



PORTADA

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

Google DENTRO DE C&amp;S

OK



Reseña /

DUNCAN PETRIE

Television and the household. Reports from the BFIs Audience Tracking Study

*BFI Publishing, London, 1995, 138 pp.*

DUNCAN PETRIE y JANET WILLIS (eds.)

Television and the household. Reports from the BFIs Audience Tracking Study

BFI Publishing, London, 1995, 138 pp.

Este libro está constituido por siete ensayos sobre la experiencia de ver televisión en los hogares de Gran Bretaña, realizados por Duncan Petrie, Janet Willis, Richard Paterson, Elaine Randall y Jenie Owen. Los datos en los que se basan proceden del "Audience Tracking Study" del BFI (British Film Institute) cuyo principal objetivo es "construir perfiles acumulados de los encuestados en un período de cinco años, y realizar una investigación cualitativa que intenta tener en cuenta la compleja y dinámica red en la que ocurre la experiencia de ver televisión" (p. 2). Los informes aquí presentados son sólo la primera parte del proyecto. Toman los datos de tres diarios, a partir de cuestionarios realizados en tres días distintos, dentro de un período de sólo 10 meses, entre 1991 y 1992. Los encuestados fueron más de 400 y se seleccionaron entre las 20.000 personas que ya habían participado en un proyecto similar sobre consumos de televisión, en 1988, denominado "One day in the life of television". En el presente, estudio, además de esta información, se pregunta sobre la composición del hogar, las rutinas diarias, las opiniones

sobre ciertos programas, géneros televisivos, y temas típicos relativos a la televisión, permitiendo a los encuestados explicarse con sus propias palabras. En este primer estudio de resultados se pretende analizar la televisión en el contexto de la vida diaria (p. 4). Por ello, dado que el consumo de este medio se realiza fundamentalmente en el hogar, se recoge información sobre este entorno. El estudio a lo largo del tiempo facilita a su vez analizar el efecto que los cambios en el hogar y, en general, en el entorno, tienen sobre el consumo de televisión. La información de los diarios se ha completado con entrevistas personales, discusiones en grupo y análisis de producción de programas. Sin embargo, el estudio presenta algunos defectos metodológicos de importancia. El primero tiene su causa en la autoselección de las personas en el estudio "One day", que provoca la falta de representatividad de los participantes en el siguiente. La comparación de los datos demográficos del apéndice (p. 134-8) muestra, entre otros, el peso excesivo de la clase media en relación al porcentaje nacional. Además, a pesar de ser un análisis a lo largo del tiempo, la información se obtiene realmente en momentos puntuales, que no permiten

determinar el proceso de cambio en los hábitos de consumo (p. 3). Los autores no parecen dar importancia a la influencia que tiene la acción misma de preguntar sobre el consumo de televisión. Aceptan que puede ser la causa de unos consumos "anormalmente altos" en el primer diario (nota n 13, p. 30), pero mantienen los datos y no analizan el efecto que pueden haber producido en los siguientes días. Estos defectos se compensan, en cierto modo, con la completa información sobre la opinión de los encuestados acerca de la televisión en Gran Bretaña y el conocimiento del entorno en el que se produce. De todos modos, no hay que olvidar la falta de representatividad de esta información en todo lo que se lea a continuación. Los ensayos se organizan en tres secciones: distinguen la relación con la televisión según el grupo de edad al que se pertenece, según la localización geográfica y la opinión de los encuestados sobre distintos programas. En el primer ensayo, Petrie analiza la relación de la gente joven con la televisión en la vida diaria y el papel que en ella juega. Parte de una visión favorable de los efectos de este medio sobre el grupo, y conformar, en las conclusiones, el firme conocimiento que tienen los adolescentes de sus preferencias y requerimientos sobre televisión. Se presentan datos de cómo y dónde ven los jóvenes la televisión, qué cadenas, su grado de atención y las opiniones que tienen sobre diversos programas. Estudia brevemente el consumo de vídeo y televisión por satélite, y el efecto de cambios como pasar de vivir en el hogar a residencia universitaria.

Las personas mayores de 60 años son objeto de atención en los dos siguientes trabajos. En el primero, Willis resume la información procedente de los diarios, observando el papel de la televisión en la vida de los ancianos. Para ellos la televisión puede ser una forma de entretenimiento, de consuelo, de perder el tiempo, de saber más del mundo o de vincularse al pasado. Los encuestados muestran en ocasiones su confianza en el medio, aun cuando no se reconocen en la imagen que presenta de ellos. Demostraron determinación a la hora de manejarse en la vida, y del mismo modo, a la hora de elegir qué ver en televisión. Sin embargo, la autora considera que las cadenas de televisión no están atendiendo adecuadamente sus necesidades, posiblemente por la falta de poder económico de este grupo, y por tanto les alienta a mejorar su servicio. En el siguiente estudio, Randall completa la visión del anterior con las opiniones de diez personas (también de más de 60 años) entrevistadas personalmente. Vuelve a analizar la importancia que dan al tiempo y el efecto que esto produce en el intento continuado de controlar los programas que ven. Relaciona el sexo de los encuestados con los hábitos de consumo de televisión y la capacidad de uso de una tecnología como el vídeo. La autora incide de nuevo en la falta de atención a sus necesidades dadas sus limitadas capacidades físicas, a pesar de que ellos mismos reconocen su falta de sentido de pertenencia al grupo de "ancianos". Sobre el sexo o la violencia en los contenidos de los programas, avalan los resultados de otros estudios afirmando que estos no les son gratos. En las conclusiones se admite que este grupo tiene una relación con este medio similar a la de otros grupos sociales: lo consideran como un medio de entretenimiento e información. "El papel de la televisión en sus vidas es suplementario o complementario a otras actividades que ocurren tanto dentro como fuera del hogar" (p. 61). En el estudio de las audiencias regionales, Paterson se centra en la audiencia londinense, estudiando factores como la influencia que tiene la situación de la vivienda en el consumo de este medio. El autor también analiza la televisión de Londres. En su opinión, este medio fracasa al dirigirse a la ciudad. La causa estaría en que no se ha realizado suficiente investigación considerando las diversas situaciones espaciales o de identidad propia existentes dentro de esta ciudad tan cosmopolita. El resultado es que no se cubren adecuadamente las necesidades de sus habitantes. En el

siguiente ensayo, Petrie analiza la audiencia de la televisión de Escocia, y los consumos de sus programas, especialmente, los emitidos en lenguas regionales. El autor concluye que se prefiere la diversidad de programas y puntos de vista, sin limitarse únicamente a lo "escocés". Los encuestados prefieren variedad para elegir. El mismo autor analiza en el sexto informe las opiniones de los encuestados sobre las telenovelas australianas y británicas, la serie policiaca "The Bill" y el drama popular "Making Out", que en esa fecha trató el tema de las mujeres trabajadoras de la zona norte de Gran Bretaña. Como telenovelas australianas, los encuestados eligieron comentar "Neighbours", "Home and Away", "A country Practice" o "Prisoner Cell Block H", y de las británicas seleccionaron "EastEnders" o "Emmerdale". En las conclusiones se destacan las evaluaciones positivas y negativas dadas a "The Bill" y "Making Out", mientras que ante las telenovelas se mostraban indiferentes o negativos. Sin embargo, el autor señala las necesidades que satisface cada programa, demostrando la importancia de mantener esta diversidad. En el último ensayo, Owen analiza los contenidos de sexo, sexualidad y el lenguaje fuerte en los dramas televisivos. Concretamente se centra en el programa "The Camomile Lawn" del que incluye algunos diálogos. La emisión del programa en Channel 4 en marzo de 1992 motivó que numerosos participantes en el estudio opinasen sobre él en el diario de esa fecha. La autora presenta aquí los comentarios, generalmente negativos, de estos espectadores. En sus conclusiones afirma que existe un importante distanciamiento entre las intenciones de los emisores de la audiencia. Sin embargo, explica del programa y los valores y creencias que el éxito en términos de audiencia del programa puede deberse a que el sentido dado al contenido se produce en un proceso activo, de múltiples facetas que puede ser, algunas veces, contradictorio. De ese modo, mucha gente continúa viendo el programa, a pesar de criticar ciertos aspectos, obteniendo en ello diferentes grados de diversión. Los dos últimos trabajos sobre programas pueden ser interesantes para valorar sus contenidos y conocer la opinión de la audiencia. Sin embargo, no responden al objetivo de estudiar los consumos de televisión enmarcados dentro de la rutina diaria, y menos aún, en el contexto del hogar. De hecho, el título del libro lleva a engaño, puesto que el hogar sólo aparece en apartados sueltos de los 5 primeros ensayos, y sólo en el primero se le otorga la relevancia que parece debiera tener. En cierto modo, parece que los autores se han dejado llevar por los datos obtenidos del "Audience Tracking Study", en lugar de seguir el objetivo marcado inicialmente. Por otra parte, muchos de los ensayos se basan en las opiniones de los encuestados, incluyéndose algunas de éstas en el texto del libro. La falta de representatividad obliga a ello, pero provoca un ligero desconcierto al no conocer la proporción de audiencia que realmente está de acuerdo con tales afirmaciones. Habrá que esperar ahora los resultados de los siguientes estudios para comprobar si al final se llega a cumplir el propósito de todo el proyecto. El problema está en que no se solucionarán las debilidades metodológicas ya señaladas.

I. PORTILLA

**Idoia PORTILLA**

[iportilla@unav.es](mailto:iportilla@unav.es)

[arriba](#)