

Un acercamiento a la cultura de la recepción

>Rocío López Martínez*

Uno de los puntos centrales de este acercamiento a los estudios de la recepción, es la oportunidad de impartir por primera vez dentro del currículo flexible de la licenciatura en Comunicación, el programa: *Cultura de la recepción*; que responde a una perspectiva social y cultural: ¿Cómo recibimos los mensajes? En el plano teórico, los estudios de la recepción se han desarrollado notablemente en los últimos 20 años por semiólogos (Umberto Eco), críticos literarios (Stanley Fish), y comunicólogos (Stuart Hall y la escuela de Birmingham) han llegado con distintas miradas ideológicas, a una conclusión que podría resumirse como la asimetría entre producción y recepción.

La asignatura de Cultura de la Recepción se ubica dentro del plan de estudios con créditos electivos y pertenece al campo disciplinar de Comunicación y Sociedad contemporánea, pero también fortalece a los campos disciplinares de Divulgación social y Metodología. Dicha materia, parte del precepto de que

los cambios culturales tienen efecto en la estructura social y que los medios masivos de comunicación están jugando un papel fundamental en estas transformaciones culturales y de identidad; busca promover en los alumnos la divulgación y la humanización de los hombres para que dejen ser objetos del consumo, sobre todo, cuando muchas de las escuelas de comunicación están cargadas de planes de estudio que responden a una lógica y a un modelo de educación que busca crear sujetos para el mercado; por lo tanto se hace necesario que los estudiantes reconozcan estos estudios para que respalden su participación con un grado apropiado de actualización y pertinencia en los debates culturales más importantes de las dos últimas décadas.

Los estudios de Recepción siguen siendo una opción para entender no sólo a los sujetos sociales contemporáneos en las diferentes interacciones que entablan con los medios y tecnologías de información, sino también muchos de los procesos

socioculturales, políticos y económicos mayores de los cuales participan. El curso propone desarrollar el análisis de una serie de problemas claves en el análisis cultural y exhibir una apreciación de los que se aborda hasta ahora, acerca de la recepción, en donde el estudiante adquirirá una mentalidad analítica y crítica ante la realidad dinámica y configuración de los medios masivos, en especial de la televisión, por ser uno de los medios con gran impacto en nuestro contexto social mexicano.

Esta publicación presenta la temática de la teoría de la Recepción televisiva con un enfoque sociológico; es un estado del arte enfocado en investigadores sobre los Estudios de Recepción (ER) en Latinoamérica, donde se exhibe una apreciación de los que se aborda hasta ahora acerca de la recepción televisiva; sin olvidar que el estudio de la recepción es un campo en desarrollo, en integración y sensible a propuestas de diversas disciplinas, la antropología cultural, las semiótica, la sociología, la comunicación misma, etc.

25
Cinzontle

* Profesora investigadora de la DAEA.

**Los ER tuvieron que
germinar en un terreno
minado de ideologías
y tradiciones de
investigación diversas
y hasta encontradas.**

CONCEPTUALIZACIÓN

Entendemos por teoría de la Recepción, al espacio económico, político y social que ocupa la comunicación de masas en la vida de las sociedades modernas, que da origen a una disciplina diferente de las otras disciplinas sociales. Esta diferencia estriba en que debe ser una teoría *unificadora de la comunicación*, teoría que surge en las décadas de los 40 y 50, y que coincide con dos fenómenos: la aparición de la televisión y la teoría matemática de Shannon y Weaver. Por lo cual se habla de una conexión con la teoría de la interpretación y el desarrollo de la concepción del protagonista: el receptor.

DIVERSOS ACERCAMIENTOS...

• La teoría de la Recepción de Hans Robert Jauss, (Dietrich, 1993) tiene como fundamento recuperar la figura del receptor, tradicionalmente desplazado por la gigantesca presencia del autor y la obra. Asimismo procura construir una historia literaria que supere el constante inmanentismo de los estudios literarios, anteponiendo el carácter insoslayable de la historicidad de toda práctica analítica, incluida la figura del crítico, quien desde la estética de la recepción debe tomar conciencia de que habla a partir de un momento histórico dado. La estética de la Recepción enfocada en el libro como medio y en la escritura como lenguaje, ha privile-

giado el contenido de la obra literaria como centro de atención, asumiendo que es factible determinar el sentido de la obra desde fuera del proceso mismo de producción-recepción. Esta corriente, hasta bien avanzados los ochentas asumió la preocupación por explorar la gama de lecturas posibles entre los lectores.

• *Teorías de la Recepción*, alude a una enorme variedad de enunciaciones sobre la relación medios/públicos que involucran un abanico de enfoques epistemológicos y teóricos provenientes de las ciencias sociales todas y que en este momento entran al campo como nuevas referencias. Es así como otra dimensión de lo nuevo lo constituyen estas vertientes para pensar la problemática, que incluyen desde la escuela de Birmingham y Constanza, la filosofía del lenguaje, la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu, la construcción de lo popular de Michael de Certeau, como la reflexión posestructuralista o ciertas corrientes del psicoanálisis. Las nuevas referencias permitirán la construcción de nuevos objetos y problemas, a la vez que implicarán también otros modos de hacer investigación, tal como se señala (Saintou, 1999) autora de *Los estudios de recepción en América Latina* (2004); editora del libro *Abrir la comunicación* (2004).

• El teórico danés Klaus Bruhn Jensen define a la recepción como... *un acto social que sirve para negociar la definición de la realidad social en el contexto de prácticas culturales y comunicativas amplias. Para este autor el análisis de la recepción ha marcado un nuevo punto de partida al estudiar en profundidad los procesos reales a través de los cuales los discursos de los medios de comunicación se asimilan a discursos y prácticas culturales de las audiencias.*

• Otro concepto que resulta clave para la Recepción es el de *comunidad interpretativa* por el mexicano Guillermo Orozco Gómez: Como un grupo de sujetos sociales unidos

por un conjunto particular de prácticas comunicativas de las cuales surgen tele videncias específicas a lo largo de una combinación también específica de mediaciones.

La propuesta de (Orozco, 2002) es de problematizar la recepción para la educación la cual ha encajado perfectamente en el campo académico de la comunicación que se abre a pensar la escuela. Pero además, en una comunidad académica que posee una tendencia hacia la reflexión teórica y no tanto hacia la investigación empírica, la mirada de las múltiples mediaciones aparece con una herramienta muy valiosa para hacer este tipo de investigación. No hay que dejar de lado que el mismo Orozco presenta su propuesta desde la posibilidad de operacionalizar las reflexiones epistemológicas del pasaje de los medios, a las mediaciones de Jesús Martín Barbero, a su criterio complejas de llevar al plano empírico.

• Desde la óptica de los estudios de Recepción –desarrollada por los Estudios culturales y el Análisis crítico de la recepción (Orozco, 1996; Lull, 1990; Jensen, 1987; Morley, 1980; 1986), lejos de ser la mera representación de una relación *causa –mensaje–efecto –receptor–* óptica planteada por la corriente de los *efectos*, este fenómeno comunicativo

- *No se recibe el mismo mensaje que se emite.*
- *La recepción es un proceso activo.*
- *El receptor transforma el mensaje, lo recrea, lo fragmenta, lo reescribe en su marco psicológico, cultural e ideológico.*

Tres puntos, a los que han llegado los diversos especialistas desde abordajes teóricos y aunque en menor medida, también empíricos; son fundamentales para evaluar prácticas de consumo cultural, fijar políticas y realizar propuestas en estos temas.



De sangre o rojo vivo, óleo / tela, 100 × 80 cm.

resulta un proceso de producción social de significado, que es llevada a cabo por los miembros de la audiencia, proceso en el que tiene una importancia clave el contexto en donde se construye el significado. En este sentido, ambas perspectivas aluden a la recepción como un complejo proceso en el que convergen la actividad de las audiencias y la producción, emisión y circulación de los mensajes.

EL ORIGEN DE LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN

Con Heidegger, Gadamer, Hirsch, Ingardern, Iser y Fish se sientan los orígenes de la Teoría de la Recepción. Y por consiguiente se obtiene una visión historicista bastante clara pero no suficiente, pues olvidan revisar, por ejemplo a Schleiermacher, fundador de la hermenéutica general, antecesor de Heidegger y sostiene al respecto, afirmando explícitamente, la unidad entre ambas disciplinas. Tampoco vincula la herencia rabínica ni la poética sanscrita, las que usaría precisamente Todorov para fortalecer su estrategia de la interpretación. Como tampoco revisa antecedentes fundamentales

para la Teoría de la Recepción: La lingüística y la sociológica.

Sin hacer una historia exhaustiva de los ER, me parece importante retomar su origen, ya que su surgimiento no se dio en un campo fértil. Por el contrario, los ER tuvieron que germinar en un terreno *minado* de ideologías y tradiciones de investigación diversas y hasta encontradas y aun de miopías, terquedades y rutinas ensayísticas adversas a la investigación empírica de la comunicación.

Por otra parte, los ER se enfrentaron de lleno a ese esfuerzo *mercantil-cuantificante* de los estudios de *rating*. La pretensión de este tipo de estudios de conocer a las audiencias sólo a partir de sus preferencias programáticas eclipsó el interés mayor por una comprensión más integral de sus usos sociales y su producción de sentido a partir de sus percepciones e interacciones con los referentes mediáticos. En este terreno, los ER tuvieron que remontar esa cuesta erigida con la visión reduccionista del *rating* para incorporar preguntas y ámbitos de recepción diversos, más allá de gustos y usos individuales de los medios de comunicación.

A todo lo anterior hay que agregar esa ruptura creciente que se ha realizado entre los seguidores de la corriente de Análisis Literario, que inclusive tiene una rama que se llama Estética de la Recepción, y los seguidores de la perspectiva de Análisis Crítico, de la Audiencia. Originalmente centrada en el lenguaje escrito y por tanto previa a los medios audiovisuales modernos, los intereses de la Estética de la Recepción han corrido paralelos a los de aquellos que se ubican en los ER justo a partir de la existencia de los medios masivos de comunicación modernos: radio, cine y especialmente televisión.

Los ER ha quedado como herencia cuestionable de la *mentalidad ilustrada*, el término genérico de *leer* los medios o hacer *lecturas* de los medios, no obstante que no sea precisamente leer lo que define la interacción con ellos, sino ver, escuchar o sencillamente sentir. *Herencia perniciosa que ha impedido afinar y matizar conceptualizaciones más apropiadas a los fenómenos que inauguran, por ejemplo las visualidades tecnificadas que inundan las cotidianidades actuales.*

RECURSOS METODOLÓGICOS

- El enfoque del análisis de la Recepción acompasa los diversos estilos de investigación que usualmente se describen como cualitativos o etnográficos; estilos que incluyen entrevistas o sesiones con miembros de la audiencia para hablar sobre su experiencia del contenido mediático.
- Por otro lado, también está la tradición teórica de la descripción densa —desarrollada por el antropólogo californiano Clifford Geertz— se aplica muy bien al análisis de la recepción: el investigador constantemente va y viene entre los datos y las caracterizaciones analíticas, haciendo que los postulados teóricos del análisis sean accesibles a una amplia comunidad de personas interesadas en las audiencias.

- El análisis de la Recepción se orienta hacia la interpretación sensible de la experiencia fenomenológica de las audiencias y a relatar la experiencia frente a textos mediáticos y a configuraciones pertinentes del contexto donde ocurre esa experiencia.

- El análisis de la Recepción enfatiza fuertemente el rol del lector en la *decodificación* de los textos mediáticos. Un clásico de la comunicación, Denis McQuail, define las principales características de la tradición metodológica culturalista y del análisis de la recepción de la siguiente manera: *El texto mediático tiene que ser leído a través de las percepciones de su audiencia, que construye sentidos y placeres (que nunca son estables o predecibles) de los textos mediáticos ofrecidos.* Los objetos centrales de interés son el proceso de uso de los medios y la manera en que este proceso se desarrolla en contextos particulares. *El uso de los medios es, típicamente, específico de una situación y orientado a objetivos sociales que se dan como resultado de la participación en comunidades interpretativas.*

- Los métodos tienen que ser “cualitativos” y profundos, a menudo etnográficos, tomando en consideración el contenido, el acto de recepción y el contexto en conjunto. Estudiar la audiencia desde esta perspectiva implica con frecuencia el uso de técnicas de observación de corte etnográfico, además de entrevistas en profundidad y open groups. Dentro de lo que es requerido para utilizar esta perspectiva está: *Observar el momento y la situación en que se ve televisión. Entrevistar a los miembros de la familia individualmente para explorar su interpretación del mensaje y la intervención de las diferentes mediaciones en la construcción de dicha interpretación. También se pueden hacer sesiones con integrantes*

del mismo perfil de diferentes familias. Comparar los hallazgos empíricos con los resultados del análisis del mensaje o conjunto de mensajes específicos.

Identificar las mediaciones, estrategias televisivas y supertemas que intervienen o se dieron en la “decodificación” del mensaje y definir posibles comunidades interpretativas.

Todos estos hallazgos pueden ser muy útiles para tomar en decisiones: ajustar la ejecución de un programa, definir su programación en determinado horario, definir los elementos que enganchan o desenganchan a ciertas audiencias, entre otros.

RECEPCIÓN DE ESTUDIOS EN LATINOAMÉRICA¹

Las investigaciones sobre Recepción televisiva, realizadas en Latinoamérica han proporcionado pistas para comprender la sociedad mediática, con el fin de enriquecer los procesos de Recepción, develar grandes y valiosas aportaciones a través de los diversos géneros y formatos. Este escenario de investigaciones permite percibir una nueva forma de comunicación que busca conocer qué hacen, cómo se aproximan y cómo afectan a los públicos los mensajes que proporcionan los diversos medios de Comunicación y quizá muy en especial la televisión.

Comprender el complejo proceso de interacción que se lleva a cabo en la recepción de mensajes en la que se aceptan, rechazan, modifica y otorgan nuevos significados a los mensajes. Lecturas mediadas por la historia personal y social de los receptores que producen nuevas entidades de sentido acordes con los diversos códigos de percepción que portan.

Los datos que a continuación se exponen son los resultados encontrados en diversos países de la región

latinoamericana y da cuenta de múltiples maneras en la que la televisión se articula con la vida de los receptores televidentes que dan sentido a su cotidianeidad.

Guillermo Orozco, comunicólogo mexicano, considera que el análisis de los procesos de Recepción televisiva, más que una moda o escuela, refiere un modo distintivo de explorar, interpretar y recontar la compleja interacción comunicativa del televidente en el contexto de su cotidianeidad. De acuerdo con este autor la clave está en estudiar la televidencia, a la que define como un proceso complejo que conlleva múltiples interacciones de la audiencia con la TV a distintos niveles y que es objeto también de múltiples mediaciones, es un proceso largo que no está circunscrito al momento preciso de contacto directo entre TV y audiencia.

El argentino José Luis Petris, en su abordaje a los estudios de recepción en televisión nos dice que *En la telenovela pueden distinguirse por lo menos tres series: la que se conforma por la continuidad de una misma estructura narrativa a lo largo del tiempo de emisión cada uno de sus títulos; la que construye el género por la reiteración de rasgos que se observa en sus textos particulares, y la de los estilos según los cuales se diferencian producciones de distintas épocas y/o regiones.*

Por otro lado, la uruguaya Luciana Andión afirma en su publicación sobre los estudios de Recepción y repercusión social en las telenovelas que *...al analizar este género encuentro que en torno a la identidad-identificación existe por un lado ya sea porque el propio espectador lo exige— un reconocimiento de algo suyo en la historia, o porque plantea un mensaje de vivir aquello que se desea. El reconocimiento con la realidad se da en diferentes aspectos: por el ámbito cotidiano en que se*

¹ Se revisó el catálogo de Documentación en ciencias de la Comunicación, cc-doc, que ofrece acceso sistematizado a las referencias y en algunos casos a los documentos completos de la investigación. El objetivo de dicho catálogo, realizado bajo la responsabilidad del Dr. Raúl Fuentes Navarro es consolidar una base de datos bibliográficos, lo más completa y actualizada y orientada a la producción científica mexicana del campo de la comunicación, así como ponerla a disposición en consulta pública. <http://cdoc.iteso.mx/>

desarrolla la historia, ésta tenga un parecido porque trate temas que brindan información y se hacen propio: ejemplo enfermedades, hechos actuales, etc. A su vez las historias plantean un bagaje de símbolos que luego el espectador la toma ya sea de forma consciente como inconsciente, es decir porque los adquiere y lo acepta, los eligió, o porque de verlos u oírlos en reiteradas oportunidades ya le son familiares. En relación a esto me refiero a gestos, modismos, tics, formas de vestir, frases de referencia. Por otro lado la identidad se da en una especie de catarsis donde se proyectan deseos, sueños y después se vuelva a la vida cotidiana; todos esperamos algo que nos saque de nuestras rutinas.

Padilla de la Torre, de la Universidad de Guadalajara, publica que: *la llegada y la trayectoria de la televisión en las vidas familiar y social permite comprender el proceso a través del cual una comunidad tradicional se configura como audiencias, y las implicaciones que conlleva en términos de la relación entre los espacios público y privado; y que este análisis histórico de las prácticas culturales de la recepción o consumo televisivo posibilita el dar cuenta de cómo la televisión se vincula con el cambio social, con las formas de producir sentido y, en general, las modalidades emergentes de la relación entre la comunicación, la cultura y la historia.*

Y en este sentido Orozco, enfatiza en su ensayo —sobre las telenovelas en México— que algunos de los principales cambios que el formato de la ficción televisiva ha ido sufriendo desde sus orígenes, como relato marcado fuertemente por la cultura y los modelos de comportamiento característicos de su lugar y su época. En este recorrido se hace referencia a la telenovela “Rebelde”, producida y transmitida por Televisa a partir de 2005. El análisis destaca el tipo de transformaciones formales, estéticas y narrativas que

el formato de la telenovela está teniendo y sobre todo su mercadotecnia, argumentos que ayudan a explicar ese fenómeno emergente por el cual la telenovela empieza a “no ser vista” por la audiencia, sino solamente consumida, comprada.

Aimée Vega Montiel, considera que el proceso de recepción televisiva requiere de un análisis integral que observe, por un lado, la forma en que las audiencias interpretan y se apropián de los mensajes televisivos, pero al mismo tiempo, los contenidos televisivos y el propio papel de este medio de comunicación, pues forma parte de la estructura económica y productora de discursos en la conformación de audiencias.

En su estudio de Recepción televisiva señala que en el hogar, el jefe de familia será entonces el *padre-sofá*, que asumirá este espacio como un lugar de descanso hasta la nueva partida, donde se le deberá *nutrir, servir, respetar y satisfacer*. Tema de análisis que aquí me ocupa, es la forma en que se relacionan con la televisión y con los mensajes que ésta produce. La pregunta eje de esta investigación ha sido: ¿De qué manera, el acto de mirar telediarios contribuye a que los jefes de familia: a) conozcan y entiendan un proceso político, b) decidan su voto, y c) conciben sus acciones, identidad y participación política? El objetivo de la investigación ha sido el de comprender el uso y la relación de este grupo de audiencia con los mensajes televisivos. *No se buscó verificar ni cuantificar el fenómeno. Esta herramienta ha dado la posibilidad de entender la complejidad y el significado de este problema de investigación en las propias palabras de los hombres y de la discusión detonada en las sesiones, algo que la cuantificación no permite.*

Otra investigación sumamente interesante es la publicación de Teresa

Quiroz, titulada: *¿Es posible hablar de una recepción crítica de la televisión?* La experiencia de este trabajo se inicia con un diagnóstico sobre la disponibilidad, acceso y consumo de medios masivos por parte de los escolares de Lima Metropolitana, cuyos resultados aparecen publicados como *Los Medios: una escuela paralela*. Por consiguiente el resultado ha sido vital para entender qué es lo que ocurre con la educación y qué lugar ocupa, para relacionarlo con lo que la televisión ofrece. De ahí desarrollar una experiencia de educación para la recepción crítica desde la escuela.

Bajo estas preocupaciones se diseñaron, en el año 1986 un conjunto de talleres de recepción crítica para niños de cuatro sectores socio-económicos diferentes, en la ciudad de Lima. Estos se dieron al interior del horario escolar regular y desarrollaron dinámicas grupales en el tratamiento de temas como la publicidad, la telenovela, la teleserie, los programas de concurso, etc. La experiencia desarrollada constituye hoy una de las fuentes más importantes para formular la reflexión de los mensajes de los medios en los niños.

Valerio Fuenzalida, desde la experiencia del CENECA de Chile, sintetiza las propuestas vigentes, indicando que, *...mientras algunas experiencias intentan usar críticamente la televisión para mejorar las relaciones familiares en el hogar, otras se interesan prioritariamente por la contribución de la recepción crítica a las necesidades de liberación del hombre latinoamericano*. Algunas acentúan los aspectos valóricos denunciando la alienación que provocaría la TV, otras experiencias presentan un enfoque más fenomenológico apreciando la diversidad cultural de los propios televidentes. Otras intentan conjugar el fortalecimiento de las

² Se reportan algunas de las investigación de Recepción televisiva, en la relectura de textos, acudiendo al catalogo de documentos de Ciencias de la Comunicación, sobre esta temática, e incluso esta última sobre el papel del docente, en la intervención de estrategias pedagógicas desde una perspectiva de Educación para los medios.

mediaciones culturales del grupo con la constitución de un receptor-actor social capaz de demandar e influir en la orientación del medio. En varios proyectos está ausente la aspiración a una orientación activa de la programación televisiva y no se vincula la recepción activa de la TV con una transformación socio-cultural.

Para conocer la teoría de la recepción. Algunos enlaces de internet:

- http://www.itcr.ac.cr/revistacomunicacion/la_nocion_de_genero_literario_en.htm
- De la estética de la recepción a la estética de la interactividad. Notas para una hermenéutica de la lectura hipertextual, por la

Dra. Laura Borràs Castanyer, de la Universitat Oberta de Catalunya http://www.uoc.edu/in3/hermeneia/sala_de_lectura/estetica_interactividad.htm

- Interlink Headline News No 3479 del 09 de agosto de 2004.
- <http://www.ilhn.com/ediciones/3479.html>
- <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n37/vstoehref.html>
- Sobre la problemática de la recepción en los discursos audiovisuales: a propósito de Cinema et reception (Réseaux, N° 98 marzo de 2000) por María Rosa del Coto, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- <http://comunicacion.idoneos.com/index.php/338244>

• Material bibliográfico sobre Umberto Eco y Stuart Hall.

• <http://www.hipersociologia.org.ar/biblioteca/textos/index.html>

BIBLIOGRAFÍA

Dietrich, R. (1993). *En busca del texto. Teoría de la recepción literaria*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 1993.

Orozco, G. G. (2002). *Recepción y mediaciones, casos de investigación en América Latina*. Buenos Aires: NORMA.

Saintou, F. (1999). "Los estudios de recepción en Argentina hoy: Rupturas, continuidades y nuevos objetos". *Revista latina de comunicación social*, 20-25.

30
Cinzontle



Memoria e Zapata, mixta / papel, 72 x 55 cm.