

Comunicación y contexto

Perspectivas etnográficas sobre la audiencia de medios

*David Morley y Roger Silverstone**

Todos nosotros miramos televisión a diferentes horas, ¿pero con cuánta atención y con qué grado de compromiso, qué tipos de programas y en qué ocasiones? Sólo si se establecen estas series de distinciones cualitativas, será posible dividir en componentes significativos los conjuntos estadísticos resultantes del trabajo de encuesta a gran escala. Debemos concentrarnos en los modos complejos en que la actividad "mirar televisión" está inextricablemente encastrada en una esfera compleja de prácticas cotidianas, y es ella misma parcialmente constitutiva de esas prácticas (Scannell:1988). Necesitamos investigar el contexto los modos específicos en que determinadas tecnologías comunicativas adquieren determinados sentidos y son usadas de diferentes modos, con diferentes propósitos, y por personas pertenecientes a diferentes tipos de familias. Necesitamos investigar el modo de ver televisión en sus "ambientes naturales".

Las limitaciones de las técnicas cuantitativas para estos propósitos están ya bien comprobadas (Ang: 1991; Morley: 1990). Las técnicas estadísticas son por su propia naturaleza desagregantes, unidades de acción inevitablemente aisladas de los contextos que las hacen significativas. La medición de audiencias no es la investigación sobre la audiencia (Wober: 1981). Y, aunque las técnicas estadísticas pueden establecer conexiones empíricas entre "hechos" de diferentes órdenes, tales conexiones no proporcionan bases para la predicción o la teoría.

Este capítulo, por tanto, se dedicará a examinar la posible contribución al estudio de las audiencias de medios que pueden ofrecer los métodos etnográficos de investigación con especial referencia a

* Investigadores del Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham UK.
Traducido por Paloma Villegas.

la televisión. Tradicionalmente asociadas con la antropología, estos puntos de vista se pueden definir como análisis de contextos de acción múltiplemente estructurados, orientados a producir un amplia información descriptiva e interpretativa de las vidas y los valores de sus objetos de investigación. Si bien, desde Malinowski (1922), las aproximaciones de tipo etnográfico han dependido, metodológicamente, de la observación participante, las técnicas se han desarrollado por sí mismas a medida que los ambientes en los cuales se aplican plantean nuevas demandas de investigación.

Sostenemos que el modo de ver televisión debe ser comprendido dentro de las estructuras y las dinámicas de su contexto de acción: el ambiente doméstico. Sostenemos también que una perspectiva antropológica y etnográfica permite al investigador estudiar las maneras de ver televisión dentro del más amplio contexto del proceso de consumo tanto material como simbólico. El objetivo de este tipo de investigación cualitativa es desarrollar una ajustada comprensión del proceso a través del cual la televisión y otras tecnologías de comunicación e información adquieren sentido.

Televisión y vida cotidiana: el contexto en que se ve televisión

Uno de los más importantes avances en los recientes trabajos sobre audiencias ha sido el creciente reconocimiento de la importancia del contexto de recepción: específicamente, en el caso de la televisión, el contexto doméstico. A pesar de la frecuencia con que se producen pánicos morales acerca de la televisión y la familia, aún conocemos muy poco acerca de cómo las familias, diferenciadas de los individuos (quienes, después de todo, viven en sus mayoría en familias u hogares de algún tipo) interactúan con y usan la televisión en sus vidas cotidianas, comprometiéndose en actividades gobernadas por reglas. Como hemos señalado en otro lugar (Morley y Silverstone: 1990), el hogar o la familia, como unidad básica de consumo doméstico, ofrece el contexto más apropiado para la investigación naturalista del consumo y la producción de significados televisivos (y otros). En el uso común, "ver TV" es el término taquigráfico pobremente definido para una multiplicidad de prácticas y experiencias situadas en participan las audiencias de TV. Además, ya sabemos, por ejemplo que el "puro" mirar televisión es una actividad relativamente atípica. Así

Gunter y Svennevig (1987: 12-13) citan encuestas en las que se muestra que entre el 50 y el 64 por ciento de los espectadores declaran que usualmente ven televisión mientras hacen alguna otra cosa al mismo tiempo. Igualmente, dado el aparato encendido, la presencia de la gente frente a él puede significar "un centenar de cosas diferentes" (Towler: 1986). Desde una perspectiva similar, Bryce (1987) nota que la acción de ver televisión ("television viewing") es sólo "una posible etiqueta para una buena variedad de actividades familiares" (Bryce, 1987: 137).

A partir del trabajo de Michel de Certeau (1984), Silverstone (1989: 77) ha sostenido en otro lugar que:

La televisión es la vida de todos los días. Estudiar la televisión es al mismo tiempo estudiar la vida cotidiana. Hay aparatos de TV en casi todos los hogares del mundo occidental... Sus textos y sus imágenes, sus historias y sus estrellas proporcionan el tema de gran parte de la conversación corriente de nuestras vidas diarias. La TV ha sido muy estudiada.

Sin embargo precisamente esta integración en las vidas diarias de aquellos que la ven es lo que de algún modo se ha escapado a través de la red de la investigación académica.

Nuestra premisa, por lo tanto es que el análisis de las transmisiones debe ser reformulado para tomar en cuenta su inscripción dentro de las rutinas de la vida cotidiana y su entrelazamiento con los discursos domésticos y públicos, lo que reclama el uso de técnicas cualitativas. Tanto Bausinger (1984) como Grossberg (1987) ofrecen útiles ideas generales sobre las formas en que los contenidos mediáticos son integrados en las prácticas de comunicación de todos los días en formas complejas de interdiscursividad. En particular, Bausinger (1984) recuerda que nuestro análisis debe considerar no con un medio dado aislado, sino más bien el "conjunto mediático" del hogar. Además, destaca, ningún medio es utilizado con plena concentración. Los medios, en general, son una parte integrante de lo cotidiano, de modo que el proceso de ver o leer (después del momento inmediato de consumo) se entiende dentro de un amplio proceso de conversación y diálogo social a través del cual los materiales de los medios son "digeridos".

Entre los estudios empíricos previos, Lindlof (1987) ofrece una fascinante colección de materiales sobre el consumo mediático desde una perspectiva naturalista (ver en particular los artículos de Bryce, Traudt y Lont, y Anderson). Brodie y Stoneman (1983) y Wolf y otros (1982) desarrollan además una perspectiva contextualista sobre cómo se ve la TV dentro de la interacción familiar. Goodman (1983) desarrolla un análisis de las formas de ver televisión basado en las reglas observadas, desde una perspectiva de "sistemas familiares" derivada de la terapia familiar. El trabajo de Lull (1980; 1988a) sobre la actividad familiar de ver televisión (*family viewing*), de modo similar, sigue una perspectiva basada en las reglas, analizando los procedimientos de selección y los patrones de comunicación familiar como parte de un análisis más amplio de los usos sociales de la televisión. Desde una perspectiva feminista, el trabajo de Hobson (1982), Ang (1985), Brunson (1981), Radway (1984), Seiter y otros (1989a), y Gray (1987) examina la determinación de género de las prácticas de consumo de los medios en relación con diversas formas de subjetividad femenina. Morley (1986) ofrece un análisis de las prácticas de expectación genéricamente determinadas y de las dinámicas familiares, en el cual, aunque no usa técnicas estrictamente etnográficas, comienza a explorar el contexto de la vida familiar en el que las formas de ver deben ser comprendidas. En nuestra presente investigación (Morley y Silverstone: 1990; Silverstone y otros: 1989), en la que rechazamos los argumentos tecnológicamente deterministas acerca del impacto de las nuevas tecnologías de comunicación en la "sociedad", nos preguntamos cómo la estructura del hogar y la cultura doméstica afectan la percibida prominencia de estas tecnologías, cómo los usuarios adaptan estas tecnologías son adaptadas (Bryce: 1987) y cómo las exigencias de sus ambientes "locales" determinan los usos que se hacen de las tecnologías (Lindlof y Meyer: 1987; ver también Lull: 1988a, para un análisis de las diferencias culturales en las formas de ver televisión en diferentes países).

Si la actividad de ver televisión es un proceso gobernado por reglas ¹, la primera preocupación del etnógrafo será explicar las

¹ Los investigadores de la actividad de ver televisión hablan de ésta como "gobernada por reglas", "pautada", parte de la "lógica" de la vida diaria. Aunque estrictamente hablando cada uno de estos términos se puede entender de modo ligeramente diferente (implican diferentes modos de comprender el proceso social) los usaremos aquí en sentido amplio, como sinónimos.

reglas que gobiernan y facilitan este proceso. Como Anderson (1987a: 164) puntualiza, "la mirada familiar, por ejemplo, no es más casual ni espontánea que la comida familiar. Es realizada por actores competentes con gran capacidad de improvisación". La conducta de la familia en torno a la mesa de comedor ha servido durante años como punto focal para estudiar el funcionamiento de la familia (Goodman: 1983). De este modo, los hábitos relativos a la comida han sido analizados en términos de las reglas que gobiernan la forma en que las personas se organizan alrededor de la mesa, la regulación de los ademanes, la cuestión de quién cocina, prepara y sirve diferentes categorías de alimentos y cómo se manejan las conversaciones de la hora de comer. Lo que le interesa a Goodman es que, dada la centralidad que tiene la TV en muchos hogares, puede ser útil un estudio paralelo de las reglas que gobiernan la mirada televisiva familiar: cómo se estructuran los patrones de ubicación respecto al aparato, quién mira qué y con quién, quién elige los programas, y qué tipo de conversaciones se consideran apropiadas durante el transcurso de los mismos.

La perspectiva centrada en las reglas nos hace enfocar las prácticas cotidianas de comunicación. Siguiendo a Schutz (1963: 59), sugerimos que "la exploración de los principios generales de acuerdo a los cuales los hombres organizan sus experiencias en la vida diaria... es la primera tarea de la metodología de las ciencias sociales". Una perspectiva fenomenológica de este tipo implica analizar sistemáticamente la actividad de la audiencia en sus ambientes naturales, empleando los métodos cualitativos como herramientas para la recolección de la información, y dando prioridad a las categorías de análisis derivadas de las propias estructuras conceptuales de los sujetos. Es necesario estudiar las reglas o lógicas-en-uso del comportamiento cotidiano situado para comprender cómo son incorporados y puestos en funcionamiento los diversos medios dentro de los mundos privados. Entender las dinámicas familiares, las estructuras de la vida diaria y el sistema familiar (Gorrell-Barnes: 1985) es precondition necesaria para la comprensión del lugar que ocupa la televisión (o cualquier otra tecnología de comunicación) en el hogar.

Las dimensiones material y simbólica de la televisión, entonces, se unen en las prácticas cotidianas que sirven para hacer circular tanto las mercancías como la competencia cultural, en privado y en público. Si vamos a tratar de entender el significado de tales activi-

dades relacionadas con los medios, que son, después de todo, claves de comprensión de las culturas contemporáneas, entonces tenemos que tomar seriamente sus formas variadas y específicas. De ello se desprende que se requiere una antropología de la audiencia televisiva, y la aplicación de la etnografía como método empírico.

Aproximaciones etnográficas

Morley (1980) ha sostenido que la relación de las audiencias con la televisión debe formularse siempre, en principio, como una pregunta empírica, y que el desafío más importante consiste en desarrollar los métodos apropiados. En nuestra investigación actual, hemos adoptado un enfoque principalmente etnográfico, ya que nuestro primer requisito es proporcionar una descripción adecuadamente "densa" (Geertz: 1973) de las complejidades de la mirada doméstica.

De acuerdo con Hammersley y Atkinson (1983: 2), se puede entender la etnografía como:

simplemente un método más de investigación social, aunque inusual, que proporciona una amplia gama de fuentes de información. El etnógrafo participa en las vidas de la gente por un período de tiempo prolongado, observando lo que sucede, escuchando lo que se dice, haciendo preguntas... recolectando cualquier tipo de información que le sirve para dilucidar los problemas que le conciernen.

En su forma más simple, se ha sostenido que la tarea del etnógrafo es "entrar en el campo" y, por medio de la observación y la entrevista, intentar describir e inevitablemente interpretar las prácticas de los sujetos en ese contexto cultural, sobre la base de la observación de primera mano de sus actividades diarias. Como Hammersley y Atkinson sostienen también, a este respecto "no hay forma de escapar a la necesidad de confiar en el sentido común de los conocimientos y de los métodos de investigación. Toda investigación social está fundada sobre la capacidad humana para la observación participante" (p. 25). El investigador, como participante activo en el proceso de investigación, es "el instrumento de investigación por excelencia" (p. 18), y más que "empeñarse inútilmente en eliminar

los efectos' de su intervención, debería preocuparse por comprenderlos y reflexionar acerca de ellos" (p. 17).

Así pues, las etnografías están, por su propia naturaleza, fundadas en las realidades de las vidas de otras personas, lo que Geertz llama "la lógica informal de la vida real" (1973: 17). Los problemas de hacer etnografía problemas de descripción y de comprensión son los mismos que plantea la investigación social en su conjunto. Desde una perspectiva naturalista, los observadores participantes tienden a aprender las reglas de la cultura (o subcultura) de las personas que están estudiando, y a interpretar los sucesos y las acciones en relación con esas reglas, ya sean implícitas o explícitas. Desde esta perspectiva, el objetivo no es identificar leyes universales, sino producir "descripciones detalladas de la experiencia de vida concreta dentro de una cultura particular y de las reglas y los patrones sociales que la constituyen" (Hammersley y Atkinson, 1983: 8).

Ciertas precauciones son necesarias aquí. En primer lugar, la autoconciencia (o reflexividad) es necesaria dada la inevitable parcialidad de cualquier análisis. Además, como Lull (1988b) sostiene, es tan necesario que las formas de recolección e interpretación de la información sean tan rigurosas y sistemáticas en la investigación cualitativa como en la cuantitativa. Lull destaca que, en los estudios de audiencia de los últimos años, el término "etnografía" ha pasado a ser totémico (¿una genuflexión ritual hacia una nueva deidad tribal instituida?). De repente cualquiera es un etnógrafo (¿el etnógrafo como la víctima de moda?). Sin embargo, como Lull puntualiza, "lo que pasa por etnografía en los estudios culturales no cumple con los requisitos fundamentales en la recolección de los datos y la forma de dar cuenta de ellos típicos de la mayor parte de la investigación etnográfica antropológica y sociológica. Etnografía' ha pasado a ser una gastada palabra comodín en nuestro campo" (Lull: 1988b: 242). En lugar de eso, Lull destaca los particulares requisitos y responsabilidades que atañen a la práctica etnográfica. Si invocamos la importancia del contexto de las acciones y su inserción en el tejido de la vida cotidiana, operamos como investigadores bajo un conjunto específico de responsabilidades:

- 1) observar y tomar nota del comportamiento rutinario de todo tipo característico de aquellos que estamos estudiando,

- 2) hacerlo en los ambientes naturales en que esos comportamientos tienen lugar, y

3) sacar inferencias cuidadosamente, después de considerar los detalles del comportamiento comunicativo, prestando especial atención a los modos, frecuentemente sutiles, aunque reveladores, en que diferentes aspectos del contexto se informan mutuamente. (Lull: 1987: 320)

El énfasis en el contexto de las acciones trae problemas considerables en relación con la delimitación del campo de investigación y con el establecimiento de los elementos (potencialmente infinitos) de este contexto que serán relevantes en la investigación particular que se está realizando. Esto nos remite al familiar debate acerca de las relativas ventajas y desventajas de las estrategias de investigación de final abierto o cerrado. Gray (1987) ofrece un ejemplo ilustrativo; mientras investigaba la relación de las mujeres con la tecnología del video, encontró que muy frecuentemente intercalaban extensos relatos acerca de la historia familiar. Sin embargo, como la misma Gray sugiere, el gran valor de esta aproximación de final abierto descansa en el hecho de que, permitiendo a las informantes "contar a su manera" con un mínimo de dirección, recibe a cambio su propia concepción de su (no) uso del video en el contexto de su propia concepción de su posición social. Cualquier cosa que ellas pudieran haber dicho en respuesta a una pregunta directa habría sido relativamente insignificante, ya que era "cómo ellas veían sus propias vidas" lo que explicaba en qué medida usaban o no las tecnologías del video.

El problema de cuáles son los elementos del contexto necesarios para comprender cualquier acción dada no es sólo pragmático. Es también una cuestión teórica y epistemológica, de relación entre lo particular y lo general, la instancia y la categoría. Ang (1991) sostiene que, dado el dominio de la tradición de generalización/categorización en muchas de las investigaciones previas sobre audiencias, y el reconocimiento de sus limitaciones epistemológicas, en, por ejemplo, las categorizaciones de "tipos de espectadores", es hora de que este énfasis sea complementado con un esfuerzo contrario de particularización (ver también Billig: 1987). Como Ang destaca (1991: 160),

más que reducir una cierta manifestación del "comportamiento seguido al ver" (*viewing behaviour*) a una instancia de una categoría general, debemos considerarla en su particularidad, tratarla en su

especificidad concreta, diferenciarla de las otras instancias de esa categoría general... Sólo entonces podremos ir más allá de la "significación (estadística) sin mucho significado".

El problema de la interpretación

Todos sabemos por nuestra propia existencia cotidiana que los procedimientos comunicativos de la vida diaria pueden ser engañosa y a veces traicioneramente complejos. Esto se debe a su vaguedad, resultante de la ausencia de mecanismos explicativos entre personas que ya se conocen unas a otras:

Gran parte de nuestro comportamiento comunicativo ordinario... *requiere* una cierta cuota de vaguedad que obstaculiza todavía más el intento [del investigador] por determinar lo que está ocurriendo y por qué. Irónicamente, la vaguedad es el archivillano de la ciencia positivista, cuyos ideales reconocidos son la claridad y la objetividad en la interpretación. Pero la vaguedad es esencial para los patrones diarios de interacción social. Sin ella, o lo que es peor, con una pretensión de claridad científica, las interacciones sociales tal como las conocemos y experimentamos serían prácticamente imposibles. (Lindlof y Meyer: 1987:25)

Por su propia naturaleza, la etnografía intenta explicar la (frecuentemente no explícita) lógica informal de la comunicación y otras prácticas cotidianas.

Las estrategias de investigación cualitativa, como la etnografía, están diseñadas principalmente para acceder a dominios naturalizados y a sus actividades características. La fuerza de estos enfoques está en que ofrecen una *visión contextual* de las conexiones entre diferentes aspectos de los fenómenos estudiados. Sin embargo, como investigadores cualitativos de los medios, enfrentamos la dificultad de, finalmente, contar historias acerca de las historias que nuestros informantes han elegido contarnos a nosotros. Estos problemas son tan irreductibles como familiares. Como Geertz (1973:15) señalaba tiempo atrás, "comenzamos con nuestras propias interpretaciones de lo que nuestros informantes están haciendo, o piensan que están haciendo, y entonces las sistematizamos". La versión del analista es,

necesariamente, una interpretación (y, destaca Geertz, frecuentemente de segundo o tercer orden).

Sin embargo, como Geertz (1973) también sugiere, más que darse por vencido e irse a casa, la alternativa del etnógrafo es tratar de abrirse camino a través de las estructuras de inferencia e implicación que constituyen el discurso cotidiano. Para el investigador intentar ingresar en este mundo natural, donde la comunicación es vaga y los significados están implícitos, es inevitablemente patinar sobre hielo delgado. No obstante, en compensación podrá atribuir mayor validez a la información, ya que, a diferencia de las formas desagregadas del conocimiento estadístico, la etnografía nos permite producir conocimiento en contextos en que la significación de los datos puede ser más fácilmente comprobada. Por supuesto, nunca describimos simplemente un ambiente social, sino que necesariamente interpretamos para dar sentido a los mundos y las acciones de nuestros informantes en nuestros reportes de investigación. Los informes etnográficos son esencialmente cuestionables, así como el análisis cultural consiste en adivinar sentidos de manera necesariamente incompleta, evaluar dichas conjeturas y extraer conclusiones explicativas a partir de las mejores conjeturas.

El análisis etnográfico depende de varias técnicas de "triangulación". La triangulación puede abarcar "la comparación de los datos relacionados con un mismo fenómeno pero obtenidos en distintas fases del trabajo de campo, diferentes aspectos de los ciclos temporales que se presentan en el ambiente investigado, o, como en la validación del informante, las versiones de diferentes participantes de ese ambiente" (Hammersley y Atkinson, 1983:198). El uso característico que hace la etnografía de múltiples fuentes de información la protege, por tanto, de los riesgos de la invalidez ecológica que siempre conlleva cualquier método de investigación que descansa sobre un único tipo de datos, con el peligro de que los descubrimientos puedan resultar método-dependientes. El carácter multifacético de la etnografía, producido por diferentes técnicas (observación, entrevista, reporte de sí mismo, etcétera) que pueden luego ser sistemáticamente comparadas, es una ventaja del enfoque etnográfico.

Sin duda, nuestro conocimiento seguirá siendo parcial en más de un aspecto. En el caso de la investigación del consumo doméstico de televisión, acceder a la esfera privada del hogar es siempre una cuestión de grado; casi siempre habrá algunas áreas del hogar que le

estén "prohibidas" (Bourdieu: 1972) a un extraño. Igualmente, como Anderson (1987a) señala, algunas acciones sociales nunca se exhibirán en presencia de un intruso. El informe del etnógrafo, entonces, debe *reflexionar* acerca de su propia parcialidad, insuficiencia y brechas estructuradas. Aunque lo que describimos no es un discurso social en crudo, al cual no tenemos pleno acceso, "esto no es tan fatal como suena, ya que... no es necesario saberlo todo para comprender algo" (Geertz: 1973:20).

Un estudio de caso en metodología fundamentada

Con el fin de ilustrar los argumentos teóricos concernientes a un enfoque etnográfico general a las audiencias de medios aunque se trate de un enfoque etnográfico que a la vez amplía la definición de etnografía y reconstruye la definición de audiencia ofrecemos ahora un breve informe de los métodos empleados en nuestro proyecto actual, "El hogar y el consumo doméstico de información y tecnologías de comunicación" (Morley y Silverstone: 1990; Silverstone y otros: 1989; Silverstone y otros: 1990a, 1990b). Nuestro interés aquí no son los "descubrimientos" sustantivos de la investigación, sino explicar la fundamentación de las opciones metodológicas particulares que hemos tomado a medida que este estudio progresaba. En términos generales, el estudio implica un trabajo detallado con veinte familias diferentes en relación con la gama de tecnologías de información y comunicación (TICs) usadas en sus hogares.

La investigación está diseñada para explorar el fino entramado de relaciones entre la cultura doméstica y los usos de las TICs, entre las que incluimos en primer lugar la TV, la videograbadora, el teléfono y la computadora. La tarea es al mismo tiempo engañosamente simple y terriblemente ambiciosa: comprender cómo las familias conviven en sus hogares con estas tecnologías y cómo éstas son incorporadas a sus vidas domésticas. Nuestra premisa ha sido (Morley y Silverstone: 1990; Silverstone: 1990) que no hay que estudiar la televisión aislándola ni de las otras tecnologías ni de las estructuras de la vida familiar. Nosotros queríamos comprender el proceso y las dinámicas que operan en las familias, los medios y las tecnologías como sistemas, tanto intrínsecamente (con referencia a la estructura interna de la vida familiar), como extrínsecamente (con referencia a

las relaciones entre familias, vecindarios, lugares de trabajo y redes de amistad basadas en el parentesco u otras relaciones sociales en general). Nos interesaba estudiar la forma en que las TICs integran o aíslan a las familias y hogares a o frente al mundo que está más allá de la puerta, así como también el papel que cumplen las TICs en la mediación entre las esferas pública y privada.

Los métodos han surgido y evolucionado como resultado del diálogo con el tema y los sujetos de la investigación, y ellos mismos fueron fundamentándose (Glaser y Strauss: 1967) en el transcurso de la misma. Así mismo, hemos intentado no sólo una triangulación múltiple, sino también un tipo de reflexividad a través de la cual los métodos se complementan mutuamente cuando los sujetos juzgan el proceso de investigación y su propio involucramiento en él a medida que éste avanza. Cada una de las entradas de información tiene una función específica en la investigación; cada una tiene también una significación secundaria reflexiva o triangulatoria en la construcción del "armazón metodológico"² general en que se ubica el proceso de la investigación.

En la primera etapa de la investigación (con las primeras cuatro de las veinte familias) nuestro objetivo principal fue la observación participante complementada con diarios de uso-del-tiempo y concentrada en una familia por vez. La observación participante, en particular, se orientaba a proporcionar un informe plausible y coherente de la vida familiar, que iba más allá de las limitaciones de las técnicas de auto-reporte empleadas en muchas investigaciones sobre audiencias. Sin embargo, también nos dimos cuenta de que este enfoque tampoco proporcionaría fácilmente las bases ni para un análisis sistemático de los usos clave de los medios ni una base suficientemente segura para cualquier comparación sistemática de una familia con otra. No nos capacitaría de un modo satisfactorio para contextualizar a las familias histórica y geográficamente en relación con su pasado, su futuro y sus vecindarios dentro de relaciones de espacio y tiempo.

² Usamos el término "armazón metodológico" en un sentido específico. Se refiere al entretejido particular de los métodos de investigación centrales que han surgido en el estudio como un modo de describir la ubicación de cada hogar/familia en el espacio y en el tiempo. El armazón metodológico proporciona una base sobre la cual desarrollar otros aspectos del diseño de la investigación y una base para construir un modelo conceptual del hogar y el uso de tecnologías que ha de informar a la investigación en su conjunto.

Con respecto a la observación participante, concluimos que, aunque era un componente necesario de la metodología general, no era una fuente suficiente de datos. Sin embargo, sí suministraba valiosa información, no sólo en términos de nuestra observación de las personas involucradas, sino en términos de nuestra observación de la cultura estética y doméstica del hogar expresada en la decoración y el mobiliario de las habitaciones a que tuvimos acceso. Finalmente, la observación participante ofreció un continuo y necesario chequeo de las propias versiones de los miembros de la familia sobre sus relaciones domésticas y su uso de las tecnologías, proporcionando uno de los muchos niveles de triangulación en el estudio.

En reconocimiento de estas limitaciones, rediseñamos nuestros métodos para complementar la observación participante con un número de posteriores entradas de información. En primer lugar, comenzamos por dar mayor importancia a los diarios de uso-del-tiempo, porque el registro de las actividades que no podíamos observar directamente (ya sea porque tenían lugar fuera del hogar o cuando no estábamos presentes) nos ofrecía tanto una ampliación de los datos situados en el espacio y en el tiempo como una base valiosa y reflexiva para las entrevistas con cada uno de los miembros de la familia. El diario de uso-del-tiempo suministró una estructura para la comprensión de la temporalidad doméstica.

Sin embargo, necesitábamos un método equivalente para acercarnos a las relaciones espaciales del hogar. Por lo tanto introdujimos además un ejercicio de "mapeo mental" en el cual a cada miembro del hogar se le pedía que dibujara un mapa del espacio interno de la casa y de todos sus cuartos. Inicialmente, esto tuvo el propósito de proporcionarnos información sobre aquellos cuartos a los cuales no teníamos acceso directo. Sin embargo, pronto se vio claramente que esta técnica ofrecía valiosa información en un sentido muy distinto, ya que los mapas de los informantes diferían, muchas veces en grado considerable, con respecto a la presencia, ausencia o importancia de las diferentes TICs en sus hogares. Este ejercicio de mapeo se complementó con la utilización de dos diagramas que se le pidió realizar a cada familia, para mostrar sus distancias geográficas y afectivas con respecto a parientes y amigos, así como también las modalidades de comunicación (desde escribir una carta hasta la interacción cara a cara) en que se basaba principalmente cada relación.

Estas técnicas nos permitieron complementar nuestra observación participante y contextualizar así nuestros hallazgos de un modo más significativo. Al mismo tiempo, hemos desarrollado una técnica para contextualizar nuestra observación con referencia al pasado de la familia. Para esto, en cada familia hemos organizado la "contemplación" y discusión de las fotografías del álbum familiar (o la colección videográfica de la familia), lo que hace accesible a nosotros la imagen que posee la familia sobre su propio "relato" o historia.

Tomadas en conjunto, ésta y otras entradas de información basadas en entrevistas (para una discusión más extensa, ver Silverstone y otros: 1990b) nos han permitido contextualizar nuestra observación participante y triangular los resultados de cada procedimiento con los de los otros. Sugerimos que, juntas, estas entradas de información ofrecen tanto la riqueza del estudio de observación participante como el rigor del análisis comparativo sistemático. Para nosotros, la etnografía es un proceso multifacético en el cual los requisitos de detalle y amplitud, rigor y sistematicidad, tienen que estar cuidadosamente equilibrados, y donde no existe un único procedimiento metodológico adecuado.

¿Etnografía postmoderna?

En conclusión, es necesario tomar nota de los serios debates (Clifford, 1986; Marcus y Fisher, 1986) que se han desarrollado en los últimos años acerca de las implicaciones epistemológicas y moral/políticas de la investigación empírica sobre audiencias. Hartley (1987) y Ang (1989) han examinado las dificultades que surgen generalmente por la naturaleza constructivista de cualquier proyecto de investigación y han advertido contra el peligro de perder de vista que nuestros datos son, inevitablemente, producto del proceso de investigación. Más aún, Feuer (1986) ha subrayado la tendencia en la investigación empírica de audiencias a desplazar la cuestión del significado del texto (o la crítica) a la audiencia, con lo que sólo consiguen producir un nuevo texto que interpretar el de la respuesta de la audiencia (para una crítica de Feuer, ver Morley, 1989).

En pocas palabras, ¿cuál es la *política* de la etnografía de audiencias? Ang (1989) correctamente insiste en que hacer investigación es en sí una práctica discursiva que puede sólo esperar producir

conocimientos histórica y culturalmente específicos a través de encuentros discursivos igualmente específicos entre el investigador y los informantes. La investigación es, pues, desde su punto de vista y el nuestro, siempre una cuestión de interpretación, y aún de construcción, de la realidad desde una determinada posición, más que una empresa positivista que busca una perspectiva científica "correcta" que finalmente nos permita realizar el sueño utópico de un mundo completamente conocido en forma de hechos indiscutibles.

Alrededor de estos temas se han centrado los recientes debates en torno a la antropología y etnografía *postmodernas* (o postestructuralistas), especialmente en Estados Unidos. El tema central ha sido la relación entre el observador y el observado y el fundamento de la autoridad del etnógrafo para transmitir las experiencias culturales de los otros. Fiske (1990: 90) se refiere al "etnógrafo imperialista que descendía como un hombre [sic] blanco en la jungla y llevaba de regreso a su mundo de hombre blanco significados' de la vida nativa que eran inaccesibles para aquellos que la vivían". Entre otros comentaristas, Marcus y Fisher (1986) han hablado de la crisis de la representación, y Said (1978) ha argumentado convincentemente en favor de un análisis más reflexivo del proceso de "orientalización": el proceso de geografía imaginativa que produce un Otro ficcionalizado como objeto exótico de conocimiento. En estos debates, el objeto de la crítica es una forma de empirismo ingenuo o realismo etnográfico que permanecería insensible a las cuestiones de la reflexividad, y en cambio presume tanto una transparencia de la representación como una inmediatez de la problemática categoría de "experiencia" (ver Althusser, 1965). Para críticos como Clifford (1986:22) no existe ningún "lugar para ver desde arriba [cima de montaña] de donde hacer un mapa de los modos de vida humanos, ningún punto de Arquímedes desde el cual representar el mundo. Las montañas están en constante movimiento...nosotros fundamentamos las cosas, entonces, como un planeta en movimiento". Esto, entonces, requiere también que los investigadores de medios especifiquen quién escribe, acerca de quién, y desde qué posiciones de conocimiento y poder.

En respuesta, Geertz (1988) se ha referido a lo que él llama el "nerviosismo penetrante" y la "hipocondría moral" engendrada por los escritos postestructuralistas y postmodernos acerca de la etnografía. Estos "jesuitas del futuro" o "apóstoles intransigentes de la

hermenéutica de la sospecha" (Geertz: 1988: 86) parten de una bastante apropiada desconfianza frente al ideal malinowskiano de la etnografía "de inmersión" y frente a la invocación ingenua de la sinceridad y la autenticidad del etnógrafo: Estar Allí como la auto-ridad fundante del informe etnográfico. Sin embargo, lo importante para Geertz es que si la actitud antropológica tradicional hacia estas preguntas ("No piense acerca de la etnografía, sólo hágala") es un problema, de igual modo, caer en un trance paralizante (aunque vertiginosamente emocionante) de contemplación epistemológica del propio ombligo ("No haga etnografía, sólo piense acerca de ella") no es en absoluto una respuesta para nadie que esté interesado en el trabajo empírico. Aún el propio Clifford (1986:7) ha expresado su deseo de que esta "autoconciencia política y epistemológica no conduzca a la auto-absorción etnográfica, o a la conclusión de que es imposible conocer nada cierto acerca de otras personas".

Para Geertz, y para nosotros, existe un importante límite a lo que se le puede conceder al argumento postestructuralista. Reconocer los componentes subjetivos de la etnografía no es más que sentido común; el peso del autor es ineludible. En las palabras de Geertz (1988:140), "argumentar...que escribir etnografía es contar cuentos" sólo podría parecer contencioso bajo la premisa de "una confusión... entre lo imaginado y lo imaginario, la ficción y lo falso... entre explicarse las cosas e inventarlas". Para nosotros el valor de los métodos etnográficos descansa precisamente en que pueden ayudarnos a "explicar" las cosas en el contexto en que ocurren, en que nos ayudan a comprender la forma de ver televisión y otras prácticas de consumo tal como se insertan en el contexto de la vida diaria.

Bibliografía

- Althusser, L. (1965) *For Marx*, Verso, Londres, reimpresso (1972), Penguin, Harmondsworth.
- Anderson, J. A. (1987a) "Commentary on qualitative research", en T. Lindlof (comp.) *Natural Audiences*, Ablex, Norwood, Nueva Jersey.
- (1987b) *Communication Research: Issues and Methods*, McGraw-Hill, Nueva York.

- Anderson, J. A. y Meyer, T. (1988) *Mediated communication: a social Action Perspective*, Sage, Newbury Park, CA.
- Ang, I. (1985) *Watching Dallas*, Methuen, Londres.
- (1989) "Wanted: Audiences", en E. Seiter, H. Borchers, G. Kreutzner y E. Warth (comps.), *Remote Control: Television, Audiences, and Cultural Power*, Routledge, Londres.
- (1991) *Desperately Seeking the Audience*, Routledge, Londres.
- Bausinger, H. (1984) "Media, technology, and daily life", *Media, Culture and Society* 6: 342-52.
- Billig, M. (1987) *Arguing and Thinking*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Bourdieu, P. (1972) "The Berber House", en M. Doublas (comp.), *Rules and Meanings*, Penguin, Harmondsworth.
- Brodie, J. y Stoneman, L. (1983) "A Contextualist Framework for Studying TV Viewing", *Journal of Family Issues* 4, 2: 329-48.
- Brunsdon, C. (1981) "Crossroads: Notes on Soap Opera", *Screen* 22, 4: 32-7.
- Bryce, J. (1987) "Family Time and TV Use", en T. Lindlof (comp.), *Natural Audiences*, Ablex, JNorwood, Nueva Jersey.
- Clifford, J. (1986) "Partial Truths", en J. Clifford y G. Marcus (comps.) (1986), *Writing Culture: the Poetics and Politics of Ethnography*, University of California Press, Berkeley.
- Feuer, J. (1986) "Dynasty", ponencia, International Television Studies Conference, Londres, julio.
- Fiske, J. (1990) "Ethnosemiotics", *Cultural Studies* 4, 1:85-100.
- Geertz, C. (1973) *The Interpretation of Cultures*, Basic Books, Nueva York.
- (1988) *Works and Lives: The Anthropologist as Author*, Polity Press, Cambridge.
- Glaser, B. G. y Strauss, A. L. (1967) *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*, Aldine, Chicago.
- Goodman, I. (1983) "TV's Role in Family Interaction", *Journal of Family Issues* 4, 2: 405-24.
- Gorrell-Barnes, G. (1985) "Modern Systems Theory and Family Therapy", en M. Rutter y L. K. Herzov (comps.) *Modern Child Psychiatry*, Tavistock, Londres.
- Gray, A. (1987) "Reading the Audience", *Screen* 28, 3: 24-36.
- Grossberg, L. (1987) "The In-difference of TV", *Screen* 28, 2: 22-46.
- Gunter, B., y Svennevig, M. (1987) *Behind and in Front of the Screen: Television's Involvement with Family Life*, Jonhn Libbey, Londres.

- Hammersley, M., y Atkinson, P. (1983) *Ethnography. Principles and Practice*, Tavistock, Londres.
- Hartley, J. (1987) "Invisible Fictions", *Textual Practice* 1, 2: 121-38.
- Hobson, D. (1982) *Crossroads: The Drama of a Soap Opera*, Methuen, Londres.
- Lindlof, T. (1987) *Natural Audiences*, Ablex, Norwood, Nueva Jersey.
- Lindlof, T., y Meyer, T. (1987) "Mediated Communication: The Foundations of Qualitative Research", en T. Lindlof (comp.), *Natural Audiences*, cit.
- Lull, J. (1980) "The Social Uses of Television", *Human Communication Research* 6: 197-209.
- (1987) "Audiences, texts and contexts", *Critical Studies in Mass Communication* 4: 318-22.
- (1988a) (comp.) *World Families Watch Television*, Sage, Newbury Park, CA.
- (1988b) "Critical Response: the Audience as a Nuisance", *Critical Studies in Mass Communication* 5: 239-43.
- Malinowski, B. (1922) *Argonauts of the Western Pacific: an Account of Native Enterprise and Adventure in the Archipelagoes of Melanesian New Guinea*, Routledge & Kegan Paul, Londres.
- Marcus, G., y Fisher, M. (1986) *Anthropology as Cultural Critique*, University of Chicago Press, Chicago.
- Certeau, M. de (1984) *The Practice of Everyday Life*, University of California Press, Berkeley.
- Morley, D. (1980) *The "Nationwide" Audience*, British Film Institute, Londres.
- (1986) *Family Television*, Comedia, Londres.
- (1989) "Changing Paradigms in Audience Studies", en E. Seiter, H. Borchers, G. Kreutzner y E. Warth (comps.), *Remote Control: Television, Audiences, and Cultural Power*, Routledge, Londres.
- Morley, D. (1990) "Behind the Ratings", en J. Willis y T. Wollen (comps.), *Neglected Audiences*, British Film Institute, Londres.
- Morley, D., y Silverstone, R. (1990) "Domestic communication", *Media, Culture and Society* 12: 31-55.
- Radway, J. A. (1984) *Reading the Romance. Women, Patriarchy, and Popular Literature*, Verso, Londres.
- Said, E. (1978) *Orientalism*, Penguin, Harmondsworth.
- Scannell, P. (1988) "Radio Times: the Temporal Arrangements of Broadcasting in the Modern World", en P. Drummond y R. Paterson (comps.), *Television and its Audience*, British Film Institute, Londres.

- Schutz, A. (1963) *Collected Papers*, vol. 1, Martins Nijhoff, La Haya.
- Seiter, E., Borchers, H., Kreutzner, G., y Warth, E. (1989a), *Remote Control: Television, Audiences, and Cultural Power*, Routledge, Londres.
- Silverstone, R. (1990) "Television and Everyday Life: Towards an Anthropology of the Television Audience", en M. Ferguson (comp.), *Public Communication: the New Imperatives*, Sage, Londres.
- Silverstone, R., Morley, D., Dahlberg, A., y Livingstone, S. (1989) "Families, Technologies and Consumption", Centre for Research into Innovation, culture, and Technology, Brunel University, Londres.
- Silverstone, R., Hirsch, E. y Morley, D. (1990a) "Information and Communication Technologies and the Moral Economy of the Household", ponencia, Centre for Research into Innovation, Culture, and Technology, Brunel University, Londres.
- (1990b) "Listening to a Long Conversation: An Ethnographic Approach to the Study of Information and Communication Technologies in the Home", ponencia, Centre for Research into Innovation, Culture, and Technology, Brunel University, Londres.
- Towler, R. (1986) discurso ante la Royal Television Society (Sociedad Real para la Televisión), Cambridge.
- Wober, M. (1981) "Psychology in the Future of Broadcasting Research", *Bulletin of the British Psychological Society* 34: 409-12.
- Wolf, M., Meyer, T., y White, C. (1982) "A Rules-Based Study of TV's Role in the Construction of Social Reality", *Journal of Broadcasting* 26, 4: 813-29.