

Metodología, métodos, técnicas

CIRCUITOS DE CULTURA CIRCUITOS DE COMUNICACIÓN: un protocolo analítico de la integración, la producción y la recepción

Ana Carolina D. Escosteguy

Resumen

El objetivo de este artículo es presentar un protocolo teórico-metodológico que reivindica una visión global y compleja del proceso comunicativo, basada en la idea de la integración del espacio de la producción y de la recepción. Identifico tal proposición en la matriz británica de los estudios culturales en Stuart Hall ([1973-1980] 2003) y en Richard Johnson ([1986-87] 1999), así como en la latinoamericana, en Martín-Babero (2003). En la propuesta presentada reside una tentativa de producir nuevas formas de conocimiento que está desvinculado de los límites de las áreas especializadas y dominantes en el campo de la comunicación.

Palabras clave: Protocolo teórico-metodológico, Producción, Recepción

Abstract

Circuits of culture/Circuits of Communication: an Analytic Protocol for the Integration of Production and Reception

The objective of this article is to present a theoretical-methodological protocol that proposes a global and complex view of the communicative process, based in the idea of the integration of the space of production with that of reception. I identify this approach in the British origin of Cultural Studies in Stuart Hall ([1973-1980] 2003) and in Richard Johnson ([1986-87] 1999), as well as, in the Latin American, in Martín-Babero (2003). In the approach presented it can be found an attempt to produce new forms of knowledge that are released from the limits of the specialized areas that are dominant in the field of communications.

Keywords: Theoretical-Methodological Protocol, Production, Reception

Ana Carolina D. Escosteguy. Brasileña. Profesora del Posgrado en Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica de Río Grande del Sur e investigadora del Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico de Brasil; carolad@puers.br

Metodología, métodos, técnicas

**CIRCUITOS DE
CULTURA
CIRCUITOS DE
COMUNICACIÓN:
un protocolo analítico
de la integración,
la producción y
la recepción¹**

Ana Carolina D. Escosteguy

La propuesta

Una mirada retrospectiva sobre la historia de la investigación en comunicación, por lo menos aquella que fue incorporada a lo que hoy se llama de campo académico de la comunicación, ha revelado, por un lado, una concentración en un determinado entendimiento de la comunicación como un fenómeno o un evento centrado en las propias tecnologías de comunicación y, por otro, una segmentación del proceso comunicativo, desarrollando el estudio de tal problemática a través de recortes tan específicos que, a lo largo del tiempo, se transformaron en áreas bastante especializadas. En consecuencia, la investigación en comunicación ha privilegiado como objeto de estudio a los propios medios como instituciones, donde se destacan sus vinculaciones políticas y económicas, las formas simbólicas producidas y difundidas por esas tecnologías de comunicación; es decir, los sentidos puestos en circulación por los textos mediáticos, y, en menor

1. Artículo publicado originalmente en portugués en la revista *Comunicação, Mídia e Consumo*, vol. 4, n 11, noviembre de 2007.

proporción, las audiencias, comprendidos en ese ámbito los usos sociales de los medios, sus efectos y sus influencias. Se desprende de ahí un enfoque fragmentado y esquemático del proceso comunicativo y, a su vez, una comprensión limitada y reduccionista de la comunicación, independiente del sesgo teórico que se asuma.

Posicionada en ese escenario, pero a partir de este momento asociada solamente a una matriz de investigación social crítica,² presento un protocolo analítico que da cuenta de la integración de los distintos elementos –productores, textos y receptores– así como momentos –producción, circulación y recepción/consumo– que configuran la totalidad del proceso comunicativo. Identifico la presencia de una propuesta de ese tipo en la matriz británica de los estudios culturales en Stuart Hall ([1973-1980] 2003) y en Richard Johnson ([1986-87] 1999), bien como, en la latinoamericana, en Martín-Barbero ([1998] 2003).³ No menos importante para la constitución de ese protocolo, en el actual contexto de acelerada expansión tecnológica, es la atención a la especificidad de las tecnologías de la comunicación, pues éstas engendran procesos diferenciados de producción de sentidos. Esta singularidad es asumida como premisa tanto en la propuesta de Hall (2003) como en la de Martín-Barbero (2003).⁴

Antes de explorar con más detalle las proposiciones citadas, reivindico que, aunque ese abordaje integrado de la producción y del consumo pueda no ser exclusivo de los estudios culturales, los esfuerzos en ese sentido

2. Sobre la concepción de teoría social crítica, sigo la orientación de AGGER, Ben. *Critical Social Theories: an Introduction*. Oxford, Westview, 1998, complementada por Rüdiger (2002).

3. Todavía en el ámbito de la matriz británica señalo la existencia de la propuesta de du Gay *et al.* (*Doing Cultural Studies – The Story of the Sony Walkman*, Londres: Sage, 1997), pero que acá no será considerada, debido a la inexistencia de espacio. Deacon (2003) identifica en Kellner (*Media Culture - Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*. London/New York: Routledge, 1995. (Trad. bras.: *A cultura da mídia - Estudos culturais, identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: EDUSC, 2001.) otra posibilidad de integración entre producción y recepción, pero, en trabajo anterior (Escosteguy, 2006) evalué que su programa de investigación es mucho más un análisis cultural centrado en el texto y contexto, a pesar de su insistencia en reivindicar un estudio que abarque la producción, la circulación y el consumo, pues generalmente sus trabajos no dan cuenta de ese último.

4. Inicialmente, ese autor presenta su “mapa nocturno” en *De los medios a las mediaciones – Comunicación, cultura y hegemonía*, publicado en 1987, por la editorial Gustavo Gili, Barcelona. Después de varias revisiones, presentadas en diversos textos, circula una edición de ese mismo libro, publicada en 2003, en Brasil, que reproduce el prefacio a la 5ª edición castellana, escrito originalmente en 1998, en la que se encuentra el mapa metodológico que considero más completo en la reflexión de ese autor, hasta el momento. Después de eso, existe la que retoma algunos aspectos de esa propuesta en Martín-Barbero (2002). Indico en las comillas el año en que los respectivos protocolos entraron en circulación; a partir de aquí sigo las referencias de su publicación en portugués.

se acentuaron a partir del debate generado por esa tradición. En especial después del desarrollo de una vertiente más contextualista de los estudios de recepción que disminuye el interés en relación al contenido propiamente dicho de los textos mediáticos, concentrando su atención más en lo cotidiano de un grupo donde se observa, entre tantas otras actividades, también, el uso de los medios.

Conocida como el “viraje etnográfico” de los estudios culturales, esa vertiente de investigación estudia, de manera preferente, el papel de los medios en la vida cotidiana, dejando al margen el impacto o el sentido de la vida cotidiana en la recepción de un determinado texto mediático. A pesar de la riqueza de las evidencias de ese tipo de investigación que contempla la dimensión simbólica de la vida social, una ola crítica, y hasta de auto-reflexión por parte de los propios investigadores que hacen en esos estudios, generó un debate sobre el lugar de la propia investigación de los medios en ese panorama. A partir de ahí se identificó una tentativa de traer a los *media* de vuelta a los estudios de los *media* (Alassutari, 1999).

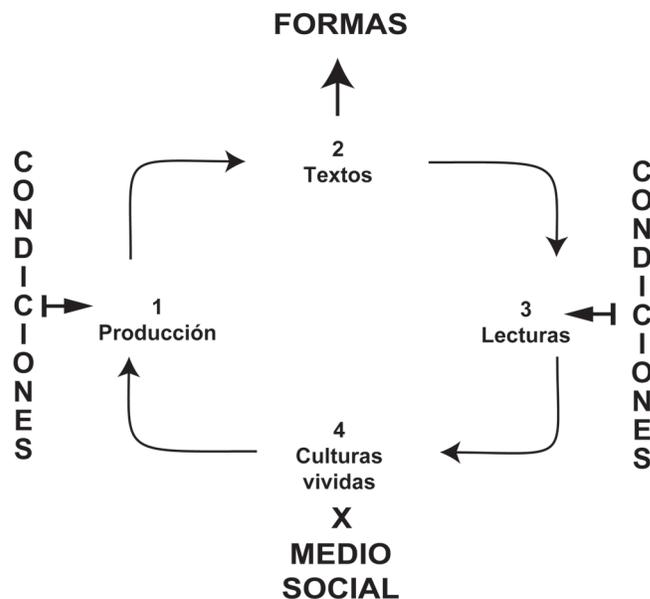
Concomitante a esa reordenación en el linaje de los estudios de recepción, se observa que acercamientos hasta entonces consolidados en el campo del conocimiento científico de la comunicación, tales como la economía política, la investigación del espacio de la producción y, en menor medida, los análisis textuales, discursivos o de otra naturaleza, pero que abordan formalmente de los sentidos puestos en circulación por los productos mediáticos, no pueden ya dejar de considerar la existencia de prácticas interpretativas de las audiencias ni tampoco inferirlas apenas mediante procedimientos textuales. Es más: el presupuesto de la relación directa entre producción-recepción y texto-recepción, en los que el primer elemento determina al segundo, es actualmente insostenible. Esto propicia que haya espacio para colocar en jaque a la pertinencia del estudio separado de cada una de las partes del proceso comunicativo, así como de su desvinculación de las complejidades sociales –estructuras y prácticas– que lo constituyen o que, originalmente, se refiere a él.

Es necesario resaltar que el protocolo teórico-metodológico propuesto por Hall (2003) y tomado como baluarte de la investigación de la recepción, está fundado en la idea de comunicación como estructura sustentada por una articulación entre momentos distintos –producción, circulación, distribución, consumo– en que cada uno tiene condiciones propias de existencia. Como ellos están articulados entre sí, deben registrarse y ser analizados uno en relación con el otro, siendo que cada momento es necesario para el todo, aunque ninguno anticipa al próximo. Así, fue una equivocación tomarlo como referencia de una comprensión del proceso comunicativo definido por la recepción.

De los protocolos a la investigación

Me concentro, en primer lugar, en el circuito de la cultura de Johnson (Figura 1) porque éste, además de configurarse como una guía para orientar al abordaje de los objetos-problema en los estudios culturales, indica las limitaciones de las posiciones aislacionistas vigentes. De esa forma, la propuesta de Johnson (1999) se presenta como una estructura general donde una vez señalados los reduccionismos imperantes que, por lo general, están asociados al desarrollo de las divisiones académicas, contempla la inclusión de otras facetas para configurar una mirada relacional y más completa del todo. Para Johnson (1999, p. 19), los objetos de la cultura no pueden ser aprendidos por una única disciplina, pero tampoco se trata “de agregar nuevos elementos a los abordajes existentes (un poco de Sociología aquí, un tanto de Lingüística allá), sino de retomar los elementos de los distintos acercamientos en sus relaciones mutuas”. Éste, a su vez, es su entendimiento de una práctica interdisciplinar.

Figura 1
Circuitos de capital / Circuitos de Cultura



Fuente: Elaborado a partir de Johnson (1999), p. 35.

Sintéticamente, el diagrama demuestra que en la *producción* reside la preocupación con la organización de las formas culturales.⁵ En este caso, se trata de la organización política de la cultura, esto es, de sus instituciones. Se observan dos limitaciones recurrentes de ese posicionamiento: una atención a la forma-mercadería y a la inferencia de los usos sociales a partir de las condiciones de producción. Se trata de la forma clásica de economía-política de la comunicación.⁶ Se sugiere, por lo tanto, incluir aspectos subjetivos de la producción: por ejemplo, a través de la investigación de las rutinas de producción y, en especial, dar cuenta del reservorio de elementos culturales existentes en el medio social que norma la producción cultural, esto es, de la relación entre *culturas vividas* y *producción*.

Situados en el *texto*, se observa un tratamiento de las formas simbólicas de forma abstracta, pues la atención reside en los mecanismos por los cuales los significados son producidos. Por lo tanto, existe una tendencia a la formalización, a la desaparición de los aspectos más concretos de la producción de esos mismos textos, descuidando todavía la organización de la institución de donde se origina tal forma. Aquí, se identifica a los análisis de carácter textual, discursivo y otros que se concentran solamente en el producto mediático.

En la secuencia, posicionados en la *lectura*, estamos atentos a las prácticas sociales de recepción, entendidas como un espacio de producción de sentido. No obstante, el riesgo es asumir la autonomía de la *lectura* en oposición a la autoridad del *texto*, suprimiendo todavía el momento de la producción de lo que se está consumiendo. Con todo, el autor reivindica que es fundamental retener las narrativas de sujetos situados en determinados contextos, a pesar del riesgo de tomarlos a través de sus propias hablas, sin la debida problematización.⁷

5. En este artículo, no menciono las relaciones entre representaciones públicas/vidas privadas, abstracto/ universal y concreto/particular del circuito, sino que éstas están implícitas cuando abordo las relaciones entre *texto* y *culturas vividas*.

6. Para Rüdiger (2002, p. 60), en el marco de la crítica a la economía política marxista se configuró un “análisis de los medios como negocio y industria. Las comunicaciones [defienden los investigadores de esa aportación teórica], poseen mucha fuerza, pero ésta no puede ser entendida en términos de impacto. La investigación empírica sobre los efectos así como sobre los usos es inadecuada en sentido teórico y metodológico. El fenómeno en foco constituye antes de más nada un negocio, y, por lo tanto, es a partir del análisis de la manera como éste se estructura y funciona en cuanto empresa que produce y negocia con el conocimiento, información y entretenimiento, bienes cada vez más valorizados en nuestra sociedad que podremos entenderlos”.

7. En otro lugar (Escosteguy, 2003) analicé la trayectoria de los estudios de recepción asociados a los estudios culturales, sus logros y pérdidas, identificando el problema mencionado por Johnson (1999).

En la composición del circuito de la cultura, Johnson (1999) apunta, incluso, a la existencia de las *culturas vividas* o del medio social donde están en circulación elementos culturales activos que norman tanto al espacio de la producción como al de las lecturas. El problema que surge cuando el investigador se instala en ese espacio, es que se torna condescendiente con la cultura estudiada, enfatizando su creatividad. De ahí la necesidad de observar la conexión entre las prácticas de grupos sociales y los textos que están en circulación, mediante un análisis socio-histórico de elementos culturales que estén activos en medios sociales particulares.

La disertación de maestría de Márcia Rejane P. Messa (2006) ejemplifica la aplicación de ese protocolo a través del estudio de la producción a la recepción de la serie *Sex and the City (STC)*, revelando que, a pesar de los límites de la investigación en ese nivel, es posible enfrentar el reto. Para dar cuenta de la *producción*, la autora se valió de una revisión bibliográfica en sitios *web*, revistas, libros autorizados o no por HBO, la productora del programa, y por periódicos de la época. En la composición de este espacio prevaleció en el estudio la voz de los propios creadores y protagonistas, recuperados a través de materiales diversos. Pero esa opción reveló que puede ser apropiado cuestionar la “visión oficial”, pues ésta muchas veces persigue intereses meramente comerciales. Una alternativa para complementarla sería prestar más atención a la organización político-económica de la institución mediática que produce el texto en estudio, así como en las representaciones de tal programa en los medios de comunicación. Este último procedimiento contribuiría, sobre todo, a dar cuenta del espacio de las *culturas vividas* y su relación con el ámbito de la *producción*.

En lo que menciona respecto al *texto*, se eligieron ocho episodios del programa a partir de tres ejes considerados recurrentes en la narrativa: sexo, comportamiento y consumo. A pesar de la yuxtaposición entre ellos, el análisis textual, concentrado en el argumento de la serie, concluyó que:

STC da poderes a la mujer a partir del momento en que expone en la pantalla opciones que desestabilizan las representaciones que están en el consenso cultural, pero la aprisiona cuando legitima estas mismas representaciones al aproximarse el final del programa. (...). Esta legitimación puede observarse, principalmente, en el último capítulo de la serie (...) cuando las cuatro personajes tienen su “final feliz”, en los modelos de los romances folletinescos (Messa, 2006, p. 86).

En lo referente a este momento del circuito todavía, el género televisivo de la serie (*sitcom*) se problematizó en el sentido de preservar las singularidades del medio en cuestión en la investigación: la televisión: el análisis recién citado privilegiaba sólo el ámbito del contenido semántico.

Para dar cuenta de la recepción, después de detallar los procedimientos para constituir una muestra intencional, se entrevistaron en profundidad a 17 mujeres, entre 23 y 53 años. Después de una larga exposición de las evidencias recolectadas, la autora concluyó que las informantes, a pesar de la duda de la protagonista, Carrie Bradshaw (Messa, 2006, p. 4), expresa en el episodio 1 de la 3ª temporada, sobre el destino de las mujeres solteras:

En aquel día me quede pensando en cuentos de hadas. ¿Será que si el príncipe encantado no hubiese aparecido, Blanca Nieves seguiría durmiendo en un cajón de vidrio para siempre? O ¿será que ella habría despertado, habría tirado la manzana fuera, encontrado un empleo con plan de salud y un bebé en el banco de esperma más próximo? ¿Será que dentro de toda soltera segura de sí y ambiciosa existe una princesa frágil y delicada que sólo espera ser salvada? ¿Charlotte tendría razón: las mujeres sólo quieren ser salvadas?

Responden afirmativamente al cuestionamiento central del programa. En contra parte a los estudios de recepción que, por lo general, destacan “lecturas negociadas”, tal respuesta constituye una “lectura preferencial”; aunque ésta no pueda ser vista en relación directa con la posición expresada por los productores del programa,⁸ sino que está más en sintonía con el medio social vigente (espacio de las *culturas vividas*) y con el propio *texto*. Esto es así porque, en el último capítulo, Samantha, quien despreciaba las relaciones estables, asume su relación con Smith Jerrod, actor cuya carrera ella le había ayudado a forjar; Miranda, una opositora del matrimonio y del enclaustramiento de la mujer en el espacio doméstico, se casa, se muda al suburbio y acepta a su suegra en su hogar; Charlotte, quien soñaba con su príncipe encantado y con todos los ingredientes de una historia perfecta, después de un matrimonio desdichado, asume el segundo con el abogado de su divorcio y, como no puede tener hijos, cría perros mientras aguarda la adopción de un bebe chino; y Carrie, la heroína, termina junto al Sr. Big que, a pesar de ser el motivo de su sufrimiento en las seis temporadas, siempre fue “el gran amor” de su vida.

A pesar de que la autora de la investigación no problematizó el resultado de la forma como indico arriba, explorando otro punto de vista como, por ejemplo, la alianza entre la serie y una vertiente del post-feminismo, considero pertinente y adecuado al objetivo de este artículo como ya lo había dicho al principio, recuperar el modelo de la codificación/decodificación del discurso televisivo (Figura 2) de Hall (2003, p. 387). El objetivo es

8. Al reconstituir apenas el punto de vista y la intención de los productores, Messa (2006) pierde de vista las restricciones del orden institucional. Observación realizada por João Freire Filho (Universidade Federal do Rio de Janeiro), en el jurado de la disertación, el 20 de diciembre de 2006.

destacar su concepción de articulación entre los mensajes, el lugar donde éstos tienen origen, con sus respectivas rutinas de producción, así como el trabajo interpretativo de parte de los receptores, aunque cada una de esas prácticas conserve “su distinción y (...) modalidad específica, sus propias formas y condiciones de existencia”. Ese doble aspecto de conexión y de autonomía relativa es frecuentemente olvidado por la investigación en comunicación. Además de eso, mi propósito también es reforzar su productividad y validez todavía hoy, después de haber pasado más de treinta años desde su publicación.

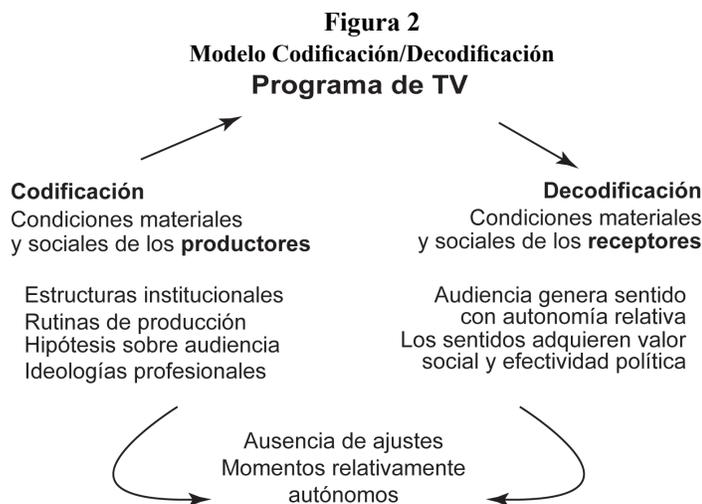
Aunque el modelo proponga una analogía con las estructuras de la producción económica dentro de la sociedad capitalista –producción, circulación, distribución/consumo, reproducción, privilegia la forma-textual del producto mediático, en detrimento de la forma-mercadería. Esto porque está fundado en un aporte semiótico. Asimismo, Hall (2003) cuestiona premisas que tienen su origen en tal soporte. La propuesta del autor trata de preservar la dinámica del proceso, desafiando la idea de una jerarquía entre producción y recepción así como de una correspondencia obligatoria entre ellas, aunque admita que es la producción la que construye el mensaje y que el circuito se inicia ahí. En la estructura de producción cuenta tanto la estructura institucional, como las rutinas de producción, la interferencia de ideologías profesionales e hipótesis sobre la audiencia cuanto al medio social de donde es retirado “asuntos, tratamientos, agendas, eventos, equipos, imágenes da audiencia, ‘definiciones de situación’ de otras fuentes y otras formaciones discursivas” (Hall, 2003, p. 389). Fuerzas que, también, constituyen la audiencia.⁹

Es claro que en el modelo de Hall (2003) la preocupación detallada del modo en que la economía y el Estado configuran la producción cultural es débil; en consecuencia, no aborda la estructuración de los medios por la economía y por el Estado (Stevenson, 1995), pero esto no quiere decir que ese aspecto esté ausente de su campo de interés. De alguna forma, lo que ya dije arriba sobre la necesidad de contemplar a la compleja estructuración mediática y su día a día en la producción, atiende a esa preocupación, al mismo tiempo que confronta al aporte semiótico.¹⁰

Su propuesta habla del modo en que los sentidos se crean en el proceso de producción y recepción de las formas culturales; por lo tanto, no basta analizar las estructuras de producción, sino que las de recepción también deben formar parte de la agenda de investigación.

9. Esa idea también está expresada en el circuito de Johnson (1999) a través de la conexión entre *culturas vividas, producción y lectura*.

10. Tal preocupación es, inclusive, más evidente en Hall (1997) mediante el interés en la discusión de la *regulación* de los productos culturales.



Fuente: Elaborado a partir de Hall (2003), p. 391.

El consumo o la recepción del mensaje de la televisión es, así, también el mismo un 'momento' del proceso de producción en su sentido más amplio (Hall, 2003, p. 390).

En la dirección contraria al paradigma dominante en la época en que circuló el artículo comentado, Hall (*idem*) señala que las prácticas de recepción no pueden ser simplemente vistas en términos de comportamiento, sino que se ordenan por estructuras de comprensión, y se producen por relaciones económicas y sociales. Además de ello, es en el espacio de la recepción que los textos en circulación adquieren valor social o efectividad política.

(...) es en la forma *discursiva* que la circulación del producto se realiza, así como su distribución para diferentes audiencias. Una vez concluido, el discurso debe entonces ser traducido –transformado de nuevo– en prácticas sociales, para que el circuito al mismo tiempo se complete y produzca efectos. Si ningún "sentido" se aprende, no puede haber "consumo". Si el sentido no se articula en la práctica, no tiene efecto (Hall, 2003, p. 388).

Al mismo tiempo que reivindica que el sentido de los textos mediáticos no está determinado por el emisor y que el mensaje no es transparente, siendo potencialmente transformable en más de una configuración, Hall (2003, p. 396) alerta que tal polisemia es siempre estructurada:

Toda sociedad o cultura tiende (...) a imponer sus clasificaciones del mundo social, cultural y político. Esas clasificaciones constituyen un *orden social dominante*, a pesar de no ser ésta ni unívoca ni incontestable.

Asociada a esa idea, señala la existencia de sentidos dominantes o preferenciales que, aunque no sean sistemas cerrados ni fijos, dan flujo a lecturas preferenciales, una de las posibles posiciones-tipo de decodificación, indicada por él. Así, la introducción de tal posicionamiento modera la idea de que la sociedad es un campo abierto de discursos y que todas las lecturas tienen el mismo valor analítico.

Esas premisas revelan que el autor no se adhiere a una posición determinista, pero tampoco excluye la presencia de una fuerza dominante. En ese contexto, dice: “deseo apostar a una noción de poder y de estructuración en el momento de codificación que todavía no apague todos los otros posibles sentidos” (Hall, 2003, p. 366). Así, las audiencias se mueven entre la posición preferencial o hegemónica-dominante; la posición negociada y la posición de oposición.¹¹

Por esta razón, concomitante al posicionamiento preferencial de las mujeres en relación al tema de la soltería y a pesar de que todas hayan entendido¹² el final de la serie como un *happy-end*, el grupo se dividió en cuanto a su evaluación. Una parte entendió que el final estaba de acuerdo con la propuesta del programa, la otra no.

Las primeras destacaron que un programa de ese tipo –“seriado”, “de entretenimiento”– es *natural* que presente “esperanza”, como dijeron Cátia y Ana Maria (Messa, 2006, p. 113). La reflexión de Hall (2003, p. 400) destaca la existencia de posiciones producidas por el código profesional dentro de la posición hegemónica-dominante:

el código profesional es “relativamente independiente” del código dominante, pues aplica criterios y operaciones de transformación propios, especialmente aquellos de naturaleza técnica y práctica. El código profesional, no obstante, opera *dentro* de la “hegemonía” del código dominante. En realidad, sirve para reproducir las definiciones dominantes precisamente porque coloca entre paréntesis su carácter hegemónico y opera con códigos profesionales dislocados, que destacan cuestiones aparentemente técnicas y neutras.

11. Esta posición resiste al orden social dominante y es considerada por Hall (2003, p. 402) como “uno de los momentos políticos más significativos”, pues ella instaura la inestabilidad en la hegemonía y puede conducir a la intervención, generando cambios. Ver Rojek (2003).

12. Otro aspecto a ser explorado es el anotado por Deacon *et al.* (1999) sobre la distinción entre entendimiento o comprensión del texto y las evaluaciones sobre las cuestiones y preocupaciones presentadas en el mismo, es decir, lo que la audiencia hace con los mensajes mediáticos – los usos de un texto. En el caso de la investigación que comento, el énfasis reside en ese último procedimiento.

Así, ese grupo de mujeres naturalizó un sentido como recurrente del tipo de programa, reiterando una posición hegemónica-dominante, sin percibir su adhesión a una determinada ideología conservadora sobre las relaciones y lo que éstas representan en el alcance de la felicidad. Para Hall (2003, p. 401): “la reproducción ideológica (...) sucede aquí inadvertidamente (...)”, aunque “conflictos, contradicciones y hasta malentendidos aparezcan regularmente entre las significaciones profesionales y dominantes”. Por lo tanto, están abiertos a cuestionamiento.

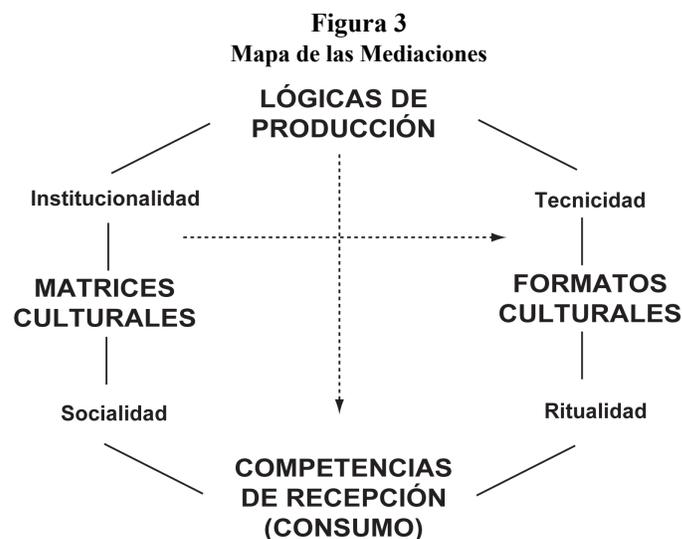
Las otras informantes de la investigación demostraron su frustración con el lugar común presentado en el final de la serie, construyendo una posición de decodificación negociada. Ésta “contiene una mezcla de elementos de adaptación y de oposición: [que] reconoce la legitimidad de las definiciones hegemónicas para producir las grandes significaciones (abstractas)”, por eso, esas mujeres asumieron una lectura dominante en lo que dice respecto a la soltería, “al paso que, en un nivel más restricto, situacional (localizado), hace sus propias reglas –funciona con las excepciones a la regla” (Hall, 2003, p. 401), y una lectura negociada en relación al final de la serie. Dentro de esa lógica más específica que indica que la audiencia opera según las circunstancias particulares de la vida, es crucial la información de la autora de la investigación: entre las mujeres que no aceptaron el final del programa, algunas habían asumido haber tenido experiencias previas y malavenidas de matrimonio (Messa, 2003, p. 114).

Regresando a la propuesta de Johnson (1999), a su protocolo analítico del estudio recién comentado, reitero que éste consiste en pensar en cada uno de los momentos que componen el circuito de la cultura a la luz de los otros, para no perder de vista los procesos.

Se sigue que si estamos colocados en un punto del circuito, no vemos, necesariamente, lo que está aconteciendo en los demás. (...) Además de eso, los procesos desaparecen en los productos (Johnson, 1999, p. 33).

Ésa es la cuestión fundamental: detenerse en las *relaciones* entre producción y recepción/consumo. Lo que, también norma el modelo de Hall (2003), aunque en éste esté acentuada un abordaje más textual. Propongo seguir la propuesta de Martín-Barbero (Figura 3) que también conserva la idea de pensar las relaciones y la dinámica del proceso comunicativo. En la vasta producción del autor, me concentro en la exposición del mapa de las mediaciones, conforme a lo presentado en el prefacio a la 5ª edición castellana, por considerarlo el más completo hasta el momento.¹³

13. Para una visión panorámica de las revisiones formuladas por Martín-Barbero, véase Escosteguy y Jacks (2005). En ese mismo lugar se indica que concebir a la propuesta barberiana como una teoría de la recepción, es una equivocación.



Fuente: Elaborado a partir de Martín-Barbero (2003), p. 16.

Tomando como punto de partida la amplia circulación y el vasto reconocimiento de la propuesta barberiana entre nosotros, esto es, en el campo académico brasileño de la comunicación, considero necesario reconstituir las premisas fundadoras de tal propuesta.¹⁴ Por eso, restrinjo mi mirada al propio protocolo y a su utilización por Felippi (2006) en el estudio del proceso de construcción de la identidad cultural “gaucha”¹⁵ a través del periodismo de *Zero Hora*,¹⁶ destacando más sus procedimientos metodológicos, en vez de sus resultados.

En primer lugar, indico la existencia en ese protocolo de un eje temporal de larga duración, el diacrónico, que conecta las *matrices culturales* con los *formatos industriales*. Las *matrices culturales* se configuran en un reservorio de elementos culturales vivos que banalizan los *formatos industriales*. Es allá que los medios buscan trazos identitarios que circulan en

14. Para tal efecto véase Escosteguy (2001).

15. Me refiero a todos aquellos que provienen del estado de Río Grande del Sur, Brasil.

16. Reconozco, con todo, como experiencia pionera en nuestro territorio la investigación de Lopes *et al. Vivendo com a telenovela – Mediações, recepção e teleficcionalidade* (São Paulo, Summus, 2002), aunque esa autora no toma como matriz para fundamentar su protocolo teórico-metodológico el prefacio a la 5ª edición castellana.

los *formatos industriales*, para la conformación de la identidad “gaucha”.¹⁷ Mediante investigación bibliográfica, la autora reconstruye el proceso de formación identitaria “gaucha”, sin la pretensión de agotarla, destacando la literatura sur-riograndense y una matriz historiográfica que forjó las representaciones positivas del “gaucho” dominantes hasta hoy. Dentro de ese ámbito indica los lugares –mediación de la *institucionalidad*– en donde tal identidad se institucionalizó; se reconoce, teóricamente, que ése es un proceso en permanente construcción. En la investigación a la que nos referimos, tales espacios, entendidos como mediadores socio-culturales, se identifican en el Movimiento Tradicionalista Gaucho, en el Estado, en la escuela, en la Iglesia y en los propios medios. Así,

...la institucionalidad es entendida como la mediación que afecta a la regulación de los discursos, que da cuenta de las relaciones de poder de los grupos sociales, políticos y económicos y sus tentativas, sucesos y fracasos en la instancia de la *producción* (subrayado mío) de los medios (Fellipi, 2006, p.30).

Vale destacar que la materialidad de esta mediación está profundamente relacionada con la estructura económica y los contenidos ideológicos.

Enseguida se identifica el eje sincrónico, esto es, aquél en donde se da la vinculación entre las racionalidades distintas de la *producción* y de la *recepción*. Aquí se busca observar lo que estructura la producción –*lógicas de producción*, incluyendo los modos en que se reciclan las demandas de los públicos, dejando marcas en el *formato*– vía mediación de la *tecnicidad*. Con ese objetivo la autora reconstituye la configuración del grupo RBS, bien como de la empresa periodística *Zero Hora (ZH)*, mediante levantamiento bibliográfico, observación de las rutinas del periódico y realización de entrevistas con editores y directores del mismo. Dada su experiencia profesional y conocimiento previo de la redacción del periódico, las *lógicas de la producción* fueron cubiertas de modo substancial, consiguiendo reconstituir la estructura y la ideología de la empresa, como también la cultura del día a día del periodismo de *ZH*. En esa etapa se identificó el valor-noticia del “localismo”, considerado por los periodistas entrevistados como uno de los más determinantes en la elección de los asuntos que serán considerados noticia. A través de él, el periódico busca “dar cuenta de los intereses de

17. La autora (2006, pp. 31 y 59) hace una observación importante sobre la relación de los medios y el proceso de construcción identitaria, señalando que tal relación se inicia en los periódicos literarios de Río Grande del Sur del siglo XIX, intensificándose en los años 80, recurrente en un momento histórico específico y de condiciones materiales especialmente referidas a la “expansión de las industrias culturales gauchas, destacando la interiorización de la televisión”, inserción y consolidación del grupo Rede Brasil Sul (RBS) en el territorio gaucho.

su público, los nacidos o habitantes del espacio físico circunscrito en el estado de Río Grande del Sur, haciendo con que los mismos tomen conocimiento de los hechos ocurridos en el estado o relacionados a él, los vean en el periódico, se vean o vean a sus prójimos” (Felippi, p. 91). Aquí ya repercute la resemantización de las demandas de los públicos por parte del periódico: primero, en las *lógicas de producción* y, consecuentemente, en los *formatos*, en los textos periodísticos producidos.

Esa última relación –*lógicas de producción* y *formatos*– se establece mediante la *tecnicidad* que “está ligada a la capacidad que los medios tienen de innovar técnicamente sus formatos, a su competitividad tecnológica o industrial” (Felippi, 2006, p. 31). La investigadora, tanto a través del acompañamiento diario del periódico durante el período de la investigación, en especial como lectora cualificada debido a su formación profesional, como en cuanto observadora de las rutinas, identificó alteraciones en los formatos del producto noticia, recurrentes a la influencia de otros medios (por ejemplo, la televisión e Internet), así como a la de la incorporación de nuevas tecnologías en el quehacer diario del periódico. En relación a los *formatos* propiamente dichos, la investigación incorporó un análisis discursivo de títulos de un conjunto significativo de noticias, reportajes y entrevistas donde todos contienen marcadores relacionados a la identidad “gaucha”. Estos fueron seleccionados a partir de varios criterios.

En el sentido horario del mapa, entre los *formatos* y las *competencias de recepción*, es señalada la presencia de las *rituales* que “constituyen las *gramáticas de la acción* –del mirar, del escuchar, del leer– que regulan la interacción entre los espacios y tiempos de la vida cotidiana y los espacios y tiempos que conforman los medios” (Martín-Barbero, 2003, p. 19). Esta mediación –*ritual*– es una faceta ausente en la presente investigación, pues no se delineó originalmente una estrategia metodológica que contemplase al lector empírico del periódico ni tampoco un seguimiento de las cartas de los lectores, lo que, a diferencia del procedimiento anterior, hubiera podido propiciar el escudriñamiento de ese espacio. De toda forma, Felippi (2006, p. 152) concluyó que:

[el lector] hace apropiaciones de las noticias a partir de su universo cultural, tiene autonomía para tal, pero de alguna forma lo que el periódico trata de hacer creer como lectura preferencial, el énfasis en lo local y en la cultura “gaucha”, es aceptado, al menos en parte, por el receptor de ese discurso. Lo que genera la aceptación de *ZH*, demostrada por el tiraje, por la respuesta del lector a la participación como productor y fuente y la poca ocurrencia de reacciones más contundentes en la sociedad en relación al periódico en los últimos años. Con su proceso volcado para la construcción identitaria y su discurso confirmando esa intencionalidad,

entendemos que el periódico devuelve a lo social un modelo de identidad para sus lectores “gauchos”, revitalizando, reconstruyendo, reformulando y reforzando una identidad que es hegemónica en la región”.

Tomando en cuenta los comentarios anotados anteriormente sobre la investigación de Messa (2006), la posición de decodificación hegemónica-dominante aparece nuevamente en la investigación de Felippi (2006), aunque esta vez sea mucho más un análisis recurrente de la investigación del espacio de la *producción* y del *texto*, amparada también en los datos sobre los tirajes y circulación del periódico. Delante de las evidencias recogidas en el espacio recién delimitado, se puede decir que tal posición de lectura fue producida por el “código profesional”. Así, la vinculación entre el “código profesional” y el “código preferencial o dominante”, destacada por Hall (2003, p. 400), podría ser explorada, en este caso, en el sentido de que ésta anula el auto-imagen de imparcialidad y objetividad cultivada, en especial por los profesionales del periodismo. Señalo aquí además un aspecto de productividad y de actualidad del modelo de Hall.

En la secuencia del mapa de las mediaciones, está la pareja de *competencias de recepción-matrices culturales*, mediada por la *socialidad*, constituida por la trama de las relaciones cotidianas y “lugar de anclaje de la *praxis comunicativa*” (Martín-Barbero, 2003, p. 17). Segundo Felippi (2006, p. 34), lo que pretendió, en esta etapa, fue observar cómo es que esos actores sociales se inscriben en el periódico y cómo interfieren en su producción, a través de informaciones colectadas junto a los profesionales entrevistados y revisión bibliográfica. En palabras de la autora (2006, p.151):

ZH se relaciona con las matrices culturales (...) cuando busca en la vida cotidiana, en los espacios de lo privado y de lo común, materia-prima para la producción, devolviendo al sujeto-lector-“gaucho” *glamour*¹⁸ y reconocimiento público en las páginas del periódico. El lector, a su vez, por el consumo, busca la pertenencia, el ser parte de una comunidad (imaginada), que *ZH* les ofrece por medio de la identidad “gaucha”, sustituyendo la local que fue, en el pasado, de la literatura y de la historiografía.

Se nota tanto en la exposición del mapa cuanto en las citaciones de la investigadora que en la propuesta metodológica de Martín-Barbero están siempre en evidencia las relaciones entre los distintos elementos y los momentos que componen su esqueleto teórico-metodológico.

18. Presupongo que ese *glamour* se debe a los resultados encontrados a través del análisis discursivo de los materiales periodísticos agrupados en la tematización relacionada a las celebridades y al sujeto común y ordinario, indicando que el periódico se direcciona hacia lo efímero, lo frívolo y lo banal.

Del Circuito de Cultura *al Circuito de Comunicación*

Después de la presentación de las tres proposiciones analíticas, no voy a detenerme en sus diferenciaciones, algunas de ellas ya señaladas a lo largo del texto. En primer lugar, de modo muy sintético, indico que la conversión del circuito de cultura en circuito de comunicación, dentro del ámbito de los estudios culturales, puede pensarse en la medida en que ambos destacan el papel crucial de la dimensión simbólica que está en el centro de la vida social. En segundo lugar, quiero destacar esquemáticamente algunas de las ventajas de un protocolo que reivindica una visión global y compleja del proceso comunicativo, sustentada en la idea de la integración del espacio de producción y de recepción. Los tres protocolos comentados permiten analizar las especificidades de cada momento y el elemento involucrado en el circuito como un todo, sin predeterminedar cómo se constituyen esas relaciones; comprender que las relaciones que se establecen entre las partes que configuran la comunicación, no son accesibles a acercamientos definidos de manera estrecha; indicar que los sentidos son producidos en diversos momentos del circuito y, finalmente, preservar la dinámica del proceso comunicativo, integrando un conjunto de dimensiones.

Por último, resalto que, siguiendo orientación semejante, por lo menos en lo que dice respecto a estructuración general de la problemática, las tres proposiciones reivindican una mirada integral de la comunicación. En ese sentido, sostengo que la propuesta teórico-metodológica de los estudios culturales para la comunicación indica la necesidad de situarse en el plano de la investigación que integra el estudio de las instituciones y de su organización; sus producciones y condiciones de producción; los públicos y sus prácticas, en las respectivas relaciones que se establecen entre todos ellos. Se trata de una tentativa de producir nuevas formas de conocimiento, desvinculado de los límites de áreas especializadas y dominantes en el campo de la comunicación. Tal (re)definición del objeto de estudio es una de las marcas de esa tradición, residiendo, ahí, un aspecto de su praxis interdisciplinaria.

Bibliografia

- Alassutari, Pertti (1999). Introduction: "Three Phases of Reception Studies", en: Alassutari, P. (org.) (1999). *Rethinking the Media Audience*. Londres, Sage, pp. 1-21.
- Deacon, David (2003). "Holism, Communion and Conversion: Integrating Media Consumption and Production Research", en: *Media, Culture and Society*, Londres, vol. 25, pp. 209-231.
- Deacon, D., Fenton, N. y Bryman, A (1999). "From Inception to Reception: the Natural History of a News Item", en: *Media, Culture and Society*, Londres, vol. 21, pp. 5-31.
- Escosteguy, Ana Carolina D. (1999). "Estudos Culturais e Recepção", en: *Novos Olhares*, São Paulo, vol. 2, pp. 44-49.
- Escosteguy, Ana Carolina D. (2001). *Cartografias dos estudos culturais*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Escosteguy, Ana Carolina D. (2003). "Anotações para pensar o sujeito nos estudos culturais", en: *Animus*, Santa Maria (RS), vol. II, núm. 1, pp. 69- 79.
- Escosteguy, Ana Carolina D. (2006). "Estudos culturais: as margens de um programa de pesquisa". *E-compós*, edição 6 de agosto.
- Escosteguy, Ana Carolina D. y Jacks, Nilda (2005). *Comunicação e Recepção*. São Paulo: Hacker Editores.
- Felippi, Ângela Cristina Trevisan (2006). *Jornalismo e identidade cultural. Construção da identidade gaúcha em Zero Hora*. Tese de Doutorado, Comunicação Social/PUCRS.
- Hall, Stuart (2003). "Codificação/Decodificação", en: Hall, Stuart. *Da diáspora: Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG., pp. 387-404.
- Hall, Stuart (2003). "Reflexões sobre o modelo de codificação/descodificação: uma entrevista com Stuart Hall", en: Hall, Stuart. *Da diáspora: Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, pp. 353-386.
- Hall, Stuart (1997). "The Centrality of Culture: Notes on the Cultural Revolutions of our Time", en: Thompson, Kenneth (org.), *Media and Cultural Regulation*, London, Sage, pp. 207-238. (Tradução brasileira (1997): A centralidade da cultural: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo, *Revista Educação e Realidade*, Porto Alegre, 22 (2), pp. 15-46, jul/dez.)
- Johnson, Richard (1999). "What is cultural studies anyway?", en: Storey, John (org.), *What is Cultural Studies? A Reader*, London, Arnold, 1996 [1986-87] pp. 75-114. (Tradução brasileira: "O que é, afinal, estudos culturais?", en: Silva, Tomas Tadeu da (org.). *O que é, afinal, estudos culturais?* Belo Horizonte: Autêntica.
- Martín-Barbero, Jesús (2003). "Pistas para entre-ver meios e mediações", Prefácio à 5ª edição castelhana incluída na reimpressão de *Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Martín-Barbero, Jesús (2002). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México: FCE.

- Messa, Márcia Rejane Postiglioni (2006). *As mulheres só querem ser salvas: Sex and the City e o pós-feminismo*. Dissertação de Mestrado, Comunicação Social, PUCRS.
- Rojek, Chris (2003). *Stuart Hall*. Londres, Polity Press.
- Rüdiger, Francisco (2002). *Ciência social crítica e pesquisa em comunicação – Trajetória histórica e elementos de epistemologia*. São Leopoldo: Editora Unisinos.
- Stevenson, Nick (1998). *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Argentina, Amorrortu Editores.

Recibido: 27 de enero de 2008

Aprobado: 4 de abril de 2008