

SILVERSTONE, Roger

(TKC)

PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

1. Información bibliográfica.

a. Del libro reseñado.

SILVERSTONE, Roger y Eric Hirsh (eds.) *Los efectos de la nueva comunicación. El consumo de la modernidad tecnología en el hogar y en la familia*, Barcelona, BOSCH, 1996, 354 pp.

b. De la edición original

Consuming technologies, London. Routledge, 1992

c. De la primera edición en español. 1996

2. Descriptores conceptuales de contenido.

a. Epistemología: Hermenéutica.

b. Fuentes históricas: sociología crítica cultural.

c. Comunicología: Difusión.

d. Macro-objeto. Medios de difusión

e. Objeto específico: Recepción

SEGUNDA PARTE: CONTENIDO

3. Ubicación campal de la obra

a. Clasificación campal. Dentro / Dentro

b. Época. Los noventa. Desarrollo del espacio conceptual

c. Región: Europa

4. Contenido de la obra

a. Género. Reader

b. Índice de la obra

Prefacio: El espejo de la tecnología

11

La sociabilidad

11

El comportamiento

14

La interacción

17

Agradecimientos

21

Introducción

23

Tecnologías de consumo

23

La tecnología, el consumo y lo doméstico
26
El libro: argumentos y casos
30

PARTE I TEMAS CONCEPTUALES Y TEMÁTICOS

1. Tecnologías de la información y de la comunicación y la economía moral de la familia

39

La economía moral de la casa familiar

41

Elementos del sistema transaccional en el que se expresa la economía moral de la familia

46

Apropiación

46

Objetivación

49

Incorporación

51

Conversión

52

Conclusiones y consecuencias

54

Referencias

55

2. El circuito de la tecnología. Género, identidad y poder

59

Mujeres, tecnología y los usos de la teoría

63

Las mujeres, como protagonistas en las redes tecnológicas

66

Identidad de género y relaciones de la tecnología

69

Las singularidades del poder

73

Agradecimientos

77

Referencias

78

3. El deseo de lo nuevo. Su naturaleza y localización social tal como se presentan e las teorías de la moda y del consumismo moderno

81

Introducción

81

El modelo Veblen-Simmel

82

Lo nuevo, lo innovador y lo original

87

De donde viene lo original

93

Conclusión

99

Referencias

100

PARTE II

LAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN EN EL HOGAR

4. La forma de las cosas que van a ser consumidas

105

Tráelo a casa como sea

108

Esperanza y tenedor

112

¿Un espacio en blanco perfecto y absoluto?

117

¿Demasiado bueno para ser cierto?

122

Agradecimientos

124

Referencias

125

5. Explicaciones sobre el consumo de tecnologías de la comunicación y la información. El ejemplo del ordenador doméstico

127

Investigación sobre los microordenadores

128

Consumo doméstico

130

La amplia aplicabilidad de los estudios sobre el consumo

131

El consumo fuera de la familia	133
Muchachos y ordenadores domésticos	134
<i>El desarrollo del habla sobre el ordenador</i>	134
<i>La naturaleza del habla sobre el ordenador</i>	135
<i>Actividades relacionadas con el ordenador</i>	137
<i>Las chicas y los ordenadores domésticos</i>	139
<i>Historia del consumo de juegos</i>	140
La interfase con los estudios familiares	142
Conclusión	143
Referencias	144

6. Ordenadores personales, género y un modelo institucional par el ámbito doméstico 147

Un modelo institucional del ámbito familiar	149
El proceso de difusión entre familias y fuera de las instituciones	153
<i>Los ordenadores personales como bienes de equipo</i>	153
<i>Experiencia previa con ordenadores</i>	154
<i>Adopción de un papel educacional</i>	155
<i>Los ordenadores personales y la cultura empresarial</i>	157
<i>Los ordenadores personales y la economía social</i>	159
Difusión en el seno del ámbito familiar	160
Conclusiones	166
Referencias	167

7. El significado de las tecnologías domésticas. Un análisis del constructo personal de las relaciones familiares respecto del género

La familia, el género y las tecnologías domésticas	169
Significados simbólicos y objetos de todos	170
Un enfoque de constructo personal	172
La metodología de investigación	173
El género determina la forma de hablar sobre las tecnologías	175
Necesidad	175
Control	176
Funcionalidad	177
Socializad / privacidad	180
Significados públicos y privados de cosas	182
Dinámica familiar: cohesión y separación	186
Dinámicas familiares y el papel de las tecnologías domésticas	189
Referencias	190

8. Las guerras de la sala estar. Nuevas tecnologías, índices de audiencias y tácticas en el consumo de la televisión

	193
El problema de la audiencia	193
Tecnología y medición	199
Conclusión	207
Referencias	209

9. La contextualización del ordenador doméstico: Recursos y prácticas

	213
Recursos materiales: desde la difusión al acceso diferenciado	215
Recursos sociales: redes y desconexiones	215
Recursos discursivos: los múltiples significados del microordenador doméstico	221

Microordenadores y economías morales	
229	
Conclusión	
230	
Referencias	
213	

PARTE III APROPIACIONES

10. THE YOUNG AND THE RESTLESS (Los Jóvenes y los inquietos) en Trinidad. Un ejemplo de lo local y lo global en el consumo de masas

237

Introducción. ¿Una antropología del culebrón?	
237	
La teorización de lo doméstico	
240	
The young and the restless	
242	
La bacanal	
247	
La televisión en Trinidad	
254	
La transformación de lo doméstico	
256	
Conclusión: lo local y lo global	
258	
Agradecimientos	
261	
Referencias	
261	

11. La amih y el teléfono. Resistencias y construcción

263

Referencias	
276	

12. Regímenes de cierre. La representación del proceso cultural en el consumo doméstico

279

El consumo doméstico como problema en la cultura contemporánea	
279	
Opciones del hogar y la conceptualización del consumo	
282	
Cierre y competencia cultural en la creación doméstica	
287	

Referencias
292

13. El largo y corto plazo del consumo doméstico. Un estudio etnográfico
297

Introducción
297
El texto que nos da la investigación sobre los antecedentes
300
Estudio de caso
303
Conclusión
314
Agradecimiento
317
Referencias
317

Epilogo: tecnologías revolucionarias y revoluciones tecnológicas
319

El problema
319
Una ilustración
321
Consecuencias
323
Una propuesta
325
Posdata
327

Índice de Autores
343

Índice de conceptos
349

Notas
349

c. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice.
El libro es una colección de ensayos y trabajos del autor, todos versados sobre el consumo de las nuevas tecnologías. En él encontramos los temas tradicionales para el estudio de audiencias mediáticas, y además una extensión al estudio de los procesos culturales de consumo doméstico que incluyen los aparatos electrodomésticos. Un tema recurrente en el libro es el punto en que las tecnologías adquieren una determina significación social, la manera como

los dispositivos exagera, reflejan o crean relaciones de poder entre los usuarios de una comunidad. La tecnología no existe de forma aislada, siempre se activa en la relación social que genera, de modo que estudiarla es hacerlo de las condiciones que posibilitan su existencia en un entorno.

d. Sugerencia: ¿cuál es la parte más importante?

Con base a la idea que se trata de ver cómo en torno a las tecnologías se configuran un determinado tipo de relaciones sociales nos parece que la TERCERA Parte del trabajo sintetiza aspectos expuestos en las dos precedentes. En ella podemos hallar algunas determinaciones metodológicas que consideramos ampliamente importantes para dar consistencia a cualquier proyecto académico.

TERCERA PARTE: COMENTARIO

5. Importancia teórica-conceptual del libro. Aportaciones de la obra a los estudios sobre comunicación y a la comunicología.

Una de las importancias para la comunicología es que este texto extiende muchas de las afirmaciones prototípicas del estudio de audiencias, por tanto ofrece más elementos para las formas de recepción y apropiación de la difusión en un sentido más extenso y no circunscrito únicamente a las tecnologías de comunicación social. El libro ofrece nuevas posibilidades para el estudio de las tecnologías en tanto dispositivos de interacción y comunicación.

6. Importancia social (fama, presencia en el campo).

El libro es conocido en el campo y bibliografía obligada en el estudio de las tecnologías y su apropiación; en los cursos de licenciatura, su inmersión no nos parece suficiente, si tomamos en cuenta la importancia de sus aportaciones al campo de la comunicología, como un libro no restrictivo de comunicación colectiva.

7. Ubicación del libro dentro de la obra del autor.

Silverstone es profesor de estudios sobre medios en la Universidad de Sussex; ha sido director del centro para la investigación de innovaciones, cultura y tecnología de la Universidad Brunel; ha escrito numerosos artículos sobre medios, información, tecnología, comunicación y museos. Entre sus libros se encuentran *The message of Television* (1981) y *Framing Science* (1985). Hirsch por su parte es profesor de antropología social en la Universidad de Brunel, fue becario del Centro que dirige Silverstone. Ha realizado trabajos de campo en Papua Nueva Guinea.