

TEORÍA Y TÉCNICA DE LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA

TEMA 3: PÚBLICO Y AUDIENCIA Parte 3: Televisión y cultura

- **M. Hadas (*Climates of Criticism*, 1962):** *En literatura (...) hay un clima crítico tangible, guiado y articulado por los críticos profesionales (...) pero formado por todos aquellos que se toman los libros en serio y escriben y hablan sobre ellos. El clima crítico, a su vez, determina qué libros se hacen disponibles; no hay escritor que desee ser escuchado y no hay editor en su sano juicio que lo ignore. Un clima crítico similar debe crearse para la televisión; todos los que se toman la educación en serio en su sentido más amplio – y no sólo los así llamado críticos – deberían hablar y escribir sobre televisión como hacen con los libros.*

- **H. Newcomb y P. Hirsch (*TV as a Cultural Forum*, 1983):** *Las culturas contemporáneas se examinan a sí mismas a través de sus artes, al igual que las sociedades tradicionales lo hacen a través de la experiencia del ritual. (...) Contribuyendo a este proceso, particularmente en la sociedad norteamericana, donde su rol es central, la televisión cumple lo que Fiske y Hartley se refieren como la "función bárdica" de las sociedades contemporáneas. En su rol como medio cultural central presenta una multiplicidad de significados en lugar de un monolítico punto de vista dominante. Habitualmente se centra, en nuestras preocupaciones más comunes, nuestros dilemas más profundos. (..) El énfasis es el proceso en lugar del producto, en la discusión en lugar de la adoctrinación, en la contradicción y la confusión en lugar de la coherencia. Es con esta visión con la que nos dirigimos a un análisis de textos televisivos que demuestran o apoyan la concepción de la televisión como un foro cultural.*

- **Métodos para articular la legitimación crítica.** Por el propio medio: adopción de profesionales, temáticas, materiales narrativos, métodos de explotación y promoción de industrias culturales más legitimadas. En la academia: cursos especializados, tesis doctorales. En la prensa popular: críticos especializados, secciones con aparición regular. En la industria: premios, festivales especializados. En la cultura popular: representaciones positivas de la televisión, adaptaciones de un medio a otro (edición de guiones y libros de *companion*, adaptaciones cinematográficas).

- **Procesos de deslegitimación.** Primeras imágenes sobre la televisión en la dualidad ventana al mundo (private mobilization) vs. observador intruso (*Big Brother*). Representaciones negativas en el cine (*A Face in the Crowd*, 1957). Influencia de la escuela de Frankfurt y el problema de la cultura popular. Prejuicios de las élites intelectuales. Desinterés de la industria en los procesos de legitimación. En el caso español: imágenes negativas en la década de los sesenta (*Los teleadictos*, *El libro gris* de Vázquez Montalbán,), debate político en el seno de los últimos años del franquismo y la transición. En EE.UU., discurso del presidente de la FCC Newton Minow (1961): *la televisión es un vasto basurero*. El discurso de la telebasura. Televisión = desperdicio.

- [Artículo](#).
Telerrealidad, legitimización crítica y debate político.