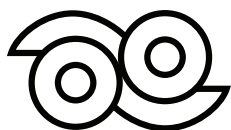


Televisión, audiencias y
estudios culturales



Televisión, audiencias y estudios culturales

David Morley

Amorrortu editores
Buenos Aires - Madrid

Biblioteca de comunicación, cultura y medios
Television, Audiences and Cultural Studies, David Morley
© Routledge, Londres, 1992 (publicado simultáneamente por Routledge
en EE.UU. y Canadá)
Traducción: Alcira Bixio

Única edición en castellano autorizada por *Routledge*, Londres, Gran
Bretaña, y debidamente protegida en todos los países.
© Todos los derechos de la edición en castellano reservados por
Amorrortu editores S.A., Paraguay 1225, 7º piso - C1057AAS Buenos Aires
Amorrortu editores España S.L., C/López de Hoyos 15, 3º izquierda -
28006 Madrid

www.amorrortueditores.com

La reproducción total o parcial de este libro en forma idéntica o modi-
ficada por cualquier medio mecánico, electrónico o informático, incluyendo
fotocopia, grabación, digitalización o cualquier sistema de almacenamien-
to y recuperación de información, no autorizada por los editores, viola
derechos reservados.

Queda hecho el depósito que previene la ley nº 11.723

Industria argentina. Made in Argentina

ISBN 950-518-644-4

ISBN 0-415-05445-1, Londres, edición original

Impreso en los Talleres Gráficos Color Efe, Paso 192, Avellaneda, provin-
cia de Buenos Aires, en febrero de 1996.

Tirada de esta edición: 2.000 ejemplares.

Índice general

- 11 Agradecimientos
- 13 *Introducción*
- 14 1. Lo que se da a entender en un título
- 21 2. Puntos de partida
- 23 La significación de lo «popular»
- 25 3. Retrospectiva: reconsideración de *The «Nationwide» Audience*
- 30 Debates metodológicos
- 33 Esencialismo estratégico e individualismo metodológico
- 37 4. ¿Qué hacer con los estudios sobre la audiencia ahora y en el futuro?
- 37 La «nueva investigación de la audiencia»
- 43 El «neorrevisiónismo» y sus críticas
- 49 ¿Hacia una «democracia semiótica»?
- 53 Lecturas afirmativas y «redentoras»
- 57 Identificación, diferencia y la posición del analista
- 59 Audiencias populares y crítica cultural
- 64 La polisemia y sus límites
- 68 La política de la indagación etnográfica
- 71 *Primera parte. Los marcos teóricos*
- 73 1. Historia crítica de la investigación sobre las audiencias televisivas
- 76 El paradigma «normativo»
- 78 De los «efectos» a las «funciones». . . y viceversa
- 80 El paradigma interpretativo
- 82 Usos, gratificaciones y sentidos
- 87 Clases, códigos y correspondencias
- 92 2. Teoría psicoanalítica: textos, lectores y sujetos
- 95 Interdiscurso e interpelación

100	Problemática ideológica y modo de destinación
103	Individuos, sujetos y «sujetos»
109	<i>Segunda parte. Clase, ideología e interpretación</i>
111	3. Interpretar televisión: la audiencia de <i>Nationwide</i>
114	El circuito de las comunicaciones masivas
119	El análisis de los mensajes
125	El mensaje: codificación y decodificación
128	Reconceptualización de la audiencia
132	Indagación de las respuestas de la audiencia. El proyecto de investigación de <i>Nationwide</i>
135	Modelo de indagación y metodología
144	Los problemas de las hipótesis y de las muestras
148	Lineamientos del programa
151	Encuesta entre miembros de la audiencia de <i>Nationwide</i>
152	Trascripción de las entrevistas
161	Interpretación de las transcripciones
169	El modelo de decodificación. Una visión general y algunas conclusiones
172	4. <i>The «Nationwide» Audience</i> : epílogo crítico
173	Los problemas semiológicos
179	Forma lingüística y significación ideológica
181	Los problemas sociológicos
183	Reelaboración del modelo de decodificación
191	<i>Tercera parte. Género, ocio doméstico y prácticas de ver televisión</i>
193	5. Desarrollo de la investigación: del contexto de la «decodificación» al contexto del espectador
200	6. El marco masculino-femenino en que la familia ve televisión
201	¿Qué significa «mirar televisión»?
203	¿Qué? y ¿Cómo?
204	La selección de los programas en el hogar
205	El poder y las relaciones de género
206	La televisión como centro de la actividad familiar
207	El diseño de la investigación
210	Televisión y género: el marco de análisis
213	El poder y el control sobre la elección de los programas

215	Los estilos de mirar televisión
217	Prácticas programadas y prácticas no programadas
218	Las conversaciones relacionadas con la televisión
221	Tecnología: el uso de la video
222	Ver televisión en soledad, y los placeres culpables
224	Preferencias por tipos de programas
227	Programación local <i>versus</i> programación nacional
227	Conclusión
230	7. De <i>Family Television</i> a una sociología del consumo de los medios
231	Los problemas de un esencialismo del género
234	Perspectivas psicoanalíticas
236	El problema de «La familia»
238	Las variedades de contexto doméstico
243	¿Vuelve <i>Family Television</i> la espalda a la política?
247	<i>Cuarta parte. Cuestiones metodológicas</i>
249	8. Hacia una etnografía de la audiencia
249	Introducción
250	El problema de las cifras
256	Los problemas del empirismo
262	Contar historias
263	Hacia una etnografía
265	La televisión y la vida cotidiana: el contexto en el que se mira televisión
268	Problemas de etnografía y de epistemología
275	Etnografía posmoderna e «hipocondría moral»
280	¿El objeto de estudio?
287	<i>Quinta parte. Televisión, tecnología y consumo</i>
289	9. Comunicación doméstica: tecnologías y sentidos
291	La televisión y lo doméstico
295	La tecnología reconsiderada
298	El problema de la lectura y el problema del texto
305	Televisión, tecnología y consumo
310	10. El consumo de la televisión como mercancía
310	La transformación de la televisión en mercancía
314	El consumo como proceso general

316	Televisión y ciudadanía
318	La televisión y el gusto popular
321	11. Mundos privados y tecnologías según género
323	Lo público y lo privado
330	Tecnología y género
334	Tecnologías apropiadas. . . ¿para quién?
338	<i>Video games</i> y computadoras: ¿tecnologías masculinizadas?
342	Las tecnologías de la comunicación en la esfera doméstica
346	Tecnologías, límites y domesticación
348	Retrato etnográfico: los usos domésticos de la tecnología
350	Límites externos y límites internos
353	Tecnología y control
356	La organización de terrenos familiares: espacio, género, generación
358	Las tecnologías de género y la competencia/confianza tecnológica
359	Herencias tecnológicas
361	Conclusión
363	<i>Sexta parte. Entre lo privado y lo público</i>
365	12. La construcción de la vida cotidiana: comunicación política y medios domésticos
365	Introducción
366	Ciudadanía y participación en la audiencia
369	¿Los nuevos medios forjan nuevas relaciones?
373	La regulación de los placeres domésticos
377	La construcción social del tiempo doméstico
380	Variaciones culturales en el tiempo
386	La emisión del tiempo y la construcción de comunidades imaginadas
393	13. Donde lo global se encuentra con lo local: apuntes desde la sala de estar
397	¿Lecturas románticas?
401	Microcuestiones y macrocuestiones
403	Las tecnologías de las comunicaciones: visiones del futuro
407	La geografía posmoderna y la «otra parte generalizada»
412	De la sala de estar a lo (inter)nacional
419	La producción de identidades culturales
425	Bibliografía

Agradecimientos

Como este libro se basa hasta cierto punto en indagaciones empíricas, quiero agradecer a Ed Buscombe, del British Film Institute, y a Bob Towler (que fue Jefe de Investigación de la Independent Broadcasting Authority) por su voluntad de financiar los proyectos de *The «Nationwide» Audience* y *Family Television*, respectivamente, en un momento en que ninguna otra institución quería hacerlo. Agradezco también la colaboración que me prestaron en esos primeros tiempos todos los miembros del Centre for Contemporary Cultural Studies Media Group 1972-1978, y sobre todo Ian Connell. También agradezco a Ellen Seiter y a Jane Armstrong, quienes me ayudaron, quizá más de lo que se figuran, en un momento difícil. Además, doy las gracias a Roger Silverstone por invitarme a participar en el proyecto de investigación sobre los usos hogareños de la tecnología de la información y la comunicación, llevado a cabo entre 1987 y 1990 en la Universidad Brunel, y por autorizarme a reeditar aquí (capítulo 9) el material que escribimos juntos. A Ien Ang y Kevin Robins debo reconocimiento por haber impreso, cada uno a su manera, un toque de diversión seria a nuestras colaboraciones intelectuales. Por último, y muy particularmente, agradezco a Stuart Hall y a Charlotte Brunsdon los comentarios y el aliento que me brindaron en toda la redacción del libro.

Gran parte del material recogido en este volumen ya ha sido publicado antes. El capítulo 1 se basa en un material publicado originalmente en D. Morley, *The «Nationwide» Audience*, Londres: British Film Institute, 1980. El capítulo 2, en mi estudio «Changing paradigms in audience studies» (en E. Seiter y otros, eds., *Remote Control*, Londres: Routledge, 1989) y también en «Texts, readers, subjects» (S. Hall y otros, eds., *Culture, Media, Language*, Londres: Hutchinson, 1981). El capítulo 3 es una versión corregida de *Inter-*

preting Television, publicado por la Open University Press (1981) como parte del curso sobre «Cultura Popular» de la Universidad Abierta. En cuanto al capítulo 4, apareció originalmente en *Screen Education* (1981), y el capítulo 5 proviene de un material de mi *Family Television* (1986). Una primera versión del capítulo 6 apareció con el título «Domestic relations: the framework of family viewing», en J. Lull, ed., *World Families Watch Television* (© 1988 Sage Publications, Inc.). Parte del capítulo 8 se inspira en un artículo, «Communication and context» (escrito en colaboración con Roger Silverstone), incluido en N. Jankowski y K. Jensen, eds., *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*, Routledge, 1991. Una versión levemente diferente del capítulo 9 se publicó en *Media, Culture and Society* 12 (1) (1990). Una versión anterior del capítulo 12 vio la luz en D. Swanson y D. Nimmo, eds., *New Directions in Political Communication* (© 1990 Sage Publications, Inc.). Por último, el capítulo 13 fue publicado en una primera versión en *Screen* 32 (1) (1991).

Agradezco a todos los que me autorizaron a reproducir en este libro los textos mencionados.

En fin, mi reconocimiento a Dave Mason y a Sue Field Reid por ayudarme a transformar una montaña de recortes y engrudo en un producto terminado (?).

Introducción

He organizado el material de este libro con la intención de ofrecer cierta lectura de la trayectoria que ha seguido mi investigación. Esta se inició con el análisis de la estructura ideológica de programas de televisión concretos; se ocupó luego del campo más genérico de la programación popular y culminó en el examen de los procesos multifacéticos de consumo y decodificación en los que participan las audiencias mediáticas. Este ensayo también quiere situar el estudio de la ideología en el contexto más amplio de las comunicaciones hogareñas, que incluye las conexiones interdiscursivas de las nuevas tecnologías, los medios de emisión abierta y la dinámica familiar. En los últimos años, me he interesado por la función esencial de los medios de comunicación en la articulación de las esferas pública y privada, y en la organización social del espacio, el tiempo y la comunidad. Como sostendré después, este contexto es el que permite situar con más provecho los actuales debates sobre el papel de los medios en la construcción de las identidades culturales (véanse Morley y Robins, 1989, 1990 y 1992).

No se me ocultan los peligros de una visión retrospectiva o de la pretensión de asignar a mi labor una trayectoria ultracoherente. Pero, simplemente, no he hecho sino volver una y otra vez a las mismas viejas preguntas sobre el poder cultural, sólo que a veces las reformulé diversamente, y en varias ocasiones cambié el punto de vista desde el cual las había formulado.

Habrá quien sostenga que mi obra presenta desplazamientos en el interés que la preside, que pasé de ocuparme de las cuestiones ideológicas y del análisis de los mensajes

Llamo la atención del lector hacia dos trabajos distintos a los que me refiero a lo largo de este libro: el estudio de la audiencia de *Nationwide* y el libro basado en ese proyecto de investigación titulado *The «Nationwide» Audience* (D. Morley, Londres: British Film Institute, 1980).

televisivos a considerar una serie de cuestiones sobre la estructura de clases y el proceso decodificador, para volcarme, después, a estudiar, en el contexto de la familia, las prácticas de ver televisión según los sexos. Llegado a este punto, mi trabajo introduce dos cambios principales: el primero consiste en desplazar la televisión del centro del escenario (a fin de abarcar también los usos, en la esfera doméstica, de diversas tecnologías de información y comunicación), y el segundo, en una consideración más amplia de las funciones que cumplen tales medios en la construcción de las identidades nacionales y culturales en el contexto de una geografía posmoderna massmediática. Entre los capítulos, el lector observará repeticiones, y hasta diferencias de tono; en efecto, originalmente fueron escritos para públicos diferentes. De todos modos, me pareció conveniente dejar la mayor parte de los textos en su forma original.

Esta «Introducción» quiere ofrecer (en la sección 2) reflexiones sobre el contexto intelectual en el que se originó este trabajo; una visión retrospectiva (sección 3) de la significación (positiva y negativa) que se le ha discernido (en particular, al estudio de audiencia sobre *Nationwide*), y una contribución (sección 4) al debate actual sobre la orientación que convendría para los futuros estudios de audiencias. No obstante, a manera de preámbulo, me parece necesario dar también alguna explicación sobre lo que significan (por lo menos para mí) las palabras que dan título a este libro.

1. Lo que se da a entender en un título

Evidentemente, poner a un libro el título *Televisión, audiencias y estudios culturales* revela precisas aspiraciones y, de hecho, supone una fuerte apuesta a la suerte que acaso corra cada uno de esos términos (y a la que corran sus relaciones sintácticas) en la interpretación de los lectores. Empezaré, en orden inverso, por la expresión «estudios culturales». Algunos críticos se apresuraron a señalar no sólo los peligros de instituir una ortodoxia particular, porque este campo está cada vez más codificado e institucionalizado, sino también los de exportar al exterior los estudios culturales británicos con la pretensión de ofrecer una plantilla