagado de temores, suspicacias, recelos y reproches por parte de una sociedad tan fascinada como incómoda por la omnipresencia televisiva. El reconocimiento de la televisión como un medio *poderoso* equivale de hecho a conceder al discurso televisivo y, en último término, a quienes pueden decidir su factura y difusión, la capacidad para influir notablemente sobre la dinámica social contemporánea y las instituciones e individuos que la soportan. De ahí que la televisión sea un medio *bajo permanente sospecha*, con independencia del ángulo desde el que se la mire: el favor que merece entre las opciones de ocio a disposición de las personas; los cambios que su presencia introduce en los procesos políticos y educativos; la relevancia que ha adquirido como agente de socialización, en concurrencia con las instituciones que tradicionalmente han desempeñado esa función, y en particular la familia y la escuela; o el impacto social que se supone a los valores, visiones del mundo o modelos de conducta que propone y difunde —la violencia, el sexismo, el racismo, la invasión de la intimidad, la espectacularización de la realidad—. A medida que ese discurso

sobre el *poder de la televisión* —y un poder por lo general negativamente cualificado— ha ido asentándose, las reacciones han tendido igualmente a arreciar: la televisión es señalada como *enemiga* del buen orden social e incluso psíquico, y desde las instancias políticas se incrementa la presión sobre el medio, estableciendo regulaciones y auspicando códigos de comportamiento.

Como quiera que sea, ese discurso sobre el *poder de la televisión* y sus nocivas consecuencias parece abocado a la frustración, porque, pareciendo tan evidente el origen del mal, no se acierta a remediarlo con eficacia. Y para que esa frustración no conduzca, como suele, a la indiferencia, se redoblan los esfuerzos: proliferan las críticas, las denuncias, los estudios sobre el impacto de la televisión, las disposiciones legales y las apelaciones a la medida de quienes tienen la responsabilidad de la programación televisiva. Y así en una espiral a la que no se vislumbra fin.

El discurso negativo sobre el *poder de la televisión* resulta, no obstante, bastante insatisfactorio; y no porque carezca de razón, sentido y oportunidad, sino porque en él apenas sí tiene cabida uno de los sujetos indispensables para la *actualización* del fenómeno televisivo: los usuarios de la televisión. Esa evaluación del usuario en el discurso sobre el *poder de la televisión* puede acarrear consecuencias prácticas obviamente no deseadas, y que tienden a situarse en uno de los siguientes extremos: bien acaba por aceptarse de forma acrítica y resignada un estado de cosas que parece movido por voluntades e intereses que exceden con mucho la capacidad de acción de los consumidores de televisión; bien se adopta una actitud de afrontamiento activo del problema, pero reduciendo la responsabilidad del usuario al ejercicio de una constante presión sobre el medio y sus gestores. En ambos casos queda incomprendida la posición que corresponde a las audiencias en lo que en adelante denominaremos *institución televisiva*.

El significado de ver televisión: la posición del usuario en la institución televisiva

El discurso sobre el *poder de la televisión* se revela parcial, pero no por sesgado, sino, como sostenemos, por una deficiente comprensión de los elementos concurrentes en la *institución televisiva*. Cuando se alude al *poder de la televisión*, tendemos a referirnos de manera restrictiva al *poder de quienes difunden televisión*: es exclusivamente la actuación de ese sujeto (en la práctica, quienes deciden la factura del *discurso televisivo*: sus formas y contenidos, y los modos de su estructuración espacial y temporal) la que se ve sometida a críticas, discusiones, regulaciones, apelaciones a la responsabilidad y cualesquiera otras formas de intervención y presión. Pero la *institución televisiva* no se agota en la acción de ese sujeto, ya que el funcionamiento de la misma precisa necesariamente del concurso de otra figura social: *quienes ven televisión*. La posición de los usuarios debe ser entendida, entonces, como aquella propia de un sujeto que también dispone de un cierto poder en la *institución televisiva*, justamente el poder de *ver televisión*. Ésa es una potestad que sus depositarios pueden ejercer de maneras bien diversas, y que les convierte en instancias activas de los procesos culturales articulados en torno a la televisión.

La centralidad que en el discurso sobre el *poder de la televisión* ha ocupado la reflexión sobre el *poder de difundir* y sus consecuencias, y el escaso interés suscitado por el *poder de recibir* (de *mirar*) y sus modalidades ha podido dificultar la comprensión de que cuando los usuarios del medio optan por *ver televisión*, están decidiendo *ingresar* en una institución social. Desde el momento en que se colocan ante el televisor y acceden a la programación, los individuos asumen un determinado *rol social* en el marco de la *institución televisiva*: son *telespectadores*. De hecho, la vida cotidiana se desarrolla en unas circunstancias en las que constantemente ingresamos en las más diversas instituciones

sociales a las que adaptamos nuestra conducta según las orientaciones que hemos ido aprendiendo o elaborando con nuestra experiencia reiterada. Y así podemos ser *padres* (o *hijos* o *hermanos*) en la institución familiar; *empleados* en la institución del trabajo; *clientes* en la institución comercial; o *alumnos* en la institución escolar. Y a veces, durante muchas ocasiones, decidimos ser *telespectadores*, participando desde esa posición en la institución televisiva.

En las instituciones sociales, las relaciones entre los sujetos que las integran suelen hallarse sólidamente establecidas como resultado de una constante interacción. Ese proceso de relación continuada permite finalmente definir los roles que asumen los distintos miembros de la institución, y tales definiciones contienen indicaciones acerca de la conducta que se considera apropiada en cada uno ellos, las funciones que deben desempeñar o el poder de que disponen. La televisiva es, sin embargo, una institución algo particular, ya que en ella los usuarios disfrutan de un alto grado de *autonomía* a la hora de dar sentido al papel que les corresponde y a la hora de decidir el modo en que van a ejercer el poder que les confiere ser parte de la misma. Y ese alto grado de autonomía responde, quizá entre otras, a una razón fundamental: la televisión es, desde el punto de vista del telespectador, una institución *abierta*, entendiéndolo por tales aquéllas en las que alguno de sus componentes puede sustraerse a mecanismos de sanción que le obliguen a negociar o a ajustar su acción a la del resto de sus miembros.

Lo dicho hasta aquí pretende cargar de sentido la idea de *soberanía del telespectador*; una soberanía que ciertamente no es ilimitada ni carente de condicionamientos, y que tampoco puede servir de coartada para justificar que quienes ostentan el *poder de difundir televisión* se sustraigan a la necesidad de ejercer responsablemente tal poder. Pero creo que conviene insistir en esta dirección porque *ver televisión* es una práctica mediante la que se decide

ingresar en una institución en la que no existe para el usuario una posición estrictamente *pre-fijada* por ninguna instancia externa, pudiendo disponer con una cierta *autonomía* del poder que le otorga ese ingreso. *Ver televisión* es una manera de entablar una cierta relación con quien *difunde televisión* y con el *discurso televisivo* que éste promueve, y la forma en que esa relación vaya a desarrollarse dependerá en muy buena medida de las opciones que tome *quien ve televisión*.

Si adoptamos este punto de vista, comprobaremos que los problemas que plantea el funcionamiento de la institución televisiva en nuestras sociedades no deben quedar restringidos a aquellos que parecen dominar el debate social en la actualidad: los referidos a la adecuación o no de los programas que difunden las televisiones; a los efectos de los contenidos —en parte acreditados y en parte supuestos— sobre los telespectadores, con particular preocupación por ciertos sectores del público, como los niños y los adolescentes; y, en fin, a la responsabilidad que cabe exigir a los productores y a los directivos de las cadenas. Desde la perspectiva que aquí proponemos se abre otro frente igualmente problemático, y que merece una cuidada reflexión por parte de los usuarios del medio: la necesidad de *aprender a ver televisión*, porque es ahí donde los consumidores definen las modalidades que regirán su relación con el medio. Entender la televisión en tanto que *institución social*, y no sólo ni básicamente como tecnología comunicativa, ni como dispositivo discursivo, permite desplazar la reflexión hacia la actividad de las audiencias, reequilibrando así un debate excesivamente escorado hacia la reprobación de la instancia emisora y hacia el desvelamiento, no siempre bien fundado, de cualidades significantes pretendidamente inherentes al discurso televisivo. Porque, en definitiva, las consecuencias que puedan atribuirse a la televisión en nuestras sociedades, cualesquiera que sean, no son probablemente ajenas a la manera en que los usuarios están decidiendo, todos los días, *ver televisión*.

Aprender a ver televisión: la socialización en el seno de la familia

Aprender a ver televisión parece necesario en una situación en la que las reiteradas críticas a la oferta televisiva parecen no contribuir a transformar un estado de cosas ampliamente tenido por insatisfactorio, y en la que, además, se constata la vigencia de cierta incomprensión hacia el significado de *ver televisión*. En este sentido, resulta sintomático lo que expone el investigador mexicano Guillermo Orozco en referencia a los países latinoamericanos, pero que también es extrapolable a nuestro contexto inmediato:

«Por ejemplo, algunas ideas muy generalizadas entre distintas audiencias [...] son las siguientes: “la relación con la TV no es algo sobre lo cual deba reflexionarse mucho” —lo cual predispone a la audiencia a enchufarse despreocupadamente a la TV como lo haría ante cualquier oferta de espectáculo en el que no se le pide nada más allá de disfrutar de la función—» (Orozco, 1996b: 30).

En efecto, *ver televisión* no se reduce a *enchufarse despreocupadamente* al televisor, sino que debe ser entendido como una práctica cultural que conviene afrontar no desde la más llana espontaneidad, sino de una forma reflexiva; es decir, decidiendo el tipo de relación que queremos instaurar con el medio televisivo, y eso pasa por elaborar *estrategias de apropiación* —o de *incorporación*— del mismo¹. En general, cuando encaramos una actividad determinada apoyándonos en una *estrategia*, lo hacemos habiendo trazado previamente un plan que orienta el proceso de ejecución de aquella según una finalidad prevista; y eso es lo que permite que aquella actividad tenga un sentido para quien la efectúa, y también para los demás. Por tanto, enfrentar la práctica de *ver televisión* desde una *estrategia de apropiación* del medio consiste, entre otras cosas, en otorgar al consumo televisivo un lugar preciso entre las opciones de disfrute del tiempo libre, en instituir

pautas o normas para el uso del medio, en establecer las modalidades de fruición o recepción —los estilos de ver televisión— que consideremos más adecuadas. Consiste, en definitiva, en que los usuarios vayan construyendo para sí una *cultura televisiva*². Y con ello no nos referimos, obviamente, a ese dudoso mérito de *saber sobre los programas de la televisión*, sino a aquello a lo que en un sentido antropológico apunta el concepto de *cultura*: a la activa transformación del entorno para satisfacer así las necesidades, intereses o preferencias que podamos experimentar. La *cultura* es precisamente un *esfuerzo de apropiación* del entorno encaminado a obstaculizar que éste se nos imponga veleidosamente. De este modo, generar para sí una *cultura televisiva* supone instaurar una forma de relación con la televisión y su discurso guiada por las decisiones que tomamos como telespectadores *cultivados*. De esa manera, y coincidiendo de nuevo con Orozco (1996b: 19), las audiencias de la televisión podrán participar «cada vez más informadas como interlocutoras de este medio y no sólo como meras espectadoras».

Aprender a ver televisión requiere, pues, de una *apropiación autónoma* del medio televisivo por parte de los usuarios, y ése es un proceso que tiene lugar habitualmente en el ámbito de la vida familiar cotidiana, el contexto en el que, por lo general, los individuos se implican en la práctica de *ver televisión* y en donde, desde la infancia, aprenden a relacionarse con el resto de las instituciones sociales. Compartida con la escuela y, según cierta apreciación negativa, asediada por el poder de la televisión, la familia es el primer y decisivo foro de socialización de las personas, y también de su socialización en tanto que miembros de la institución televisiva. De ahí la particular relevancia de las *estrategias de apropiación* que con respecto a la televisión se proponen y desarrollan en el seno de la familia, acrecentadas por la evidencia ampliamente contrastada de que éste es el medio de comunicación de masas que, con diferencia, prefieren los niños y que con mayor asiduidad consumen³.

Ciertamente, la familia no es la única de las *comunidades de apropiación* en la que los individuos forjan, aprenden y van interiorizando hábitos y pautas de acción con respecto al medio televisivo. Al menos entre las audiencias infantiles, y también entre las adolescentes, la práctica de *ver televisión* se halla fuertemente orientada por los modos, los intereses o las indicaciones que se plantean en otros contextos sociales de los que son activos participantes, sobre todo la escuela y los grupos de amigos. Y es necesario subrayar que estos últimos ejercen una notable influencia a la hora de señalar usos y preferencias televisivos, ya que los programas y sus contenidos constituyen una fuente de experiencias comunes que facilitan la integración de sus miembros. *Ver televisión* forma parte de la propia vida del grupo, aunque el consumo efectivo se realice habitualmente en otro ámbito, el familiar. Como quiera que sea, difícilmente podrá discutirse que el papel central en este proceso que comentamos lo desempeña la familia, y que es a los miembros adultos de la misma —a los padres— a quienes corresponde instituir lo que algunos autores denominan una *política de la sala de estar* [*politics of the living room*] (Morley, 1996: 203); es decir, establecer una estrategia o pauta general por la que la familia decide de forma reflexiva el tipo de relaciones que sus integrantes —todos, y no sólo los niños— deban mantener con la televisión, fijando así la posición desde la que buscan incorporarse a la institución televisiva.

El uso de la televisión en el ámbito familiar

Dos décadas de intensa investigación científica y reflexión social sobre televisión y familia nos han permitido disponer de un abundante conocimiento acerca de diversas cuestiones relacionadas con este tópico⁴. De entre todas ellas, y sin ánimo de realizar un repaso exhaustivo, podríamos destacar tres aspectos: primero, el lugar que ocupa la televisión entre las opciones de ocio familiar; segundo, las contradicciones

con las que, en general, enfrentan las familias el uso de la televisión; y tercero, las consecuencias que puede deparar el hecho de que adultos y niños no compartan los mismos objetivos cuando deciden sentarse juntos ante el televisor.

Televisión y ocio: la administración familiar del tiempo libre

Decíamos al comienzo de este trabajo que uno de los factores que ayudan a explicar el poderoso atractivo que ejerce la televisión es su *versatilidad*, cualidad derivada de su condición de discurso *contenedor* capacitado para ofrecer a sus usuarios los contenidos más diversos y, por tanto, de satisfacer las expectativas más variadas. Las encuestas sociológicas indican reiteradamente que la televisión es el medio que utiliza la mayoría de los españoles para informarse de los asuntos de interés general; y, por supuesto, la programación televisiva de entretenimiento es también, con diferencia, el primero de los recursos para la ocupación del tiempo libre. Y esto último parece generar una particular preocupación cuando se trata de los niños, o al menos eso es lo que sugiere la alarmada acogida que suele dispensarse a la difusión de las cifras relativas al número de horas diarias que pasan los más pequeños ante la pantalla del televisor: ver tanta televisión, se dice, no puede ser bueno.

Sea o no bueno —y ésta es una cuestión que no se ciñe sólo al tiempo dedicado a ver televisión³— quizá lo adecuado, como propone Mariet (1993), sea enfocar el tema del consumo televisivo desde la perspectiva más amplia de la *administración del tiempo libre* por parte de la familia. El uso de la televisión puede ser pensado desde lo que lo que este autor denomina *economía general del ocio*, cuyo funcionamiento exige de un recurso material bien específico: el *tiempo*, y en concreto el *tiempo libre*. El *tiempo libre* es un tipo de capital a disposición de los miembros de las familias que éstas pueden gestionar del modo que les parezca adecuado. Ahora bien, dicho capital es, como todo recurso,

limitado, por lo que su administración implica necesariamente seleccionar entre las diversas posibilidades de empleo al alcance de los individuos. Así, si se *gasta* el tiempo libre viendo televisión, no quedará para invertirlo en otras opciones de ocio. Pero ese discurso economista afirma también que la decisión de *gastar el tiempo libre* de una u otra forma está relacionada con el esfuerzo que tengamos que hacer en ese dispendio. Así, cuando no haya muchas opciones para emplear ese tiempo libre, decidirnos por cualquiera de ellas nos resultará menos costoso que si nos vemos obligados a escoger entre varias, ya que la elección de unas implicará la renuncia a otras. Aplicado al caso del consumo televisivo, Mariet (1993: 39) lo explica como sigue:

«Cuanto más pobre en distracciones alternativas es la situación en la que interviene [la decisión de ver televisión], más bajo será su coste de acceso, puesto que obliga a privarse de nada para mirar un programa, y más tiempo se estará con ella; por el contrario, cuanto más rica en posibilidades es la situación, más alto será su coste, porque habrá de privarse de mucho para mirar un programa, y se estará menos tiempo con ella.»

Atendiendo a este punto de vista, y dada la sensación generalizada de que el *tiempo libre* dedicado a *ver televisión* es excesivo, Mariet (1993: 157) propone, provocativamente, una forma de resolver el problema: «Si se quiere que padres e hijos vean menos la televisión, hay una solución muy fácil: proponer algo mejor». Ahora bien, las cosas no son tan fáciles, y el propio Mariet apunta ocasionalmente en este sentido. En efecto, las decisiones relativas a cómo emplear el *tiempo libre* no dependen del exclusivo arbitrio de los individuos —en este caso, de las familias—, de modo que podamos hacer un uso del mismo en función de los criterios, las preferencias o las modalidades que nos parezca conveniente en cada momento. El uso del tiempo libre se halla, antes bien, *social y políticamente condicionado*. Aun suponiendo

que todas las familias disfrutasen de la misma cantidad de tiempo libre, no todas ellas tienen las mismas oportunidades a la hora de diversificar la inversión de ese capital. Mariet quizá olvide que esa *economía general del ocio* de la que habla forma parte, ante todo, de una *economía general* en la que, obviamente, no sólo se *gasta tiempo libre*, sino también dinero. Así, y en relación con el consumo televisivo infantil, algunos estudios apuntan que la probabilidad de que la televisión acapare las opciones de ocio entre los niños disminuye conforme se incrementa el estatuto socio-económico de la familia (Orozco Gómez, 1996a). Las familias de rentas más bajas, por tanto, *dependen* en mayor medida de la televisión para ocupar su tiempo libre, de manera que en muchas ocasiones no pueden proponer *algo mejor* —o al menos *algo distinto*—.

Sin embargo, y por ciertos que sean, los argumentos de este tipo pueden resultar contraproducentes porque, fiado todo a las desigualdades sociales de base, suelen ser vía de entrada de un victimismo autocomplaciente. Desigualdades existen, parece evidente, pero eso no es óbice para que las familias *administren el tiempo libre* de tal manera que *ver televisión* no se convierta en la única posibilidad al alcance de sus miembros. Y sobre todo para que, como también sugiere Mariet, reclamen a los poderes públicos —notablemente el municipal— una atención especial a las políticas de oferta recreativa para los niños, cuya carencia restringe más todavía las opciones de un ocio que pueda ser accesible para las familias.

Trivialización y sobrevaloración del consumo televisivo en la familia

Quizá uno de los indicadores más evidentes de que, en general, las familias tienden a afrontar su relación con el medio televisivo careciendo de una *estrategia de apropiación* reflexiva sea el carácter contradictorio del uso de la televisión que, con respecto a los niños, hacen de la misma

los adultos. Ese uso contradictorio hace que el consumo televisivo aparezca en ocasiones como absolutamente *trivializado*, mientras que en otras *ver televisión* parece constituir una actividad dotada de elevado valor, incluso *sobrevalorada*. De ahí la conveniencia de *estabilizar*, por así decir, el uso de la televisión en el seno de la familia y evitar que la posición ocupada por el medio oscile de un extremo a otro, impidiendo a los miembros más jóvenes atribuir un sentido claro a su relación con el medio.

Que la televisión parezca ser un medio trivializado en la familia tiene que ver, en primer lugar, con una circunstancia revelada por algunas investigaciones recientes sobre el consumo televisivo infantil: el control de los padres sobre la utilización del televisor por parte de los niños tiende a ser menor que el que ejercen sobre el uso de otras tecnologías comunicativas presentes en el hogar (García Muñoz, 1997c: 77). *Enchufar el televisor* —y disponerse a *ver televisión*, por tanto— no suele estar sujeto a normas por las que se precise de la autorización previa de los padres, o al menos en mucha menor medida de lo que lo están el poner en funcionamiento el magnetoscopio, el ordenador, los videojuegos o el equipo de música. Muy probablemente la explicación más convincente para este hecho radique en que el televisor exige de una menor competencia o habilidad para su *puesta en marcha* que la requerida por otros equipamientos; pero, en cualquier caso, la laxitud familiar a este respecto contribuye a rebajar el estatuto que *ver televisión* tiene para los niños, ya que pueden hacerlo sin supervisión de los padres.

Ese control habitualmente laxo suele endurecerse, en cambio, cuando el uso infantil de la televisión perturba de algún modo los hábitos de consumo televisivo de los padres. Entonces éstos sí intervienen, pero en esas ocasiones la disponibilidad del televisor se ha convertido ya en una fuente de conflicto que puede resolverse por dos vías, ambas un tanto contraproducentes:

o bien se zanja el problema apelando a la jerarquía familiar, en donde no tiene cabida la negociación porque cada miembro tiene una posición fijada de antemano; o bien se opta por autonomizar el acceso al televisor —un televisor para cada integrante de la familia—, perdiéndose así una oportunidad propicia para las relaciones familiares.

El carácter trivial que, para los niños, confiere a la televisión esa generalizada laxitud de las normas familiares queda reforzado por algunos usos espurios del medio propiciados por los padres. Quizá el más habitual y extendido, aunque con consecuencias inciertas, como veremos, sea aquello que algunos autores denominan *televisión ambiental*, y que consiste en mantener el televisor en funcionamiento mientras los niños realizan otras tareas. La televisión queda reducida así a un mero *fondo sonoro* que contribuye a amueblar la estancia en la que realizan otras actividades, y es seguida de manera entrecortada, prestándosele sólo una atención ocasional. Decíamos que las consecuencias que puede deparar ese *uso ambiental* de la televisión son inciertas, y podría argumentarse que su conveniencia o no dependerá del tipo de ocupaciones con las que se compagine ver televisión. Así, en los momentos de asueto la televisión se incorporaría como una fuente de entretenimiento más, perfectamente compatible con los juegos y otras distracciones infantiles. El único —y relevante— problema a este respecto se plantea cuando, por el hábito adquirido de este modo, se confunden las situaciones y la *televisión ambiental* se convierte en un elemento recurrente del contexto en el que los niños realizan sus tareas, cualquier tarea, incluidas aquellas que, a diferencia de las propiamente ociosas, exigen de un grado de atención y concentración exclusivas. No es inhabitual, en cambio, que los más pequeños estudien y hagan sus deberes escolares alzando la mirada de tanto en tanto atraídos por los reclamos auditivos procedentes del televisor (Torres y Ruiz, 1998: 28-29).

De todos modos, ni siquiera en este caso hay acuerdo acerca de si ésta es una práctica perjudicial o beneficiosa en algún sentido. Así, con el tono provocador que cruza todo su trabajo, Mariet (1993: 54-64) considera que los niños disponen de una habilidad insospechada para hacer *varias cosas a la vez*, como ver la televisión y efectuar sus tareas escolares, y que además eso resulta estimulante para el desarrollo de sus capacidades cognitivas. Lo cierto es que este autor no respalda tales juicios con ningún estudio en el que se acrediten esas pretensiones. Pero, al margen de si estas situaciones de consumo televisivo ayudan o no a incrementar la competencia cognitiva de los niños, es posible que ese uso como *fondo ambiental* contribuya a trivializar ante los niños la práctica de *ver televisión*, ya que es algo para lo que no se exige seleccionar y decidir activamente lo que desea ver ni requiere de una atención más o menos continuada cuando uno se coloca ante el televisor.

Junto a esa *televisión ambiente*, quizá el uso espurio del medio en el que con mayor asiduidad incurren los padres es aquel en el que descargan sobre el televisor la responsabilidad del cuidado y la vigilancia de los niños, la llamada *televisión-canguro*. En estos casos, la televisión es utilizada como un mero instrumento para liberar a los adultos de la familia del control de los más pequeños. Y si en algunas circunstancias quizá no haya otra opción, lo cierto es que puede acabar convirtiéndose en un recurso habitual que, por ser útil y al parecer eficaz —los niños, en efecto, suelen quedarse ante el televisor—, cercena cualquier otra alternativa; esto es, disuade de cualquier esfuerzo por buscar soluciones más creativas al problema que plantea a veces compaginar la atención a los niños con la realización de otras actividades en el hogar. Las formas de afrontar estas situaciones son ciertamente intransferibles y específicas, pero es de suponer que en muchas ocasiones en las que se recurre a la *televisión-canguro* es perfectamente factible que los niños puedan integrarse y participar en aquello que obliga a

apartarlos y aparcarlos ante el televisor. Y en contra de este uso televisivo obra también el hecho de que para los niños esos momentos de televisión forzosa o, cuando menos, insistentemente sugerida por los padres, no tienen por qué ser vividos como una forma de ocupar un *tiempo libre*, sino de rellenar un *tiempo vacío* para el que no hay mejor propuesta⁶.

Si estas prácticas familiares que acabamos de esbozar tienden a trivializar la televisión, otras, en cambio, operan en sentido inverso al generar una sobrevaloración del consumo televisivo por parte de los niños; y, en particular, aquella a la que podemos referirnos con el término de *televisión sanción*. Esta modalidad de apropiación del medio consiste en utilizarlo como instrumento bien para infligir un *castigo*, bien para otorgar un *premio*; esto es, para *sancionar* la conducta de los niños. Quizá sea más habitual el *uso punitivo* del medio, cuando la posibilidad o no de *ver televisión*, y en concreto aquellos programas preferidos por el niño, se esgrime como amenaza para doblegar la voluntad del menor en el sentido que requieren los padres. Pero en cualquier caso, sea para castigar, sea para premiar un comportamiento, ese estatuto sancionador que se atribuye a la televisión con respecto a los niños puede no ser lo más aconsejable, ya que funciona privándoles o concediéndoles algo que, por lo que ellos mismos pueden comprobar a partir de entonces, tiene un elevado valor de cambio en el seno de la familia. Y si tan importante es *ver televisión*, habrá que hacer lo posible por *ver televisión*: ésa es, quizá un tanto burdamente expresada, la lógica sobrevalorizadora a que puede inducir el recurso a la televisión para regular el comportamiento de los niños.

Padres e hijos ante el televisor: ocasiones de relación y estilos de ver televisión

Por diversas razones, pero quizá de manera determinante por la incompatibilidad de los horarios en que se estructuran sus tareas cotidianas, no

abundan a lo largo del día los momentos en los que padres e hijos puedan compartir la práctica de *ver televisión*. Los niños suelen seguir las programaciones televisivas por las mañanas, antes de acudir al colegio, y también por la tarde, una vez finalizada la jornada escolar (Aparici y otros, s.f.: 148; Torres y Ruiz, 1998: 26-27). Los padres, preferentemente a mediodía o en la sobremesa, y por la noche. Pero hay veces en las que el contacto con el medio televisivo se produce en grupo, con la familia reunida allí donde se encuentre instalado el televisor: la cocina, la sala de estar o el comedor de la casa. Y es entonces cuando se revelan modalidades de fruición televisiva, o *estilos de ver televisión*, significativamente diferentes entre adultos y niños⁷, hasta el punto de que una circunstancia propicia para la relación familiar puede acabar derivando en una fuente de conflicto.

Sentarse ante el televisor con el resto de los miembros de la familia suele tener para los niños un valor y un sentido muy precisos: se trata de una oportunidad —y a menudo de *la* oportunidad del día— para participar en la vida familiar. En la decisión de implicarse en esa actividad no cuenta tanto el hecho de *ver televisión* como la *ocasión de estar juntos*, de compartir un rato de ocio con los padres y también con los hermanos, si los hay⁸. Lo que se busca, en consecuencia, es la compañía familiar, un interés al que no es en absoluto ajena la experiencia de que los momentos que pueden compartirse a lo largo del día son ciertamente escasos. Y tal parece ser la satisfacción que procuran esas situaciones cotidianas a los niños, que incluso la prefieren antes que abocarse a un consumo televisivo en solitario cuando disponen de un televisor propio.

Y, sin embargo, *ese estar juntos viendo la televisión* se convierte a menudo en un motivo de discusión familiar que llega a arruinar la potencia relacional y gratificadora que, desde la perspectiva de los más pequeños, contiene. Algunas impresiones obtenidas de los propios niños a este respecto resultan interesantes y nos permiten caracterizar el problema. Fijémonos en las siguientes declaraciones⁹:

«Prefiero ver la tele con mis amigos [antes] que con mis padres, porque con ellos puedo hablar [...]. Con mis padres no puedo hablar porque sólo quieren ver la tele.»

«A veces les digo [a mis padres] que no me quiero ir a mi habitación, y ellos me dicen que ellos se van y que me quedo yo [ante el televisor]. Pero yo les digo que no, que ya es igual; para no estar todos juntos, da igual.»

«Por ejemplo, cuando estamos en la cocina o así, comiendo, me dice mi padre: “Quita la televisión porque me duele la cabeza”. Pues yo ya suelo hablar de las cosas del colegio, todo eso. Pero cuando está la televisión, ¡puff!: ¡A callar todo el mundo, que está la tele puesta!»

El desagrado que expresan los niños podría revelar un desacuerdo de fondo entre los padres y los hijos pequeños a la hora de entender qué significa *ver televisión*. O, mejor dicho, un desacuerdo en torno a *cómo debe verse la televisión*; esto es, el *estilo* o la *modalidad de fruición televisiva* que se considera apropiada. Aunque más tarde matizaremos esta cuestión, los adultos tienden a afrontar el consumo televisivo como una actividad que requiere de una cierta concentración; es decir, prestando atención a aquello que se dice o que se ve en la pantalla del televisor. Para los adultos, y en mayor medida para los hombres que para las mujeres (Morley, 1996: 215-217), no es que resulte incompatible ver la televisión y al mismo tiempo estar realizando otras tareas, pero sólo aquellas que no empecen el adecuado seguimiento de aquello que se ha elegido ver en televisión. Los niños, en cambio, parecen sentirse más cómodos con lo que podemos calificar de *consumo interrumpido*, una forma de ver televisión en la que cabe perfectamente simultanear esa actividad con otras y en la que es posible, sobre todo, distanciarse de forma momentánea de lo que sucede en el televisor para comentar o pedir cualquier aclaración a propósito de la última escena a los compañeros de visionado. Y cuando estos compañeros son los padres, es más probable que surja el conflicto que cuando son los hermanos o los

amigos, con quienes se comparte una misma modalidad de fruición televisiva.

Como quiera que sea, conviene entender este asunto atendiendo al contexto específico en el que adultos y niños se conducen según *estilos de ver televisión* aparentemente incompatibles, porque de lo contrario puede caerse en interpretaciones que nos parecen inadecuadas. Así, por ejemplo, Mariet (1993: 56-61) piensa que la cuestión de fondo es que los niños enfrentan la práctica de ver televisión con un ánimo innovador e irreverente que les libera de los prejuicios que todavía tienen los adultos acerca de cómo hay que disfrutar de los productos culturales, entre ellos la propia televisión. Dice el autor francés lo siguiente:

«Los que han comenzado su vida cultural con una televisión casi en su madurez tecnológica inventan, con toda inocencia y falta de respeto, sus propias maneras de consumirla. No se les ocurre ni por asomo la idea de mirarla como una película en una sala de cine, o como una sinfonía en un concierto; [y] para espanto de los mayores, introducen en los conciertos y salas de cine costumbres adquiridas con la televisión» (Mariet, 1993: 61).

Otros puntos de vista sostienen que la actitud perturbadora que se atribuye a los niños cuando la familia se encuentra reunida ante el televisor sería sintomática de un supuesto egocentrismo infantil, que no admitiría que nada ni nadie les distrajerse o interrumpiese en los momentos en que disfrutaban de sus programas favoritos, exigiendo para sí mismos y sus preferencias un respeto que luego negarían a los padres cuando éstos quieren *ver televisión* sin intromisiones.

Frente a estas posiciones que buscan una explicación absolutizadora al conflicto entre los *estilos de ver televisión* de niños y adultos, bien sea achacando el origen del mismo a una supuesta irreverencia infantil ante la televisión de la que los padres no participarían, bien al carácter egocéntrico de los niños, podemos ensayar otra que

nos parece más apropiada porque toma en consideración, como dijimos, el contexto específico en donde tal conflicto se desencadena. Y éste no es otro, como sabemos, que aquellas ocasiones en las que, para los niños, no cuenta tanto *ver televisión* como *estar juntos*. Lo que se produce en esas circunstancias no es un choque entre *modalidades de fruición*, sino entre *percepciones de la situación*, distintas para adultos y niños. También éstos gustan del consumo televisivo atento y concentrado, que es lo que suelen hacer cuando ven sus programas preferidos; luego no se trata de un estilo de ver televisión privativo de los miembros adultos de la familia. Lo que sucede es que en la reunión familiar ante el televisor, generalmente a última hora del día, padres e hijos coinciden en un mismo espacio y tiempo, pero con propósitos distintos: por decirlo con Mariet (1993: 54), «los padres eligen mirar la tele, y los niños eligen estar con sus padres», quizá porque, como ya indicamos, escasean a lo largo del día los momentos propicios para ello.

Cualquiera que sea el origen de la insatisfacción que a la postre produce en los niños ese *estar juntos viendo la televisión* que no acaba de ajustarse a lo deseado por ellos, lo relevante son los riesgos que este tipo de situaciones entrañan. Y en concreto uno de ellos, que denominaremos de *disociación*. Este *riesgo de disociación* comienza a manifestarse cuando la incompatibilidad entre *ver televisión* y *estar juntos* es resuelta por el niño desligando el consumo televisivo de la presencia de los padres. Entonces, acaba optándose por el uso autónomo del medio, si se dispone de televisor propio, o bien se buscan acompañantes externos a la familia, generalmente los amigos, para ver televisión (García Muñoz, 1997b: 76). La práctica televisiva de la unidad familiar puede quedar entonces disociada en dos circuitos con dificultades para cruzarse: el correspondiente a los padres y el que instauran los hijos, menguando así las posibilidades que aquéllos tienen para controlar el consumo televisivo de los hijos más allá del meramente cuantitativo —número de horas y franjas del día en las que se ve televisión—. La oportunidad que se

pierde cuando se sucumbe a ese riesgo de disociación es justamente la de contribuir activamente a que los niños puedan contar durante la fruición televisiva con los comentarios, matices y sugerencias de interpretación que puedan realizar los adultos que comparten con ellos la situación de audiencia. Y es en este sentido que el investigador mexicano Guillermo Orozco (1996b: 39) afirma lo siguiente:

«La compañía puede implicar la posibilidad de una apropiación más comentada de la programación y, eventualmente, una posibilidad de tomar un mayor distanciamiento de lo transmitido por la pantalla. Cuando se ve la TV sin compañía no se tiene acceso inmediato a la “sanción del otro” sobre lo que se está viendo, lo cual en el caso de los niños pequeños puede ser determinante para su interacción con la TV.»

Para los adultos se trata, en fin, de situarse ante la pantalla del televisor con los niños teniendo en cuenta que ésa es una actividad no sólo pero *también* pedagógica. Y para ello quizá sea conveniente acercarse algo al *estilo de ver televisión* que practican a menudo los niños: interrumpir, comentar, volver a atender, esforzándose, en definitiva, por *aprender a ver televisión* con los niños.

Conclusiones: aprender a ver televisión con los niños

A partir de lo expuesto aquí sobre las relaciones entre televisión, familia y niños podemos proponer una serie de recomendaciones prácticas para la elaboración por parte de las familias de *estrategias de apropiación* que propicien un uso informado del medio televisivo, en particular con respecto a los niños.

1. Resulta conveniente *diversificar* las opciones de ocio que se ofrecen a los niños con tal de evitar una excesiva dependencia del consumo televisivo. En este mismo sentido, quizá sea indicado procurar que los niños vayan comprendiendo paulatinamente que el *tiempo*

libre es un recurso que se halla a su disposición, y que, como sucede con cualquier otro recurso material, debe ser empleado de una forma reflexiva. Para ello puede ser útil confrontar a menudo a los más pequeños ante varias alternativas de ocupación del tiempo libre, entre ellas la televisión, para obligarles a realizar una elección que, indefectiblemente, implicará la renuncia a algo de lo que se les propone. En todo caso, lo elegido habrá reforzado su *valor*: no será algo trivial puesto que ha exigido optar.

2. La posibilidad de proponer a los niños un abanico atractivo de opciones de ocio que evite depender necesariamente de la televisión no se halla, en muchas ocasiones, al alcance de todos los padres, bien por falta de tiempo para compartir esos momentos con los hijos, bien por la carencia de un recurso cada vez más imprescindible para la ocupación del *tiempo libre*: el dinero. Se precisan, por tanto, activas políticas públicas para mejorar la oferta recreativa infantil a disposición de las familias.
3. Ciertos usos en los que suelen incurrir muy habitualmente los padres pueden tener el efecto no deseado de que los niños trivialicen la televisión y la práctica de *ver televisión*. Eso sucede, por ejemplo, cuando se la utiliza como *fondo ambiental*. La *televisión ambiente* puede integrarse perfectamente en las actividades de juego y distracción de los niños, pero resulta inapropiada cuando realizan tareas que exigen atención y concentración. En este caso se trivializarán ambas cosas: *ver televisión* y *cumplimentar esas tareas*. Probablemente, el niño tenderá a pensar que tales actividades no deben ser muy costosas, exigentes o relevantes si pueden efectuarse al mismo tiempo.
4. Otro uso trivializador de la televisión se produce cuando los padres le otorgan la función de *canguro*, de instrumento en quien se confía para mantener a los niños entretenidos

mientras los adultos se aplican a otras tareas. Aunque a veces no haya otra opción, conviene no abusar de esa *televisión canguro*, procurando que los niños puedan participar siempre que sea posible en aquellos menesteres o situaciones de los que explícitamente se les distancia para aparcarlos ante el televisor. Para los niños, ésta no es una forma de emplear un *tiempo libre*, sino de rellenar un *tiempo vacío*.

5. Algunas prácticas, por contra, contribuyen no a trivializar, sino a sobrevalorar la televisión ante los niños. Así, es común el *uso sancionador* que los padres otorgan a la práctica de *ver televisión*, de modo que permitir o prohibir que sus hijos lo hagan constituye una manera de regular su conducta. Ver o no la televisión es el *premio* que se promete y, más habitualmente, el *castigo* con que se amenaza cuando se hace o se deja hacer alguna cosa. Esa forma de buscar influir sobre el comportamiento humano —el de los niños, en este caso— es ciertamente usual, pero utilizar la televisión de ese modo puede empujar a los más pequeños a considerar que eso, *ver televisión*, es algo a lo que la familia, y sus padres en concreto, concede un alto valor: tanto que ésta es la recompensa ofrecida o la pena impuesta.
6. Los adultos y los niños de la familia raramente pueden compartir a lo largo del día los momentos de ver televisión, y quizá por esta razón ésas sean circunstancias que pueden ser propicias para que surjan ciertos conflictos. El problema de fondo es la diferente percepción de esas situaciones para padres e hijos. Para los niños, la reunión familiar ante el televisor es una oportunidad para *estar juntos* todos los miembros de la familia. Es una situación en la que justamente prevalece el *estar juntos* sobre el *ver televisión*. Y como se trata, desde la perspectiva infantil, de una ocasión en la que la familia *se relaciona*, no se llega a comprender que ese tiempo se malgaste *sólo viendo televisión*; es decir, según un estilo de ver televisión atento y concentrado que proscribiera ampliamente

las posibilidades de interrumpir el acto de mirar la pantalla para comentar cualquier cosa o para hacer cualquier otra. Siendo, en consecuencia, que el problema estriba en la escasez de oportunidades para la relación familiar, quizá los padres debieran adecuarse más a menudo a esas expectativas de los niños, entendiendo que ese tiempo de asueto es, también, un tiempo para *estar juntos*.

7. La desatención permanente de esa expectativa infantil a la que aludimos conlleva el riesgo de una disociación del consumo televisivo de los miembros de la familia. Así, padres e hijos pueden acabar instaurando dos circuitos paralelos con escasas probabilidades de que se crucen entre sí; esto es, serán raras las veces en que coincidan *viendo televisión*. De este modo, los padres se verán incapacitados, por falta sobre todo de ocasiones, para intervenir regularmente introduciendo comentarios, sugerencias y matices que ayuden a los niños a interpretar aquello que ven y oyen en la televisión. Y ésa es una tarea pedagógica de la que no resulta conveniente sustraerse.

Notas

¹ Sobre el concepto de *apropiación* aplicado a la relación reflexiva de los usuarios con las tecnologías de la comunicación, véase Silverston, 1996: 140-145; y Silverston, Hirsch y Morley, 1996.

² Puede consultarse una discusión amplia del concepto genérico de *cultura mediática* en Stevenson (1998).

³ Véase Orozco Gómez, 1996b: 41; y García Muñoz, 1997a: 117.

⁴ Lull (1988) reunió una interesante colección de trabajos seminales sobre este tema. Pueden consultarse sendos estados de la cuestión sobre la investigación más reciente en Aguaded, 1999; y García Matilla, Callejo y Walzer, 2004.

⁵ Habitualmente, la intervención de las familias sobre el consumo televisivo de los niños se centra en la regulación de los horarios y en la limitación del tiempo que aquéllos pueden dedicar a ver televisión. Y quizá convendría insistir, con Mariet, en que «lo más importante es comprender *cómo* ven [los niños] la televisión, en reemplazo de *qué*, para darle un sentido a lo que sabemos sobre la cantidad de televisión consumida. «Cuánto» no significa nada si no sabemos ni el «cómo» ni el «porqué» (Mariet, 1993: 92).

⁶ Esta distinción entre *tiempo libre* y *tiempo vacío* la propone Mariet (1993) en su exposición sobre la *economía general del ocio* que hemos comentado más arriba.

⁷ Las diferencias entre adultos y niños en su relación con el medio televisivo van, de hecho, bastante más allá de los diferentes *estilos de ver televisión* que adoptan. Marinas y otros (1995: 16) sostienen que los niños «desarrollan formas de conocimiento, interpretación y apropiación específicas para su trato con la tele; [...] desarrollan una competencia, es decir, una cultura que les hace adquirir una experiencia, un saber respecto de la tele, que no es precisamente el que tienen los adultos» (para una exposición exhaustiva de los rasgos centrales de esa *cultura televisiva* infantil, véase el capítulo 3 —«Dimensiones de la cultura mediática de los niños y niñas»— del citado trabajo).

⁸ Véase Mariet, 1993: 53-54; García Muñoz, 1997a: 118-119; y Aparici y otros, s.f.: 147.

⁹ Las dos primeras corresponden a sendos niños de siete años, y están recogidas en García Muñoz, 1997b: 75 y 77. La tercera es de una niña de once años, recogida en Aparici y otros, s.f.: 147.

Referencias bibliográficas

AGUADED GÓMEZ, J. I. (1999) *Convivir con la televisión: familia, educación y recepción televisiva*. Barcelona: Paidós.

APARICI MARINO, R.; GARCÍA MATILLA, A.; GARCÍA MATILLA, E.; GARCÍA MATILLA, L.; GUTIÉRREZ MARÍN, A. y MONSIVAÍS FLORES, R. M. (s.f.) *Televisión,*

currículum y familia. Madrid: Centro Nacional de Información y Comunicación para la Educación (CNICE) [publicado en: http://www.cnice.mecd.es/tv_mav/n/documentos/televisi.htm]

GARCÍA MUÑOZ, N. (1997c) Los hábitos del niño frente al tele-

visor en el hogar. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 3, 67-80.

GARCÍA MUÑOZ, N. (1997b) El consumo televisivo del niño. *Comunicación y Cultura*, 1-2, 69-82.

GARCÍA MUÑOZ, N. (1997a) L'ús infantil de la televisió: modali-

- tats de consum en l'espai familiar. *Treballs de Comunicació*, 8, 115-122.
- GARCÍA MATILLA, A.; CALLEJO GALLEGU, J. y WALZER, A. (2004) *Los niños y los jóvenes frente a las pantallas*. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- LULL, J. (ed.) (1988) *World families watch television*. Newbury Park: Sage.
- MARIET, F. (1993) *Déjenlos ver la televisión*. Barcelona: Urano (edición original: 1989).
- MARINAS HERRERAS, J. M. (dir.) (1995) *Ver la TV con los niños. Investigación para la elaboración de líneas de comunicación e intervención educativa en el campo de la interacción entre la televisión y la infancia*. Madrid: Centro Nacional de Información y Comunicación para la Educación (CNICE) [publicado en: http://www.cnice.mecd.es/tv_mav/n/documentos/verlatv.htm].
- MORLEY, D. (1996) *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu (edición original: 1992).
- OROZCO GÓMEZ, G. (1993): Dialéctica de la mediación televisiva. Estructuración de estrategias de recepción por los televidentes. *Análisis. Cuadernos de comunicación i cultura*, 15, 31-44.
- OROZCO GÓMEZ, G. (1996b) *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid: Ediciones de La Torre y Universidad Iberoamericana.
- OROZCO GÓMEZ, G. (1996a) *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. La Plata (Buenos Aires): Universidad Nacional de La Plata.
- SILVERSTONE, R. (1996) *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu (edición original: 1994).
- SILVERSTONE, R.; HIRSCH, E. y MORLEY, D. (1996) Tecnologías de la información y de la comunicación y la economía moral de la familia. En R. SILVERSTONE y E. HIRSCH (eds.) *Los efectos de la nueva comunicación. El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia*. Barcelona: Bosch, 39-57 (edición original: 1992).
- STEVENSON, N. (1998) *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Buenos Aires: Amorrortu (edición original: 1995).
- TORRES, E. y RUIZ, C. (1998) Hábitos de ver televisión, conocimiento del medio e identificación social en niños de Tenerife. *Comunicación y Cultura*, 4, 23-36.

Abstract

The insistent social, academic and political scrutiny on the television has generated a discourse filled of mistrusts and dreads that usually leads to the blame of broadcasters and the disqualification of the television contents. Such a discourse is reasonable enough, but it tends to omit any reflection over the role that fits the audience, forgetting that television viewing is a social practice by means of which someone decides, with a wide margin of autonomy, to establish a certain relationship with the television and the discourses that it promotes. Thus, another equally problematic front in the debate on television gets opened: that of the forms of appropriation or relation with the medium by the audience, since its influence is not apart from the way in which the users decide, every day, to watch television. The text raises a critical review of the studies that approach specifically the strategies of television appropriation in familiar settings.

Key words: *Television viewing, Appropriation, Family.*